



ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT

KỶ YẾU HỘI THẢO

**VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG VÀ GIÁO DỤC
TRONG KỶ NGUYÊN SỐ - NĂM 2025**



Đà Nẵng, tháng 6 năm 2025



NHÀ XUẤT BẢN ĐÀ NẴNG



ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT

KỸ YẾU HỘI THẢO

**VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG VÀ GIÁO DỤC
TRONG KỶ NGUYÊN SỐ - NĂM 2025**



ISBN 978-604-84-8466-8

QUYỂN 1

NHÀ XUẤT BẢN ĐÀ NẴNG

Đà Nẵng, tháng 6/2025

BAN TỔ CHỨC

Trưởng ban:

PGS. TS. Võ Trung Hùng

Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật

Phó Trưởng ban:

ThS. Lê Vũ

Giám đốc Trung tâm Học liệu và Truyền thông

Ủy viên:

TS. Nguyễn Thị Khánh Hồng

Trưởng phòng Phòng Tổ chức - Hành chính

ThS. Nguyễn Tấn Hòa

Trưởng phòng Phòng Công tác sinh viên

PGS. TS. Hồ Văn Quân

Phó Trưởng phòng phụ trách Phòng Cơ sở vật chất

TS. Nguyễn Minh Tiến

Phó Trưởng phòng phụ trách Phòng Quản lý khoa học và Hợp tác quốc tế

ThS. Nguyễn Thị Ngọc Linh

Trưởng phòng Phòng Kế hoạch - Tài chính

ThS. Hoàng Bá Đại Nghĩa

Phó Giám đốc Trung tâm Học liệu và Truyền thông

ThS. Nguyễn Hồng Sơn

Chủ tịch Công đoàn, Tổ trưởng Tổ Thanh tra - Pháp chế

ThS. Ninh Văn Anh

Tổ trưởng Tổ Công nghệ thông tin

TS. Huỳnh Minh Sơn

Phó trưởng ban phụ trách Ban Công tác sinh viên, Quan hệ doanh nghiệp và Truyền thông, Đại học Đà Nẵng

TS. Hoàng Lê Thúy Nga

Trưởng Bộ môn Truyền thông, Khoa Báo chí - Truyền thông, Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế

TS. Nguyễn Thị Quốc Minh

Khoa Văn học - Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

BAN BIÊN SOẠN

Chỉ đạo nội dung:

PGS. TS. Nguyễn Lê Hùng

Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật

Trưởng ban:

PGS. TS. Võ Trung Hùng

Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật

Phó Trưởng ban:

ThS. Lê Vũ

Giám đốc Trung tâm Học liệu và Truyền thông

Ủy viên:

TS. Nguyễn Minh Tiến

Phó Trưởng phòng phụ trách Phòng Quản lý khoa học và Hợp tác quốc tế

ThS. Hoàng Bá Đại Nghĩa

Phó Giám đốc Trung tâm Học liệu và Truyền thông

ThS. Nguyễn Hồng Sơn

Chủ tịch Công đoàn, Tổ trưởng Tổ Thanh tra - Pháp chế

PGS. TS. Nguyễn Quang Giao

Giám đốc Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục, Đại học Đà Nẵng

TS. Huỳnh Minh Sơn

Phó Trưởng ban phụ trách Ban Công tác sinh viên, Quan hệ doanh nghiệp và Truyền thông, Đại học Đà Nẵng

TS. Hoàng Lê Thúy Nga

Trưởng Bộ môn Truyền thông, Khoa Báo chí - Truyền thông, Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế

TS. Trần Thị Yến Minh

Trưởng ngành Báo chí - Truyền thông, Khoa Ngữ văn - Truyền thông, Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng

TS. Nguyễn Phương Khánh

Trưởng ngành Văn học, Khoa Ngữ văn - Truyền thông, Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng

TS. Đặng Thị Việt Hòa

Phó Trưởng khoa phụ trách Khoa Tiếng Pháp, Trường Đại học Hà Nội

TS. Nguyễn Thị Quốc Minh

Khoa Văn học - Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Nhà báo Nguyễn Tấn Tài

Báo Đại biểu Nhân dân

Nhà báo Hà Ánh Ngọc

Báo Giáo dục và Thời đại

Nhà báo Võ Văn Dũng

Thông tấn xã Việt Nam

CN. Lê Thị Thanh Loan

Thư viện viên Trung tâm Học liệu và Truyền thông

CN. Trần Thị Thu Huyền

Chuyên viên Trung tâm Học liệu và Truyền thông

CN. Trần Thị Trâm Anh

Chuyên viên Trung tâm Học liệu và Truyền thông

CN. Hà Thị Kim Ngọc

Chuyên viên Tổ Thanh tra - Pháp chế

CN. Đặng Thị Hóa

Chuyên viên Tổ Thanh tra - Pháp chế

ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật - Đại học Đà Nẵng

Cơ sở 1: số 48 Cao Thắng, phường Thanh Bình, quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng;

Cơ sở 2: khu Đô thị Đại học Đà Nẵng, phường Hòa Quý, quận Ngũ Hành Sơn, thành phố Đà Nẵng;

Website: <https://ute.udn.vn> – Email: dhspktndn@ute.udn.vn;

Điện thoại: 0236 3822571 – Fax: 0236 3894884.

LỜI NGỎ

Nhân dịp chào mừng kỷ niệm 100 năm Ngày Báo chí cách mạng Việt Nam (21/6/1925 - 21/6/2025) và tiếp nối thành công của hai hội thảo “Một số kinh nghiệm truyền thông của trường đại học trong bối cảnh hiện nay” - năm 2023 và “Truyền thông trường đại học trước xu hướng phát triển của công nghệ trí tuệ nhân tạo” - năm 2024, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng tiếp tục tổ chức Hội thảo “*Vai trò của truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số*” - năm 2025 (gọi tắt là Hội thảo).

Hội thảo là cơ hội chia sẻ kinh nghiệm, trao đổi thông tin và cập nhật kiến thức mới từ các chuyên gia, nhà khoa học, nhà lãnh đạo các trường đại học về những vấn đề liên quan đến hoạt động truyền thông và giáo dục trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của kỷ nguyên số.

Dựa vào các bài báo gửi đến Hội thảo, Ban tổ chức đã triển khai biên soạn và xuất bản cuốn kỷ yếu Hội thảo “*Vai trò của truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số*” - năm 2025. Nội dung kỷ yếu tập hợp những bài báo chia sẻ kinh nghiệm về lĩnh vực truyền thông và giáo dục ở trường đại học, các nghiên cứu góp phần nâng cao chất lượng công tác quảng bá tuyển sinh, truyền thông nội bộ, xây dựng học hiệu đại học và ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo (AI) trong giáo dục.

Thay mặt lãnh đạo nhà trường, tôi xin trân trọng cảm ơn các lãnh đạo, chuyên gia, nhà báo, nhà khoa học, cán bộ, giảng viên của các đơn vị và trường đại học trên cả nước đã đóng góp bài viết cho Hội thảo. Xin được gửi đến quý vị những tình cảm chân thành, nồng ấm và lời chúc tốt đẹp nhất!

Nguyễn Lê Hùng

Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng

BÁO CÁO ĐỀ DẪN HỘI THẢO
VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG VÀ GIÁO DỤC TRONG
KỶ NGUYÊN SỐ - NĂM 2025

Nguyễn Lê Hùng

Hiệu trưởng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng

Kính thưa quý vị đại biểu,

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và sự phát triển vượt bậc của công nghệ số, truyền thông và giáo dục đang trải qua những biến đổi sâu sắc, trở thành những trụ cột không thể thiếu trong việc kiến tạo xã hội tri thức bền vững. Công nghệ số, đặc biệt là AI, thực tế ảo (VR) và các nền tảng truyền thông, không chỉ mang đến những cơ hội đột phá mà còn đặt ra những thách thức sâu sắc đối với các cơ sở giáo dục đại học trong việc nâng cao chất lượng đào tạo, xây dựng thương hiệu và quản trị truyền thông hiệu quả trong kỷ nguyên số.

Với mục tiêu đồng hành cùng xu thế phát triển đó, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng đã kiên trì tổ chức chuỗi hội thảo thường niên, chuyên sâu về truyền thông trong môi trường giáo dục đại học. Sau thành công của Hội thảo “Một số kinh nghiệm truyền thông của trường đại học trong bối cảnh hiện nay” - năm 2023 và “Truyền thông trường đại học trước xu hướng phát triển của công nghệ trí tuệ nhân tạo” – năm 2024, năm nay nhà trường tiếp tục tổ chức Hội thảo “*Vai trò của truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số*” - năm 2025, với mong muốn tạo diễn đàn học thuật, trao đổi kinh nghiệm, chia sẻ những nghiên cứu mới, góp phần thúc đẩy công tác truyền thông và giáo dục đại học phát triển hiệu quả, thích ứng với xu hướng chuyển đổi số mạnh mẽ.

Nhờ uy tín của chuỗi hội thảo thường niên, Hội thảo năm nay đã nhận được sự hưởng ứng mạnh mẽ, với 224 bài báo được gửi về từ 280 tác giả thuộc 100 cơ quan, doanh nghiệp và cơ sở giáo dục đại học trên cả nước. Sau quá trình phản biện nghiêm túc và kỹ lưỡng, Ban Biên tập đã chọn lọc 118 bài báo chất lượng để đăng trong kỷ yếu Hội thảo. Những bài báo này của các tác giả đến từ các cơ quan, trường đại học và học viện uy tín như: Tạp chí Cộng sản, Đại học Đà Nẵng, Đại học Duy Tân, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung

ương, Trường Đại học FPT, Trường Đại học Văn Lang, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Viện Nghiên cứu Văn hóa - Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, Trường Đại học Vinh, Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai, Trường Đại học Văn Hiến, Trường Đại học Quảng Bình, Trường Đại học Hà Nội, Học viện An ninh Nhân dân, Học viện Phụ nữ Việt Nam, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, Trường Đại học RMIT Việt Nam, Trường Đại học Đồng Tháp, Trường Đại học Nam Cần Thơ, Trường Đại học Sư phạm - Đại học Thái Nguyên...

Các bài báo phản ánh những xu hướng và thách thức nổi bật trong lĩnh vực truyền thông và giáo dục, tập trung vào ba nhóm chủ đề chính như sau:

Thứ nhất là nhóm chủ đề về cơ hội và thách thức của truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số. Các bài báo phân tích sâu sắc về cách công nghệ số, bao gồm AI, VR và các nền tảng truyền thông đang định hình lại phương thức giáo dục và truyền thông tại các trường đại học. Về cơ hội, công nghệ số cho phép cá nhân hóa trải nghiệm học tập, nâng cao hiệu quả tuyển sinh và xây dựng thương hiệu đại học thông qua các chiến lược truyền thông sáng tạo. Một số bài báo nổi bật đề cập đến việc ứng dụng AI trong thiết kế học liệu số, quản lý dữ liệu đa phương thức và tạo nội dung truyền thông giáo dục sáng tạo. Tuy nhiên, các bài báo cũng nhấn mạnh các thách thức bao gồm vấn đề bảo mật dữ liệu, quản trị khủng hoảng truyền thông và nguy cơ từ tin giả (fake news) trên các nền tảng số. Các nghiên cứu cũng thảo luận về việc nâng cao năng lực số cho giảng viên và sinh viên để đáp ứng yêu cầu của thời đại.

Thứ hai là nhóm chủ đề ứng dụng công nghệ số trong đổi mới hoạt động truyền thông và giáo dục. Các tác giả đã trình bày nhiều ứng dụng thực tiễn của công nghệ số, từ việc sử dụng AI để tạo câu hỏi trắc nghiệm theo thang Bloom, hệ thống điền biểu mẫu tự động, đến các mô hình như MC ảo hay chatbot giáo dục tích hợp RAG (Retrieval-Augmented Generation). Các nghiên cứu cũng đề cập đến vai trò của các nền tảng như TikTok, livestream và mạng xã hội trong việc tăng cường nhận thức cộng đồng và quảng bá giáo dục. Ngoài ra, các nghiên cứu cũng đề cập đến việc sử dụng công nghệ in 3D trong giáo dục di sản văn hóa hay mô hình ELM (Elaboration Likelihood Model) trong phân tích chiến lược truyền thông nội bộ tại các trường đại học. Những ứng dụng này không chỉ thể hiện tiềm năng của công nghệ số mà còn mở ra các hướng tiếp cận mới trong việc đổi mới phương pháp giảng dạy và truyền thông.

Thứ ba là chủ đề về thực trạng, giải pháp và kinh nghiệm thực tiễn trong truyền thông và giáo dục. Các bài báo đã phân tích thực trạng truyền thông và giáo dục tại nhiều cơ sở giáo dục đại học như: Đại học Đà Nẵng, Trường Đại học Văn Lang, Trường Đại học Sài Gòn, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội và nhiều trường khác. Các giải pháp được đề xuất bao gồm: nâng cao năng lực số cho giảng viên và sinh viên, phát triển chiến lược truyền thông tuyển sinh hiệu quả và quản lý khủng hoảng truyền thông trong bối cảnh số hóa. Một số nghiên cứu điển hình tập trung vào việc xây dựng thương hiệu đại học, truyền thông nội bộ, giáo dục đạo đức nghề nghiệp và ứng dụng mạng xã hội để định hướng nghề nghiệp cho học sinh, sinh viên; xây dựng thương hiệu đại học thông qua các chiến lược “storytelling” và truyền thông đa phương tiện. Các bài báo cũng đề xuất sử dụng các công cụ truyền thông số để giáo dục về các vấn đề xã hội như: văn hóa dân tộc, an toàn cháy nổ và phát triển bền vững.

Kính thưa quý vị đại biểu!

Hội thảo “*Vai trò của truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số*” - năm 2025 không chỉ là cơ hội để chia sẻ những nghiên cứu và kinh nghiệm thực tiễn, mà còn là dịp để các nhà khoa học, giảng viên và chuyên gia truyền thông giới thiệu cách tiếp cận những xu hướng mới và đề xuất các giải pháp thiết thực nhằm nâng cao chất lượng truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số. Những bài học và kinh nghiệm từ Hội thảo sẽ góp phần hỗ trợ các cơ sở giáo dục đại học trong công tác tuyển sinh, xây dựng thương hiệu, truyền thông nội bộ và phát triển bền vững.

Thay mặt Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng, tôi xin chân thành cảm ơn sự tham gia và đóng góp quý báu của các nhà khoa học, nhà báo, giảng viên và các chuyên gia truyền thông từ khắp mọi miền đất nước. Đặc biệt, tôi xin gửi lời tri ân đến các cá nhân và tổ chức đã hỗ trợ cả về tinh thần lẫn vật chất để Hội thảo được tổ chức thành công.

Xin chúc quý vị đại biểu sức khỏe, hạnh phúc và chúc Hội thảo “*Vai trò của truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số*” - năm 2025 thành công tốt đẹp!

Xin trân trọng cảm ơn!

TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT, ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG



NƠI KHƠI NGUỒN TRI THỨC

KIẾN TẠO TƯƠNG LAI

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật (ĐHSPKT), Đại học Đà Nẵng (ĐHĐN) là cơ sở giáo dục uy tín trong đào tạo, ứng dụng kỹ thuật và công nghệ tại thành phố Đà Nẵng và khu vực miền Trung - Tây Nguyên. Với hơn 60 năm xây dựng và phát triển, nhà trường đã đào tạo hàng chục ngàn kỹ sư, cử nhân, kỹ thuật viên góp phần cung cấp nguồn nhân lực cho phát triển kinh tế - xã hội của khu vực và đất nước.

Sứ mệnh và lịch sử phát triển

Với sứ mệnh đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực kỹ thuật và giáo dục nghề nghiệp, Trường ĐHSPKT, ĐHĐN không ngừng đổi mới để đáp ứng các tiêu chuẩn giáo dục của Việt Nam và quốc tế. Nhà trường đã chú trọng thực hiện các hoạt động nghiên cứu khoa học và chuyển giao tri thức, đóng góp thiết thực vào sự phát triển bền vững của khu vực miền Trung - Tây Nguyên và đất nước.

Hành trình phát triển của nhà trường được ghi dấu qua các cột mốc lịch sử:

- Năm 1960: đặt nền móng với tên gọi Trường Kỹ thuật Đà Nẵng;
- Năm 1962: khai giảng khóa đào tạo đầu tiên;
- Năm 1976: đổi tên thành Trường Kỹ thuật Nguyễn Văn Trỗi, vinh dự đón Tổng Bí thư Lê Duẩn đến thăm;
- Năm 1994: trở thành Trường Cao đẳng Công nghệ thuộc Đại học Đà Nẵng;
- Năm 2017: thành lập Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng.

Sự phát triển của nhà trường luôn nhận được sự quan tâm sâu sắc từ Đảng, Nhà nước, Bộ Giáo dục và Đào tạo, cùng sự hỗ trợ từ các cấp chính quyền, tạo nên nền tảng vững chắc để nhà trường phát triển.



Tổng Bí thư Lê Duẩn thăm Trường vào năm 1976

Thành tựu nổi bật

Trong những năm qua, Trường ĐHSPKT, ĐHĐN đã đạt được nhiều thành tựu đáng tự hào:

- Nhà trường đã nhận được Huân chương Lao động hạng Nhì, hạng Ba; nhiều cá nhân, tập thể nhận được Huân chương, Bằng khen, Giấy khen của các cấp;
- Kiểm định chất lượng giáo dục: vào ngày 23/8/2023, nhà trường được Trung tâm Kiểm định Chất lượng giáo dục - Đại học Quốc gia Hà Nội trao Giấy chứng nhận kiểm định chất lượng cơ sở giáo dục đại học, khẳng định cam kết về chất lượng đào tạo; đồng thời có 07 chương trình đào tạo của nhà trường đã hoàn thành và được cấp giấy chứng nhận kiểm định chất lượng giáo dục;
- Đội ngũ nhân sự: với 241 cán bộ, giảng viên và nhân viên, trong đó có 05 phó giáo sư và 69 tiến sĩ, đây là nguồn nhân lực quý giá của nhà trường, đáp ứng xuất sắc yêu cầu giảng dạy, nghiên cứu khoa học, phục vụ cộng đồng;
- Chương trình đào tạo đa dạng: nhà trường có 22 ngành và chuyên ngành đào tạo bậc đại học chính quy (kỹ sư, cử nhân, kiến trúc sư) và đã triển khai chương trình thạc sĩ ngành Kỹ thuật xây dựng, hiện nay đang tuyển sinh trong năm 2025;
- Nghiên cứu khoa học và chuyển giao tri thức: nhà trường chủ trì nhiều đề tài nghiên cứu cấp Nhà nước, cấp bộ và cấp thành phố, góp phần giải quyết các vấn đề thực tiễn và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội.



*Tập thể lãnh đạo nhà trường nhận Giấy chứng nhận
Kiểm định chất lượng cơ sở giáo dục đại học*

Tầm nhìn đến năm 2035

Phát huy vai trò là trường đại học thành viên của Đại học Đà Nẵng, nhà trường không ngừng đổi mới phương thức quản lý, hiện đại hóa cơ sở vật chất và đẩy mạnh chuyển đổi số. Các chương trình đào tạo được thiết kế dựa trên nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp, giúp sinh viên rút ngắn khoảng cách từ giảng đường đến thị trường lao động.

Nhà trường luôn chú trọng hợp tác với các doanh nghiệp trong và ngoài nước, tạo cơ hội cho sinh viên tiếp cận các công nghệ tiên tiến và môi trường làm việc thực tế. Những mối quan hệ hợp tác này không chỉ nâng cao kỹ năng nghề nghiệp và kỹ năng mềm cho sinh viên mà còn xây dựng một hệ sinh thái giáo dục bền vững. Đồng thời, nhà trường có nhiều hoạt động thu hút học sinh có năng lực Khoa học – Công nghệ - Kỹ thuật – Toán học (STEM) từ các trường trung học phổ thông, tiến tới xây dựng Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng trở thành một STEM Hub.

Với tầm nhìn chiến lược đến năm 2035, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng hướng tới trở thành một trong những trường đại học hàng đầu Việt Nam về đào tạo kỹ thuật và nghiên cứu ứng dụng. Nhà trường cam kết xây dựng hệ thống giảng dạy thực hành và thí nghiệm chuyên biệt, tạo sự khác biệt trong việc nâng cao kỹ năng nghề nghiệp và khả năng thích nghi của sinh viên trong môi trường lao động hiện đại, tiên tiến.



*Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật ký kết thỏa thuận hợp tác với
Công ty Cổ phần Tập đoàn Mặt trời*

Phát huy truyền thống hơn 60 năm xây dựng và phát triển, nhà trường tiếp tục tiên phong trong đổi mới giáo dục, hướng đến các chuẩn mực khu vực và quốc tế, trở thành điểm đến đáng tin cậy cho hợp tác đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ.

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng: nơi khơi nguồn tri thức, kiến tạo tương lai!

BAN BIÊN TẬP KỶ YẾU

ĐƠN VỊ TỔ CHỨC: TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT, ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG



ĐƠN VỊ TÀI TRỢ

TÀI TRỢ VÀNG

TÀI TRỢ BẠC

CÔNG TY CP TRUYỀN THÔNG VÀNG CHÂU Á

**CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN
GIÁO DỤC ĐÀ NẴNG**



ĐƠN VỊ ĐỒNG HÀNH
CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN
DỊCH VỤ LỮ HÀNH SAIGONTOURIST TẠI ĐÀ NẴNG



MỤC LỤC

1.	NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ, HƯỚNG TỚI XÂY DỰNG NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO ĐÁP ỨNG KỶ NGUYÊN VƯỜN MÌNH CỦA DÂN TỘC	1
	<i>Trần Thọ Quang</i>	
2.	MỨC ĐỘ HÀI LÒNG ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM, ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG	6
	<i>Trần Văn Vỹ, Trần Thị Yến Minh</i>	
3.	ẢNH HƯỞNG CỦA MẠNG XÃ HỘI ĐẾN CÁCH TIẾP NHẬN THÔNG TIN GIÁO DỤC CỦA SINH VIÊN: MỘT GÓC NHÌN ĐỊNH TÍNH	15
	<i>Đinh Ngọc Long, Nguyễn Thị Ngọc Vân</i>	
4.	ẢNH HƯỞNG CỦA MÔI TRƯỜNG HỌC TẬP VÀ TRUYỀN THÔNG SỐ ĐẾN HIỆU QUẢ HỌC TRỰC TUYẾN: NGHIÊN CỨU TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	22
	<i>Nguyễn Thúy Vy, Trương Thị Thanh Tuyền, Nguyễn Lưu Diễm Phúc</i>	
5.	ẢNH HƯỞNG CỦA ỨNG DỤNG TIKTOK ĐẾN GIÁO DỤC ĐẠI HỌC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	27
	<i>Trần Thị Trà Linh, Đinh Thị Thanh Hải</i>	
6.	ÁNH SÁNG - YẾU TỐ GÓP PHẦN KHAI SINH VÀ ĐỊNH HÌNH THẨM MỸ CHO HÌNH ẢNH TRONG TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN	34
	<i>Nguyễn Đức Dũng, Nguyễn Thị Phương Dung</i>	
7.	BẢO ĐẢNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	40
	<i>Trần Thị Bích Thủy, Chu Thị Thu Huyền, Dương Thị Vân Linh</i>	
8.	BẢO MẬT DỮ LIỆU CỦA GIẢNG VIÊN VÀ SINH VIÊN KHI THAM GIA HOẠT ĐỘNG GIÁO DỤC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	48
	<i>Bùi Quốc Việt, Lê Thị Thuý</i>	
9.	CHIẾN LƯỢC QUẢN TRỊ KHỦNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG TRONG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC	53
	<i>Hoàng Bá Đại Nghĩa, Nguyễn Vũ Huy Hoàng</i>	
10.	CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA GIÁO DỤC ĐẠI HỌC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	62
	<i>Lê Ngọc Phương Trâm</i>	
11.	TRÍ TUỆ NHÂN TẠO VÀ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC: KHUYẾN NGHỊ CHO ĐÀO TẠO NGÀNH TRUYỀN THÔNG TẠI VIỆT NAM	67
	<i>Trần Thị Phương Ly</i>	
12.	CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA TRUYỀN THÔNG - GIÁO DỤC THỜI CHUYỂN ĐỔI SỐ: TỪ LÝ LUẬN ĐẾN THỰC TIỄN ĐẠI HỌC	72
	<i>Cao Kỳ Nam</i>	
13.	CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG TUYỂN SINH CỦA CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở MIỀN BẮC VIỆT NAM	78
	<i>Bùi Mai Lan, Đoàn Thu Hà, Nguyễn Hoàng Hà, Lê Văn Dũng, Trương Đình Đức</i>	

14.	ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA CÔNG CHÚNG ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TUYÊN SINH TRÊN FANPAGE: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG	84
	<i>Lê Văn Trúc Ly, Lê Văn Thắng</i>	
15.	ĐÀO TẠO NGÀNH QUAN HỆ QUỐC TẾ VÀ TRUYỀN THÔNG TRONG KỶ NGUYÊN CHUYỂN ĐỔI SỐ: CÁCH TIẾP CẬN TỪ MÔ HÌNH QUADRUPLE HELIX	93
	<i>Thái Hoàng Hạnh Nguyên</i>	
16.	ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC ĐÁP ỨNG YÊU CẦU CHUYỂN ĐỔI SỐ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY	98
	<i>Phạm Thị Thu Hương, Vũ Thị Hồng Vân</i>	
17.	ĐẨY MẠNH CHIA SẺ CHUYÊN MÔN TỪ GIẢNG VIÊN ĐỂ KIẾN TẠO TÁC ĐỘNG BỀN VỮNG: MÔ HÌNH TỪ RMIT VIỆT NAM	103
	<i>Trần Huỳnh Nhã Trân, Đinh Hoàng Quân, Hoàng Minh Ngọc, Hoàng Thị Thúy Hà, Phạm Thùy Dung</i>	
18.	ĐẨY MẠNH VIỆC PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG MỀM CHO SINH VIÊN TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	111
	<i>Đặng Thị Thanh Trâm</i>	
19.	ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC SỐ Ở CẤP ĐỘ CÁ NHÂN TRONG BỐI CẢNH TRUYỀN THÔNG MỚI	115
	<i>Huỳnh Thị Kim Uyên</i>	
20.	MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CỦA TRUYỀN THÔNG VÀ GIÁO DỤC - ĐÀO TẠO TRONG THỜI ĐẠI SỐ	119
	<i>Nguyễn Văn Thành</i>	
21.	ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP ĐÀO TẠO VĂN HÓA - NGHỆ THUẬT BẰNG CÔNG NGHỆ SỐ	125
	<i>Nguyễn Thúy Hương, Tráng Thị Thúy</i>	
22.	ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY ÂM NHẠC DỰA TRÊN CÔNG NGHỆ SỐ: CƠ HỘI, THÁCH THỨC VÀ GIẢI PHÁP	130
	<i>Dương Vũ Bình Minh</i>	
23.	FOMO VÀ HỘI CHỨNG HÓNG DRAMA: VẤN ĐỀ TÂM LÝ HAY HỆ QUẢ CỦA TRUYỀN THÔNG?	137
	<i>Hoàng Kim Hồng, Nguyễn Thị Quốc Minh, Nguyễn Vũ Huy Hoàng</i>	
24.	GIẢI PHÁP LIVESTREAM: ĐỔI MỚI TRUYỀN THÔNG TRONG GIÁO DỤC VÀ SỨC KHỎE CỘNG ĐỒNG	143
	<i>Trần Thị Bích Phương, Đỗ Thùy Trang, Phan Thị Vân</i>	
25.	GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ CHO SINH VIÊN Ở CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	148
	<i>Phạm Thị Thu Hằng, Dương Văn Khoa</i>	
26.	NGHIÊN CỨU CẢI TIẾN GIẢI PHÁP CUNG CẤP THÔNG CÁO BÁO CHÍ CÁC SỰ KIỆN TẠI ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ SỐ ĐỂ TĂNG HIỆU QUẢ TƯƠNG TÁC	156
	<i>Huỳnh Minh Sơn</i>	

27.	GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG LIÊN KẾT ĐÀO TẠO GIỮA TRƯỜNG ĐẠI HỌC VÀ DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI NGÀNH QUAN HỆ CÔNG CHÚNG TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ	160
	<i>Nguyễn Bích Thủy</i>	
28.	GIẢI PHÁP XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU TRƯỜNG ĐẠI HỌC HIỆU QUẢ TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	169
	<i>Huỳnh Cát Dung, Hồ Đắc Nam Trân</i>	
29.	GIẢNG DẠY SÁNG TẠO BẰNG PHƯƠNG PHÁP TRÒ CHƠI LỚN CHO SINH VIÊN NGÀNH TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN: MỘT SỐ ĐÁNH GIÁ VÀ KHUYẾN NGHỊ	174
	<i>Nguyễn Tấn Khang</i>	
30.	GIÁO DỤC ĐẠI HỌC NGÀNH TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN THÍCH ỨNG VỚI CHUYỂN ĐỔI SỐ	180
	<i>Hồ Ngọc Thủy, Nguyễn Thị Ngọc Tú</i>	
31.	CHUYỂN ĐỔI SỐ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC - THỰC TIỄN TỪ TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI	186
	<i>Trần Thị Bích Huệ, Hoàng Thị Ngân, Đặng Thị Hường</i>	
32.	GIÁO DỤC ĐẠI HỌC SÁNG TẠO HƯỚNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	195
	<i>Tô Hồng Gấm, Lê Thị Ánh Nguyệt</i>	
33.	GIÁO DỤC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRONG KỶ NGUYÊN CÔNG NGHỆ SỐ: TIẾP CẬN TỪ CÁC KHÓA HỌC TRỰC TUYẾN	200
	<i>Hoàng Thị Thu Hằng</i>	
34.	GIÁO DỤC SÁNG TẠO VÌ SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	205
	<i>Nguyễn Thị Thu Thủy, Trần Lâm Kim Phụng</i>	
35.	HỆ THỐNG ĐIỀN BIỂU MẪU TỰ ĐỘNG HỖ TRỢ AI DỰA TRÊN LỊCH SỬ NGƯỜI DÙNG: MỘT CÁCH TIẾP CẬN MỚI ĐỂ NÂNG CAO HIỆU QUẢ HÀNH CHÍNH TRONG GIÁO DỤC	213
	<i>Nguyễn Tuấn Đạt, Nguyễn Anh Duy, Trần Thanh Nam, Trần Văn Thiện</i>	
36.	HƯỚNG TIẾP CẬN RAG KẾT HỢP KIỂM ĐỊNH ĐỘ ĐÚNG THÔNG TIN CHO HỆ THỐNG TẠO CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM THANG BLOOM BẰNG LLM CHO GIÁO DỤC	221
	<i>Ngô Quan Thành Nha, Nguyễn Anh Duy, Nguyễn Văn Linh, Ngô Hồ Anh Khôi</i>	
37.	HƯỚNG TIẾP CẬN MỚI TRONG GIÁO DỤC VỚI HỆ THỐNG TẠO BANNER QUẢNG CÁO TỰ ĐỘNG SỬ DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI)	230
	<i>Đặng Đình Khoa, Võ Khương Duy, Nguyễn Mỹ Phụng, Bùi Thị Diễm Trinh</i>	
38.	HƯỚNG TIẾP CẬN RAG KẾT HỢP KIỂM ĐỊNH ĐỘ ĐÚNG THÔNG TIN CHO CHATBOT GIÁO DỤC: ỨNG DỤNG TRONG LỊCH SỬ VIỆT NAM	242
	<i>Lư Bảo Vy, Nguyễn Anh Duy, Huỳnh Võ Hữu Trí, Ngô Hồ Anh Khoa</i>	
39.	HƯỚNG TIẾP CẬN TRUYỀN THÔNG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC THÔNG MINH TRÊN THỂ GIỚI VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM	248
	<i>Nguyễn Thị Phương Thảo, Nguyễn Mạnh Cường</i>	

40.	KHẢO SÁT ỨNG DỤNG AI TRONG DẠY VÀ HỌC TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	254
	<i>Hồ Thị Minh Hiền</i>	
41.	KHUYNH HƯỚNG ÁP DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI) TRONG TUYỂN SINH VÀ ĐÀO TẠO Ở MỘT SỐ TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÊN THẾ GIỚI VÀ ĐỀ XUẤT CHO VIỆT NAM	261
	<i>Trần Ngọc Thuý</i>	
42.	LÝ THUYẾT VỀ THƯƠNG HIỆU TRƯỜNG ĐẠI HỌC VÀ VẬN DỤNG TRONG XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU SỐ	266
	<i>Nguyễn Thị Trường Hân</i>	
43.	NGƯỜI DẪN CHƯƠNG TRÌNH ẢO (MC ẢO) TRONG GIÁO DỤC THỜI KỲ 4.0	272
	<i>Dương Khánh Chen, Võ Khương Duy, Nguyễn Anh Duy, Ngô Hồ Anh Khoa</i>	
44.	MÔ HÌNH QUẢN LÝ DỮ LIỆU ĐA PHƯƠNG THỨC TRONG TRUYỀN THÔNG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC THỜI KỲ CHUYỂN ĐỔI SỐ	279
	<i>Nguyễn Thanh Huy, Đậu Huy Minh</i>	
45.	ĐỔI MỚI MÔ HÌNH TRUYỀN THÔNG TẠI KHOA KỸ THUẬT XÂY DỰNG, TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT, ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG: THỰC TRẠNG VÀ KHUYẾN NGHỊ	289
	<i>Trần Thị Phương Huyền</i>	
46.	NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG TRỰC TUYẾN: KHAI THÁC TIỀM NĂNG TỪ WEBSITE NHÀ TRƯỜNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	294
	<i>Tô Đức Nhuận, Phùng Thị Thu Hiền, Phạm Thị Cúc</i>	
47.	NÂNG CAO NĂNG LỰC CHUYỂN ĐỔI SỐ CHO GIẢNG VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢNG BÌNH TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	302
	<i>Phan Thị Quỳnh Trang</i>	
48.	NÂNG CAO NĂNG LỰC SỐ CHO GIẢNG VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ	308
	<i>Phan Thị Thanh Trúc, Phạm Thị Mai Quyên</i>	
49.	NÂNG CAO THƯƠNG HIỆU TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở VIỆT NAM TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	314
	<i>Vũ Trà Giang</i>	
50.	NGHIÊN CỨU MỐI QUAN HỆ GIỮA SỰ TỰ TIN VÀ KẾT QUẢ HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN TRONG KỶ NGUYÊN SỐ. KẾT QUẢ THỰC NGHIỆM TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI	320
	<i>Bùi Thị Thu</i>	
51.	NGHIÊN CỨU NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TÂM LÝ CỦA GIẢNG VIÊN DẠY HỌC TÂM LÝ HỌC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHÁNH HÒA ĐÁP ỨNG VỚI GIÁO DỤC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	326
	<i>Từ Thị Hương, Ngô Thế Lâm</i>	
52.	NHẬN DIỆN BẦY TRUYỀN THÔNG VÀ GIẢI PHÁP PHÒNG TRÁNH BẦY TRUYỀN THÔNG CHO CÔNG CHÚNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ	334
	<i>Nguyễn Thị Kiều Oanh, Đỗ Thúy Vy, Thái Ngọc Thảo, Đỗ Thị Xuân Quyên</i>	

53.	NHẬN THỨC CỦA GENZ VỀ VẤN NẠN NẠO PHÁ THAI THÔNG QUA MẠNG XÃ HỘI	345
	<i>Nguyễn Xuân Lâm</i>	
54.	NHỮNG THAY ĐỔI CỦA PHƯƠNG PHÁP DẠY HỌC TRONG BỐI CẢNH BÙNG NỔ AI: MỘT GÓC NHÌN TỪ GIÁO DỤC VIỆT NAM	350
	<i>Trần Thị Hòa, Trần Thị Diễm My</i>	
55.	NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI VIỆC PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC SỐ CHO SINH VIÊN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ	357
	<i>Nguyễn Thị Thanh Hải, Trần Văn Hiếu, Đặng Văn Khoa</i>	
56.	NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG VỀ AN NINH MẠNG TRÊN BÁO CHÍ CÔNG AN NHÂN DÂN	362
	<i>Lê Đắc Huy</i>	
57.	PHÁT HUY NĂNG LỰC SỐ CHO SINH VIÊN SƯ PHẠM MỸ THUẬT QUA TRẢI NGHIỆM MỸ THUẬT TRUYỀN THỐNG THỜI ĐẠI 4.0	369
	<i>Đào Thị Thúy Anh, Nguyễn Huy Du</i>	
58.	PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC SÁNG TẠO NỘI DUNG SỐ CHO SINH VIÊN SƯ PHẠM TRONG THỜI ĐẠI CÔNG NGHỆ SỐ VÀ TRÍ TUỆ NHÂN TẠO	375
	<i>Dương Thu Trang, Nguyễn Văn Thiều</i>	
59.	PHƯƠNG HƯỚNG TRUYỀN THÔNG GIÁO DỤC PHÙ HỢP QUY HOẠCH MẠNG LƯỚI CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC VÀ SƯ PHẠM THỜI KỲ 2021-2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2050	385
	<i>Hoàng Hà Nam</i>	
60.	QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TUYỂN SINH ĐẠI HỌC: THỰC TRẠNG VÀ CÁC KHUYẾN NGHỊ (NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG)	389
	<i>Hà Văn Hoàng, Trần Xuân Bách</i>	
61.	NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRONG THỜI ĐẠI SỐ	394
	<i>Đặng Thị Việt Hòa, Lê Vũ</i>	

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ, HƯỚNG TỚI XÂY DỰNG NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO ĐÁP ỨNG KỶ NGUYÊN VƯỜN MÌNH CỦA DÂN TỘC

IMPROVING THE QUALITY OF EDUCATION IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION, TOWARDS BUILDING A HIGH-QUALITY WORKFORCE TO MEET THE NATION'S RISING ERA

Trần Thọ Quang

Tạp chí Cộng sản

Tran Tho Quang

Communist Review; tranthoquang1980@gmail.com

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Trần Thọ Quang (email: tranthoquang1980@gmail.com)

Tóm tắt - Giáo dục, quốc sách hàng đầu của mọi quốc gia, đóng vai trò then chốt trong sự phát triển bền vững của dân tộc. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cuộc cách mạng chuyển đổi số, hệ thống giáo dục Việt Nam đối mặt với yêu cầu đổi mới sáng tạo, nâng cao chất lượng đào tạo để đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực chất lượng cao trong kỷ nguyên mới. Chuyển đổi số mang lại cơ hội đổi mới phương pháp giảng dạy, quản lý giáo dục và mở rộng không gian học tập, nhưng cũng đặt ra thách thức về hạ tầng công nghệ, năng lực số và sự thích nghi với thay đổi. Bài báo này nhấn mạnh sự cấp thiết của việc nghiên cứu thách thức, cơ hội và đề xuất các giải pháp đồng bộ, bao gồm: bồi dưỡng kỹ năng số cho giáo viên, xây dựng thư viện số quốc gia, đầu tư công nghệ tiên tiến (AI, VR/AR, IoT), tăng cường hợp tác quốc tế và quán triệt các nghị quyết của Đảng và Chính phủ.

Từ khóa - Giáo dục; chuyển đổi số; AI, VR/AR, IoT; kỹ năng số; công nghệ.

1. Chuyển đổi số - Yêu cầu tất yếu, khách quan của tiến trình phát triển đất nước, trong đó có lĩnh vực giáo dục

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, đặc biệt là tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đất nước ta đang đứng trước nhiều cơ hội cũng như thách thức mới, trước mắt là yêu cầu bức thiết về một cuộc cách mạng với những cải cách mạnh mẽ, toàn diện để điều chỉnh quan hệ sản xuất, tạo động lực mới cho phát triển - cuộc cách mạng chuyển đổi số, cấu trúc lại quan hệ sản xuất phù hợp với sự tiến bộ vượt bậc của lực lượng sản xuất, từ đó khơi thông nguồn lực, tạo động lực mới phục vụ công cuộc phát triển. Theo đó, nhiệm vụ thúc đẩy quá trình chuyển đổi số, ứng dụng khoa học - công nghệ trong phát triển kinh tế - xã hội phải được tiến hành toàn diện, đồng bộ, bảo đảm vừa phát huy sức mạnh của lực lượng sản xuất hiện đại, vừa giữ vững bản chất tốt đẹp của chủ nghĩa xã hội, phù hợp với điều kiện đất nước trong kỷ nguyên vườn mình [1].

Chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo đóng vai trò quan trọng, là động lực cho sự phát triển xã hội, nâng cao dân trí, đào tạo nguồn nhân lực và bồi dưỡng nhân tài, góp phần quan trọng vào thực hiện thắng lợi sự nghiệp công

Abstract - Education, the foremost national policy of every country, plays a pivotal role in sustainable national development. In the context of international integration and the digital transformation revolution, Vietnam's education system is facing pressing demands for innovation and quality enhancement to meet the need for a high-quality workforce in the new era. Digital transformation presents opportunities to renew teaching methods, improve educational management, and expand learning spaces, while also posing challenges in terms of technological infrastructure, digital competence, and adaptability to change. This article emphasizes the urgency of examining the challenges and opportunities, and proposes comprehensive solutions, including: fostering digital skills for teachers, building a national digital library, investing in advanced technologies (AI, VR/AR, IoT), strengthening international cooperation, and thoroughly implementing the Party's and Government's resolutions.

Keywords - Education; digital transformation; AI, VR/AR, IoT; digital skills; technologies.

nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Trong giáo dục, mục tiêu cuối cùng là tạo ra đội ngũ nhân lực mới cho xã hội, nhằm chinh phục đỉnh cao của trí tuệ nhân loại, tức là đào tạo nguồn nhân lực, đội ngũ nhân tài chất lượng cao cho sự nghiệp cách mạng. Giáo dục luôn là nhiệm vụ trọng tâm nhất của mọi quốc gia - dân tộc, bất kỳ thay đổi nào cũng ít nhiều liên quan đến giáo dục, bởi lẽ "Một dân tộc dốt là một dân tộc yếu" [2]; đồng thời, "giáo dục và đào tạo có sứ mệnh nâng cao dân trí, phát triển nguồn nhân lực, bồi dưỡng nhân tài, góp phần quan trọng phát triển đất nước, xây dựng nền văn hóa và con người Việt Nam" [3].

Chuyển đổi số (Digital transformation) được hiểu cơ bản là "Chuyển đổi số là quá trình con người thay đổi cách sống, cách làm việc, và phương thức sản xuất với các công nghệ số" [4]. Như vậy, thực chất của chuyển đổi số là việc chuyển đổi từ cách sống, cách làm việc truyền thống sang cách sống và làm việc với cả các phiên bản số hóa của những thực thể cũng như tăng cường khả năng kết nối của chúng trong không gian số. Chuyển đổi số cũng chính là bước phát triển tiếp theo của tin học hóa, với sự tiến bộ của những ngành công nghệ mới một cách vượt bậc, "một quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của những cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất

dựa trên các công nghệ số” [5].

Kể từ khi Việt Nam chính thức gia nhập mạng Internet toàn cầu (ngày 19-11-1997), Internet đã trải qua ba thập kỷ phát triển mạnh mẽ, trở thành hạ tầng cốt lõi cho chuyển đổi số quốc gia. Tuy nhiên, với những thay đổi trong chính sách và nhu cầu hội nhập quốc tế, Internet tại Việt Nam đã có những bước nhảy vọt. Năm 1997, chỉ hơn 200.000 người Việt sử dụng Internet; đến năm 2007, con số này đã tăng lên gần 20 triệu người, chiếm khoảng 24% dân số. Tính đến tháng 1-2024, Việt Nam có 78,44 triệu người dùng Internet, tương đương 79,1% dân số, với thời gian sử dụng trung bình gần 07 giờ mỗi ngày [6]; đặc biệt, số lượng người sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội, như Facebook, Tiktok, Youtube,... luôn chiếm trên 50% và có sự phát triển rất nhanh chóng cùng mức độ tiếp cận, lan tỏa mạnh mẽ đến số đông người dùng.

Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” đã quyết định ngày 10 tháng 10 hằng năm là Ngày Chuyển đổi số quốc gia. Điều này cho thấy tiềm năng to lớn của các phương tiện truyền thông xã hội, ngày càng có sự chiếm lĩnh không gian thông tin, kéo theo năng lực thông tin, tuyên truyền trong ngành giáo dục rộng mở [7]. Mặt khác, kỷ nguyên số là thời đại mà các công nghệ thông minh, hiện đại, các máy tính, trí tuệ nhân tạo được sử dụng để thay thế hoặc hỗ trợ cho các hoạt động thường ngày của con người. Theo đó, chính sự bùng nổ của các nền tảng công nghệ mở ra nhiều điều kiện thuận lợi trong thúc đẩy các hoạt động chuyển tải kiến thức trở nên đa dạng, phong phú trong cả hình thức trực tiếp lẫn trực tuyến, đồng thời, việc ứng dụng công nghệ tiên tiến giúp nâng cao trải nghiệm tích cực người học; cải thiện phương pháp giảng dạy theo hướng hiện đại, hiệu quả, thuận tiện [8]. Hiện tại, chuyển đổi số trong giáo dục được ứng dụng dưới 3 hình thức chính (trong phương pháp giảng dạy, như lớp học thông minh, lập trình, ...; trong quản lý, như công cụ vận hành, quản lý; trong lớp học, như công cụ giảng dạy, cơ sở vật chất).

Đẩy mạnh chuyển đổi số hiện nay đang được rất nhiều quốc gia trên thế giới tiến hành, đem lại những thành công nhất định, như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc... Ở nước ta, chương trình chuyển đổi số quốc gia được Thủ tướng Chính phủ chính thức phê duyệt tại Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 [9]. Sau đó, trong đề án “Nâng cao nhận thức, phổ cập kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” (Quyết định số 146/QĐ-TTg ngày 28/01/2022 của Thủ tướng Chính phủ) có đề cập mục tiêu cụ thể là hoàn thiện mô hình “Giáo dục đại học số” [10]. Như vậy, chuyển đổi số giáo dục được coi là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu của quốc gia hiện nay. Thực tế, công nghệ số hóa đã ảnh hưởng đến nhiều lĩnh vực: kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội... Khi sự phát triển vượt bậc về công nghệ và các luồng thông tin thì vai trò quan trọng nhất trong việc xây dựng năng lực số của các công dân tương lai thuộc về hệ thống giáo dục, nơi mà nhiệm vụ của nó là chuẩn bị cho học sinh khả năng làm việc với một loạt nguồn thông tin và phương tiện truyền thông; năng lực đánh giá và chọn lọc

thông tin và áp dụng chúng để giải quyết các vấn đề cá nhân và có ý nghĩa xã hội.

Có thể khẳng định, hệ thống giáo dục ngày nay có vai trò quan trọng trong việc bảo đảm sự chuyển đổi mạnh mẽ sang thời đại số hóa, mở ra các loại hình công việc mới trong bối cảnh cách mạng công nghiệp thứ tư. Chuyển đổi số đã và đang thay đổi cách chúng ta sống, làm việc và học tập. Cùng với đó, thực tiễn giáo dục đất nước đang trải qua sự biến đổi mạnh mẽ nhờ vào sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và truyền thông. Điều này đặt ra một loạt thách thức và cơ hội, đặc biệt trong lĩnh vực giáo dục. Trong bối cảnh này, vai trò của giáo viên trở nên ngày càng quan trọng và việc phát triển năng lực của giáo viên để thích nghi với môi trường mới là một vấn đề cấp bách. Hiện tại, chuyển đổi số được ứng dụng dưới 3 hình thức chính: 1- Ứng dụng công nghệ trong phương pháp giảng dạy: Lớp học thông minh, lập trình, ... vào việc giảng dạy; 2- Ứng dụng công nghệ trong quản lý: Công cụ vận hành, quản lý; 3- Ứng dụng công nghệ trong lớp học: Công cụ giảng dạy, cơ sở vật chất [11].

2. Tác động của chuyển đổi số đến giáo dục

Thực tế, nhờ sự hỗ trợ của khoa học - công nghệ hiện đại và Internet giúp cho đội ngũ nhà giáo, cán bộ quản lý giáo dục có nhiều thuận lợi trong đổi mới nội dung chương trình, phương pháp giảng dạy, tổ chức kiểm tra, đánh giá chất lượng người học theo hướng nhanh chóng, hiệu quả, mang đến một màu sắc mới cho các môn học, thậm chí những môn mang bản chất vốn “xơ cứng”. Điều này, làm tăng tính chủ động cho người học và người dạy trong bài giảng. Bên cạnh đó, những tài nguyên học tập số được cung cấp trực tuyến một cách tự do và mở cho sinh viên và giảng viên có thể sử dụng, chia sẻ... trong hoạt động học tập, giảng dạy và nghiên cứu.

Những phương thức giáo dục truyền thống sẽ bị thay đổi bởi những công nghệ giáo dục hoàn toàn mới mẽ gắn liền với ứng dụng một cách phổ biến của công nghệ thông tin và các dạng thức của internet. Khi đó, sẽ hình thành nên những không gian giáo dục ảo vô cùng rộng lớn, kết nối hàng trăm, hàng nghìn hoặc hơn nữa số người học cùng một lúc với những chương trình giáo dục tiên tiến đã được giảng viên lập trình sẵn. Nhờ vậy, việc tìm kiếm, chia sẻ tri thức khoa học không còn bị giới hạn trên những giảng đường truyền thống. Giảng viên và sinh viên có thể ở bất kỳ đâu, vào bất cứ lúc nào đều có thể tham gia giảng dạy, học tập. Bên cạnh đó, nó còn tiết kiệm được nhiều nguồn lực trong giáo dục, giảng viên có thể tái sử dụng các bài giảng.

Bên cạnh thành tựu đạt được, giáo dục đại học ở Việt Nam hiện nay còn tồn tại một số hạn chế, như hiện tượng tiêu cực, yếu kém về chất lượng sản phẩm đào tạo; sự thiếu thích ứng của các trường đại học trước những biến đổi to lớn ngày càng nhanh của khoa học, công nghệ, nhất là công nghệ số hiện nay. Nền kinh tế xuyên quốc gia của quá trình toàn cầu hóa, sự quốc tế hóa về giáo dục, sự phát triển công nghệ thông tin và viễn thông trong giáo dục, ... cũng như chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam đòi hỏi phải đổi mới nền giáo dục đại học nước nhà. Ở khía cạnh khác, chất lượng đào tạo chưa đạt yêu cầu, cơ cấu nguồn

nhân lực bất hợp lý chính là “nguyên nhân” khiến cho thị trường lao động luôn ở tình trạng thừa mà vẫn thiếu. Theo khảo sát điều tra của Học viện chế tạo và Hãng Deloitte với 450 giám đốc điều hành sản xuất cho thấy những lĩnh vực mà nhân công thiếu kỹ năng nhất là: công nghệ và máy tính (70%), giải quyết vấn đề (69%), đào tạo kỹ thuật cơ bản (67%) và kỹ năng tính toán (60%). Trên cơ sở đánh giá, phân tích thực tiễn cho thấy, nhiều yêu cầu mới đặt ra trong lĩnh vực giáo dục bởi quá trình chuyển đổi số, cụ thể: 1- Quá trình số hóa đòi hỏi thời gian và nguồn lực đáng kể. Thách thức thường xảy ra khi không có sự cam kết dài hạn, không có quy trình theo dõi và đánh giá cụ thể để đảm bảo việc thực hiện chiến lược; 2- Sự thay đổi thói quen và quy trình công việc có thể gặp sự phản đối từ một số người trong tổ chức. Điều này đòi hỏi sự lãnh đạo mạnh mẽ và tạo điều kiện để khuyến khích người tham gia chấp nhận thay đổi; 3- Đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin đôi khi đòi hỏi nguồn lực tài chính lớn. Việc duy trì và cập nhật các hệ thống cũng có thể là một thách thức, đặc biệt đối với các trường đại học có nguồn tài chính hạn chế; 4- Đầu tư vào hạ tầng có thể đòi hỏi nguồn lực tài chính đáng kể, bảo đảm tính hoàn chỉnh và an toàn của môi trường số hóa là một thách thức về bảo mật.

Cùng với đó, quá trình chuyển đổi số cũng làm nảy sinh nhiều khó khăn, thách thức trong nhiệm vụ xây dựng văn hóa nhà trường nhân văn, hiện đại gắn với nâng cao năng lực giảng dạy của đội ngũ giáo viên, ở những vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi sẽ vấp phải nhiều khó khăn, thách thức, khó để theo kịp mặt bằng giáo dục chung cả nước gián tiếp khiến tiêu chuẩn công tác giảng dạy khó đạt được sự thống nhất trong cả nước. Như vậy, việc chuyển đổi số trong giáo dục đại học đòi hỏi một chiến lược rõ ràng và bền vững, sự thích nghi của nhân lực với thay đổi, sự đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ và việc tạo môi trường số hóa.

3. Nhiệm vụ, giải pháp tận dụng lợi thế chuyển đổi số để nâng cao chất lượng giáo dục nước ta hiện nay

Thứ nhất, những năm qua, dưới sự lãnh đạo của Đảng, Việt Nam đạt được nhiều thành tựu to lớn, rằng “Đất nước ta chưa bao giờ có được cơ đồ, tiềm lực, vị thế và uy tín quốc tế như ngày nay” [12]. Tuy nhiên, trong bối cảnh thế giới đang có những bước chuyển mạnh mẽ với sự phát triển như vũ bão, dân tộc ta chuẩn bị bước vào kỷ nguyên vươn mình, mở ra nhiều cơ hội phát triển nhưng đồng thời cũng đặt ra nhiều khó khăn, thách thức đòi hỏi toàn dân tộc phải nỗ lực, cùng cố gắng, đặc biệt là đội ngũ nhà giáo và cán bộ quản lý giáo dục, chú trọng cải thiện cả về thể chất, tinh thần, nâng tầm trí tuệ và tư duy, góp phần làm cho dân tộc Việt Nam trở dậy mạnh mẽ, hiện thực hóa khát vọng “xây dựng thành công nước Việt Nam xã hội chủ nghĩa, dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh, sánh vai với các cường quốc năm châu” [13]. Phải tính toán, xây dựng và triển khai chương trình tập huấn, bồi dưỡng hằng năm về công nghệ thông tin và chuyển đổi số cho cán bộ, công chức, viên chức, người lao động trong cơ quan, đơn vị, đặc biệt trong các môi trường giáo dục, bảo đảm toàn dân đều có kỹ năng công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu hoạt động công vụ và cung cấp dịch vụ công trực tuyến trên tinh thần “Phát huy tối đa nguồn lực con người

- nhân tố quyết định của sự nghiệp đổi mới” [1]. Mặt khác, chú trọng kết hợp hài hòa giữa triết lý giáo dục của nhà trường với giá trị văn hóa truyền thống dân tộc và các hệ giá trị mang tính toàn cầu; tích cực, chủ động khai thác hệ giá trị nhân văn vì mục tiêu hướng tới con người để làm nền tảng cho sự phát triển bền vững của nhà trường trong thời kỳ hội nhập [14].

Thứ hai, người đứng đầu cơ sở giáo dục - đào tạo phải quyết liệt, chủ động thay đổi tư duy nhận thức về tính tất yếu của chuyển đổi số, đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ của thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Nghiêm túc quán triệt Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia theo các mục tiêu rất cụ thể, đổi mới cách nghĩ, cách làm, nhằm hiện thực hóa các chủ trương, xóa bỏ rào cản, giải phóng năng lực để tạo đột phá trong phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, xem đây là động lực chính thúc đẩy sự phát triển của đất nước trong kỷ nguyên mới. Ngày 09/01/2025, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 03/NQ-CP: Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 57-NQ/TW; theo đó, ngành Giáo dục phải tập trung thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm, như hoàn thiện thể chế, chính sách, rà soát, tháo gỡ các “điểm nghẽn”; trao quyền tự chủ cho các cơ sở giáo dục đại học; nâng cao năng lực hệ thống và hiệu quả quản lý nhà nước, tối ưu hiệu quả hoạt động của giáo dục đại học; phát triển mạng lưới giáo dục đại học số, tạo mục tiêu nâng cao chất lượng; xây dựng khung phát triển giáo dục đại học làm căn cứ tiếp tục đổi mới phát triển căn bản, toàn diện giáo dục đại học; tập trung đào tạo nhân lực STEM gắn với nghiên cứu khoa học và đổi mới sáng tạo; xây dựng kế hoạch hành động, tổ chức triển khai, kiểm tra, giám sát, hiện thực hóa mục tiêu đưa khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia là đột phá quan trọng hàng đầu.

Cùng với đó, tập trung nghiên cứu, xây dựng thư viện số quốc gia đối với tất cả các ngành nghề đào tạo ở mọi cấp độ giáo dục. Việc tạo ra một cơ sở dữ liệu quốc gia, một nguồn dữ liệu thống nhất và dùng chung tạo thành hiệu ứng mạng lưới liên kết hay trí tuệ cộng đồng. Xây dựng thư viện số quốc gia về các công trình nghiên cứu khoa học tương tự như các trang thông tin như scopus.com, clarivate.com hay elibrary.ru là điều thực sự cần thiết đối với các nhà nghiên cứu. Thứ nhất là giúp người đọc có thể tra cứu các nghiên cứu một cách dễ dàng. Thứ hai là đánh giá được mức độ ảnh hưởng của các nhà nghiên cứu.

Thứ ba, tiếp tục đầu tư hạ tầng công nghệ thông tin đủ mạnh cho các hoạt động quản lý giáo dục, dạy và học, nghiên cứu về AI, Bigdata, IoT và Blockchain. Ứng dụng VR vào giảng dạy ở các cơ sở giáo dục đại học. Công nghệ đồ họa 3D đã có ứng dụng từ lâu nhưng phát triển mạnh gần đây nhờ những tiến bộ vượt bậc về phần cứng và phần mềm. Các ngành cơ khí chế tạo, xây dựng coi ứng dụng VR và AR là các công nghệ số thiết yếu. Xây dựng kho học liệu số tất cả các nội dung giảng dạy, đặc biệt là kho video giảng dạy các nội dung thực hành. Kho học liệu số đáp ứng chuẩn đầu ra môn học và chương trình đào tạo là nguồn tài liệu thực sự cần thiết cho sinh viên góp phần nâng cao chất lượng dạy và học, đồng thời nâng cao mức độ chuyển đổi

số của mỗi cơ sở giáo dục.

Thứ tư, thực hiện chuyển đổi số được tiến hành toàn diện, đồng bộ nhưng có trọng tâm, trọng điểm, phù hợp với từng ngành, lĩnh vực. Lưu ý, chỉ nên coi phương tiện dạy học và công nghệ thông tin là công cụ hỗ trợ cho việc triển khai các nội dung dạy học. Chất lượng dạy học sẽ nâng lên khi vai trò của nó được phát huy trong mối quan hệ với các yếu tố khác như: phương pháp, năng lực, kỹ năng, thái độ... của giảng viên. Cùng với đó, tăng cường đào tạo và bồi dưỡng kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin cho giảng viên, giảng viên để nhanh chóng tiếp cận với lượng tri thức khổng lồ của nhân loại; cập nhật nhanh chóng, kịp thời những kiến thức mới, những vấn đề thực tiễn nóng bỏng để làm phong phú và nâng cao tính thực tiễn của bài giảng, đem lại sự hứng thú cho người học. Vì vậy, nhà trường cần quan tâm đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng sử dụng phương tiện kỹ thuật hiện đại, kỹ năng sử dụng, khai thác và xử lý thông tin trên internet cho người dạy.

Thứ năm, đẩy mạnh hợp tác, liên doanh, liên kết với các trường đại học nước ngoài để nâng cao chất lượng đào tạo và nghiên cứu. Đồng thời, sinh viên Việt Nam cũng được khuyến khích tham gia vào các chương trình trao đổi sinh viên và thực tập quốc tế để mở rộng kiến thức và trải nghiệm quốc tế. Cụ thể như: chương trình học bổng và hợp tác với trường đại học nước ngoài, Việt Nam đã tiếp nhận nhiều chương trình học bổng từ các tổ chức và trường đại học quốc tế. Nhờ đó, sinh viên và giảng viên có cơ hội nhận được chương trình đào tạo và nghiên cứu tại các trường đại học hàng đầu trên thế giới. Ngoài ra, các trường đại học ở Việt Nam cũng đã thiết lập các liên kết và hợp tác với các trường đại học nước ngoài để trao đổi kiến thức, kỹ thuật và tài nguyên. Khuyến khích học sinh, sinh viên tham gia vào các chương trình trao đổi sinh viên và thực tập quốc tế, từ đó giúp sinh viên có cơ hội trải nghiệm học tập, làm việc trong môi trường quốc tế, mở rộng kiến thức và kỹ năng xây dựng mạng lưới quan hệ quốc tế. Đồng thời, sinh viên quốc tế cũng được đón tiếp và chào đón tại các trường đại học ở Việt Nam, tạo ra một môi trường đa văn hóa và giao lưu. Hợp tác quốc tế trong lĩnh vực giáo dục đại học đã mang lại nhiều lợi ích cho Việt Nam, tuy nhiên, việc hợp tác quốc tế vẫn còn đòi hỏi sự đầu tư và nỗ lực liên tục để phát triển và duy trì các mối quan hệ hợp tác bền vững và có ích cho cả Việt Nam và các đối tác quốc tế.

Thứ sáu, quan tâm đến chiến lược phát triển nhân sự, trong đó nòng cốt là đội ngũ nhà giáo, xem đây là nhiệm vụ cấp bách, trong đó, cần ý thức rằng nghiên cứu khoa học trên môi trường công nghệ số là xu hướng khách quan của sự tồn tại. Trong bối cảnh hiện nay, vấn đề đầu tư cho nghiên cứu khoa học của giảng viên cần được quan tâm hàng đầu. Giảng viên được cân ưu tiên tốt nhất về môi trường, chế độ và chính sách để có thể phát triển năng lực nghiên cứu khoa học, đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số của quốc gia và thế giới, góp phần vào việc nâng cao chất lượng giáo dục đào tạo cả nước nói chung. Các cơ sở giáo dục cần tạo điều kiện thuận lợi và cử các giảng viên tham gia các khóa đào tạo liên quan đến kỹ năng số trong giảng dạy và nghiên cứu khoa học của các tổ chức có uy tín. Mở rộng tiếp cận công nghệ nhằm đảm bảo người học, người dạy và nhà trường có khả năng sử dụng công nghệ là một cơ hội

lớn. Bên cạnh đó, nhanh chóng nghiên cứu, hoàn thiện hệ thống pháp lý và ứng dụng các phần mềm quản lý; thống nhất các quy định về khai thác và chia sẻ dữ liệu, hình thức trong giảng dạy, quản lý hiệu quả khóa học trực tuyến, điều kiện mở trường học, ... Hiện nay, ứng dụng các phần mềm quản lý trong thực hiện chuyển đổi số trong giáo dục là giải pháp được nhiều cơ sở áp dụng [8].

4. Kết luận

Chuyển đổi số trong giáo dục là kim chỉ nam chiến lược, không chỉ đáp ứng xu thế tất yếu của thời đại mà còn là động lực cốt lõi để kiến tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, góp phần đưa dân tộc Việt Nam vươn mình mạnh mẽ trong kỷ nguyên mới. Quá trình này mở ra cơ hội đổi mới toàn diện, từ phương pháp giảng dạy hiện đại, quản lý giáo dục hiệu quả, đến xây dựng không gian học tập số hóa không giới hạn, giúp khơi dậy tiềm năng sáng tạo và nâng tầm trí tuệ. Tuy nhiên, những thách thức về hạ tầng công nghệ, năng lực số của đội ngũ giảng viên và sự thích nghi với thay đổi đòi hỏi một tầm nhìn dài hạn cùng sự cam kết mạnh mẽ từ mọi cấp, mọi ngành.

Để hiện thực hóa tiềm năng của chuyển đổi số, Việt Nam cần triển khai đồng bộ các giải pháp trọng tâm mà bài báo đã đề xuất. Trước hết, việc bồi dưỡng kỹ năng công nghệ thông tin cho đội ngũ nhà giáo và cán bộ quản lý phải được tiến hành thường xuyên, kết hợp hài hòa triết lý giáo dục nhân văn với giá trị văn hóa dân tộc và toàn cầu. Thứ hai, xây dựng thư viện số quốc gia và đầu tư hạ tầng công nghệ tiên tiến, như AI, Big Data, IoT, VR/AR, sẽ tạo nền tảng vững chắc cho nghiên cứu và giảng dạy. Thứ ba, thúc đẩy hợp tác quốc tế, từ trao đổi học thuật đến các chương trình học bổng, sẽ mở rộng cơ hội tiếp cận tri thức tiên tiến cho sinh viên và giảng viên. Cuối cùng, vai trò lãnh đạo quyết liệt của các cơ sở giáo dục, cùng với việc quán triệt Nghị quyết 57-NQ/TW và Nghị quyết 03/NQ-CP, sẽ là chìa khóa để tháo gỡ các điểm nghẽn, giải phóng năng lực sáng tạo và biến chuyển đổi số thành động lực đột phá.

Với sự đồng lòng của toàn xã hội, sự chỉ đạo sát sao của Đảng và Chính phủ, chuyển đổi số trong giáo dục sẽ không chỉ nâng cao chất lượng đào tạo mà còn góp phần hiện thực hóa khát vọng xây dựng một nước Việt Nam xã hội chủ nghĩa dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh, sánh vai với các cường quốc năm châu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Tô Lâm: “Chuyển đổi số - Động lực quan trọng phát triển lực lượng sản xuất, hoàn thiện quan hệ sản xuất đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới”, Tạp chí Cộng sản, số 1.045 (tháng 9-2024), tr. 6.
- [2] Hồ Chí Minh toàn tập, t.4, Nxb. Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội, 2011, tr. 7.
- [3] Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, tr. 77.
- [4] Bùi Thị Nga. (2020). *Giáo dục đại học: cơ hội và thách thức trong chuyển đổi số*, Tạp chí Thông tin và Truyền thông.
- [5] *Cẩm nang chuyển đổi số* của Bộ Thông tin và Truyền thông năm 2021 đã khẳng định.
- [6] Bộ Khoa học và Công nghệ: Internet Việt Nam: “Ba mươi năm phát triển thần tốc”, ngày 27-12-2024, <https://mst.gov.vn/internet-viet-nam-ba-muoi-nam-phat-trien-than-toc-197241227122858638.htm>.
- [7] Nguyễn Thị Trường Giang - Nguyễn Thị Thu: “Sử dụng mạng xã hội trong truyền thông chính trị ở Việt Nam”, Tạp chí Lý luận chính trị, ngày 9-9-2022,

<http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/dien-dan/item/4465-su-dung-mang-xa-hoi-trong-truyen-thong-chinh-tri-o-viet-nam.html>.

[8] Bùi Thị Huế, Bùi Đức Thịnh và Vũ Thị Tuyết Lan: “*Chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo: Thực trạng và Giải pháp*”, Tạp chí Khoa học và công nghệ Việt Nam điện tử, ngày 15-8-2022, <http://vjst.vn/vn/tin-tuc/6707/chuyen-doi-so-trong-giao-duc-va-dao-tao--thuc-trang-va-giai-phap.aspx>.

[9] Nguyễn Bình Huy, Trần Hải Anh, Nguyễn Hữu Tâm (2023), *Chuyển đổi số - xu hướng tất yếu trong giáo dục đại học ở Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Công thương, 10/08/2023.

[10] Quyết định số 146/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: *Phê duyệt Đề án "Nâng cao nhận thức, phổ cập kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025*.


[11] Quyết định số 2222/QĐ/TTg, ngày 30-12-2021, của Thủ tướng Chính phủ, phê duyệt *Chương trình chuyển đổi số trong giáo dục nghề nghiệp đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*, Hà Nội.

[12] *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Sđd, t. II, tr. 322

[13] Tô Lâm: “*Một số nhận thức cơ bản về kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc*”, Tạp chí Cộng sản, số 1.050 (tháng 11-2024), tr. 3.

[14] Trịnh Ngọc Toàn và Nguyễn Thị Hoàng Yến: “*Văn hóa nhà trường trong bối cảnh toàn cầu hóa*”, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm Hà Nội, Vol. 62, No. 1, 2017, tr. 159.

Thông tin về tác giả

	<p>PGS.TS. Trần Thọ Quang</p> <p>Vụ trưởng, Trường Cơ quan Thường trực Tạp chí Cộng sản tại miền Trung - Tây Nguyên ; Ủy viên Ban Chấp hành Trung ương, Thư ký Hội hữu nghị Việt Nam – Trung Quốc.</p> <p>Nguyên Phó Viện trưởng Viện Quan hệ quốc tế - Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.</p> <p>PGS.TS. Trần Thọ Quang nhận học vị tiến sĩ chuyên ngành Quan hệ Quốc tế tại Học viện Ngoại giao Trung Quốc năm 2012 và tháng 12/2016, được Hội đồng chức danh giáo sư Nhà nước phong Phó Giáo sư chuyên ngành Chính trị học.</p> <p>Một trong 03 tác giả đồng chủ biên cuốn sách “Về vấn đề biến động chính trị tại Hồng Kông” và có nhiều bài báo khoa học trong lĩnh vực chính trị.</p>
--	---

MỨC ĐỘ HÀI LÒNG ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM, ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

EMPLOYEE SATISFACTION WITH INTERNAL COMMUNICATION: A STUDY AT THE UED, UD

Trần Văn Vỹ*, Trần Thị Yến Minh

Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng

Tran Van Vy*, Tran Thi Yen Minh

The University of Da Nang, University of Science and Education; tvvy@ued.udn.vn, ttyminh@ued.udn.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Trần Văn Vỹ (email: tvvy@ued.udn.vn)

Tóm tắt - Trong bối cảnh giáo dục đại học chịu nhiều áp lực từ chuyển đổi số, toàn cầu hóa và cải cách quản trị, truyền thông nội bộ ngày càng đóng vai trò chiến lược trong việc nâng cao hiệu quả vận hành và gắn kết tổ chức. Tuy nhiên, tại Việt Nam, lĩnh vực này trong các cơ sở giáo dục công lập vẫn chưa được nghiên cứu đầy đủ và hệ thống. Nghiên cứu này nhằm đo lường mức độ hài lòng của viên chức, người lao động đối với hoạt động truyền thông nội bộ tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Dữ liệu được thu thập từ 104 đáp viên thông qua bản hỏi xây dựng dựa trên mô hình thỏa mãn truyền thông của Downs và Hazen và được phân tích bằng thống kê mô tả, One-way ANOVA [36]. Kết quả cho thấy mức độ hài lòng tổng thể ở mức khá cao, trong đó các kênh truyền thông số như mạng xã hội ghi nhận điểm số nổi bật. Tuy nhiên, mức độ hài lòng có sự khác biệt đáng kể theo các yếu tố nhân khẩu học như thâm niên, học vị, chức vụ và tần suất tương tác, trong khi giới tính không tạo ra sự khác biệt có ý nghĩa. Nghiên cứu góp phần bổ sung bằng chứng thực nghiệm và đưa ra hàm ý cải tiến chính sách truyền thông nội bộ trong bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam.

Từ khóa - Chiến dịch truyền thông; chuyển đổi số; hiệu quả truyền thông; truyền thông giáo dục; truyền thông nội bộ.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh các cơ sở giáo dục đại học đang chịu áp lực ngày càng lớn từ tiến trình chuyển đổi số, toàn cầu hóa giáo dục, cải cách cơ cấu tổ chức, thúc đẩy tự chủ và đổi mới mô hình quản trị, nhu cầu thiết lập một hệ thống truyền thông nội bộ hiệu quả trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Truyền thông nội bộ không chỉ dừng lại ở chỗ vận hành kỹ thuật mà còn là một công cụ chiến lược, góp phần bảo tồn bản sắc tổ chức, củng cố sự gắn kết giữa các thành viên và nâng cao năng lực thích ứng của nhà trường trước những biến động và thách thức của môi trường giáo dục hiện đại [1], [2].

Tuy nhiên, mặc dù đã có nhiều nghiên cứu được thực hiện trong bối cảnh doanh nghiệp, các nghiên cứu trong lĩnh vực giáo dục đại học, đặc biệt là tại các quốc gia đang phát triển vẫn còn tương đối hạn chế. Chẳng hạn, trong nghiên cứu đánh giá hệ thống (systematic review) của Tkalac Verčič [3] đã phân tích 77 nghiên cứu trong khoảng thời gian từ năm 1990 đến 2022 về truyền thông nội bộ kỹ

Abstract - In the context of higher education facing increasing pressures from digital transformation, globalization, and governance reforms, internal communication has become an essential strategic tool for enhancing operational efficiency and organizational cohesion. However, in Vietnam, this area remains under-researched, especially within public higher education institutions. This study aims to assess employee satisfaction with internal communication practices at the University of Education, The University of Danang. Data were collected from 104 respondents using a questionnaire developed based on the Communication Satisfaction framework by Downs and Hazen (1977), and analyzed using descriptive statistics and one-way ANOVA. Findings indicate a generally high level of satisfaction, particularly with digital communication channels such as social media. Nevertheless, satisfaction levels vary significantly by demographic factors, including years of service, academic qualification, job position, and frequency of interaction with internal communication channels, while gender differences were found to be statistically insignificant. The study contributes empirical evidence to the limited body of literature on internal communication in Vietnamese higher education and provides practical implications for improving communication strategies in public university contexts.

Keywords - Communication campaign; communication effectiveness; digital transformation; educational communication; internal communication.

thuật số, chỉ ra rằng phần lớn các công trình tập trung tại khu vực Bắc Mỹ và Châu Âu, trong khi thiếu vắng tiếng nói học thuật từ khu vực châu Á, châu Phi và các nước đang phát triển như Việt Nam. Điều này cho thấy nhu cầu cấp thiết cần bổ sung những nghiên cứu bối cảnh hóa, đặc biệt trong môi trường giáo dục công lập của Việt Nam.

Tại Việt Nam, truyền thông nội bộ trong các cơ sở giáo dục đại học đang đối mặt với nhiều thách thức như cơ cấu nhân sự truyền thông chưa chuyên nghiệp, thiếu chiến lược rõ ràng và tình trạng quá tải thông tin giữa các cấp quản lý [4]. Dù một số nghiên cứu gần đây đã bước đầu khai phá mối liên hệ giữa truyền thông nội bộ, sự hài lòng và cam kết tổ chức [5] vẫn còn thiếu những nghiên cứu đánh giá hiệu quả truyền thông cụ thể trong từng trường hợp điển cứu.

Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng là một đơn vị trọng điểm khu vực miền Trung - Tây Nguyên, với cơ cấu tổ chức đa dạng và đội ngũ giảng viên, cán bộ, nhân viên phong phú. Trong bối cảnh đơn vị đang đẩy mạnh hiện

đại hóa quản trị và tăng cường tương tác nội bộ, việc nghiên cứu đánh giá hiệu quả truyền thông nội bộ không chỉ có ý nghĩa thực tiễn mà còn là một đóng góp học thuật giá trị cho khung lý luận truyền thông tổ chức trong môi trường giáo dục.

Vì vậy, đề tài **“Mức độ hài lòng đối với hoạt động truyền thông nội bộ: nghiên cứu tại trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng”** nhằm mục tiêu bổ sung bằng chứng thực nghiệm trong bối cảnh giáo dục đại học công lập Việt Nam, đồng thời góp phần thu hẹp khoảng trống nghiên cứu toàn cầu về truyền thông nội bộ tại các nước đang phát triển - vốn vẫn còn bị bỏ ngỏ trong hệ thống học thuật quốc tế. Nghiên cứu tập trung trả lời các câu hỏi sau:

RQ1: *Mức độ thỏa mãn (hài lòng) của viên chức, người lao động tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng đối với hoạt động truyền thông nội bộ hiện nay như thế nào?*

RQ2: *Liệu đặc điểm nhân khẩu học (như độ tuổi, giới tính, vị trí công tác, thâm niên) có tạo ra sự khác biệt đáng kể về mức độ thỏa mãn (hài lòng) đối với hoạt động truyền thông nội bộ của người lao động?*

2. Kết quả nghiên cứu và khảo sát

2.1. Vai trò của truyền thông nội bộ trong tổ chức giáo dục đại học

Truyền thông nội bộ đóng vai trò thiết yếu trong việc đảm bảo luồng thông tin xuyên suốt, tăng cường sự phối hợp giữa các bộ phận và góp phần định hướng văn hóa tổ chức [6]. Trong nhiều thập kỷ, phần lớn các nghiên cứu về truyền thông nội bộ tập trung vào bối cảnh doanh nghiệp, nhấn mạnh tác động của truyền thông nội bộ đến sự gắn kết nhân viên, năng suất làm việc và văn hóa tổ chức [3], [7], [8]. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, sự quan tâm của các học giả đối với truyền thông nội bộ trong các tổ chức giáo dục đại học ngày càng tăng, phản ánh nhu cầu tối ưu hóa hệ thống quản lý thông tin và nâng cao mức độ gắn kết tổ chức trong môi trường giáo dục [9], [10].

Nhiều nghiên cứu đã khẳng định tầm quan trọng của truyền thông nội bộ trong các cơ sở giáo dục đại học, đặc biệt trong các khía cạnh như quản trị tổ chức, đổi mới chiến lược và gắn kết nhân viên. Theo Saharudin [2], truyền thông nội bộ đóng vai trò trung gian quan trọng trong quản lý sự thay đổi, giúp các tổ chức giáo dục đại học thích ứng với những cải cách về chính sách, cơ cấu và công nghệ. Tương tự, [4] chỉ ra rằng, truyền thông nội bộ giúp tổ chức gia tăng bốn loại vốn quan trọng: vốn tổ chức, vốn thông tin, vốn con người và vốn cộng đồng. Trong bối cảnh môi trường giáo dục liên tục biến động, một hệ thống truyền thông nội bộ hiệu quả có thể giúp đảm bảo tính minh bạch, giảm thiểu nguy cơ khủng hoảng và nâng cao sự đồng thuận trong tổ chức [1], [11], [12]. Những phát hiện này nhấn mạnh rằng truyền thông nội bộ không chỉ đóng vai trò hỗ trợ mà còn là một yếu tố quyết định trong sự vận hành và phát triển bền vững của tổ chức.

Bên cạnh đó, truyền thông nội bộ không chỉ tác động đến cơ cấu tổ chức mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe tinh thần và hiệu suất làm việc của nhân viên. Theo nghiên cứu của Qin & Men [13], trong bối cảnh đại dịch

Covid-19, truyền thông nội bộ hiệu quả, đặc biệt là giao tiếp ngang hàng, có thể giúp giảm thiểu căng thẳng và cải thiện sức khỏe tinh thần của nhân viên. Ngoài ra, phong cách giao tiếp của lãnh đạo cũng có tác động đáng kể đến nhận thức và cảm xúc của nhân viên. Yue [14] phát hiện rằng khi lãnh đạo sử dụng ngôn ngữ thúc đẩy, bao gồm sự đồng cảm, chỉ dẫn và truyền động lực, họ có thể khơi dậy những cảm xúc tích cực như niềm vui, tình yêu công việc, niềm tự hào và biết ơn đối với tổ chức. Điều này không chỉ cải thiện hiệu suất làm việc mà còn góp phần xây dựng môi trường làm việc gắn kết và nhân văn hơn.

Trong bối cảnh số hóa, truyền thông nội bộ cũng trải qua những thay đổi nhất định nhờ vào sự phát triển của công nghệ truyền thông hiện đại. Theo Kumar [15], các nền tảng truyền thông xã hội đóng vai trò cầu nối quan trọng, thúc đẩy sự hợp tác, chia sẻ thông tin và nâng cao hiệu suất làm việc của giảng viên và nhân viên hành chính. Khi được tích hợp một cách chiến lược, mạng xã hội không chỉ giúp truyền tải thông tin nhanh chóng mà còn tạo ra một không gian mở để giảng viên, nhân viên hành chính và lãnh đạo tương tác, phản hồi và cùng xây dựng văn hóa của tổ chức. Điều này có nghĩa các trường đại học cần tận dụng công nghệ số để tối ưu hóa truyền thông nội bộ, đặc biệt trong bối cảnh toàn cầu hóa giáo dục.

Hơn nữa, truyền thông nội bộ còn có mối tương quan chặt chẽ với mức độ tham gia và sự hài lòng của nhân viên. Theo nghiên cứu [16], mức độ gắn kết tổ chức có thể bị ảnh hưởng bởi chất lượng truyền thông nội bộ. Sự tham gia của nhân viên được mô tả là trạng thái tinh thần tích cực và gắn bó với công việc, được đặc trưng bởi động lực làm việc, sự tận tụy và say sưa mê mải [17]. Idow [1] đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm về vai trò của truyền thông nội bộ trong quản lý thay đổi tại các tổ chức giáo dục đại học, cho thấy rằng hệ thống truyền thông hiệu quả có thể giúp tăng cường mức độ cam kết của nhân viên với tổ chức. Đồng quan điểm, các nghiên cứu của Jaafari [18], Santos [19] và Tkalac Verčič [20] cũng khẳng định rằng sự hài lòng với truyền thông nội bộ có liên hệ mật thiết với sự hài lòng trong công việc và cuộc sống, từ đó góp phần nâng cao mức độ trung thành của nhân viên với tổ chức.

Tại Việt Nam, truyền thông nội bộ trong các tổ chức chưa thực sự được đầu tư bài bản và hiệu quả, thể hiện qua cơ cấu nhân sự còn manh mún, sự hạn chế trong việc chia sẻ thông tin giữa các cấp, tình trạng quá tải thông tin và thiếu chiến lược rõ ràng [4]. Trong lĩnh vực giáo dục, nghiên cứu của hai tác giả Nguyen & Ha [21] là một trong những nghiên cứu đầu tiên khám phá mối quan hệ giữa truyền thông nội bộ, mức độ gắn kết nhân viên, sự hài lòng trong công việc và lòng trung thành của nhân viên trong tổ chức giáo dục đại học. Kết quả nghiên cứu đã khẳng định rằng truyền thông nội bộ là yếu tố cốt lõi tác động tích cực đến trải nghiệm làm việc và sự cam kết của nhân viên đối với tổ chức. Điều này nhấn mạnh rằng, trong bối cảnh giáo dục hiện đại, các trường đại học không chỉ cần tập trung vào đào tạo và nghiên cứu, mà còn phải xây dựng một hệ thống truyền thông nội bộ mạnh mẽ để duy trì sự ổn định và phát triển bền vững.

2.2. Yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông nội bộ

trong tổ chức giáo dục đại học

Mặc dù truyền thông nội bộ giữ vai trò quan trọng trong sự vận hành và chiến lược phát triển của tổ chức giáo dục đại học nói riêng và tổ chức doanh nghiệp - xã hội nói chung. Tuy nhiên, hiệu quả của truyền thông nội bộ không mang tính tự động đạt hiệu quả như kỳ vọng của tổ chức mà chịu sự chi phối bởi nhiều yếu tố liên quan đến đặc điểm của tổ chức và bối cảnh văn hóa - chính trị - xã hội khác. Các nhóm công chúng mục tiêu của truyền thông nội bộ trong tổ chức giáo dục đại học vô cùng đa dạng, bao gồm, nhóm lao động phổ thông, nhóm hỗ trợ học tập, nhóm hành chính, nhóm học thuật, nhóm người học, nhóm nhà đầu tư và nhóm quản lý chiến lược. Trong bối cảnh chuyển đổi số và toàn cầu hóa, các trường đại học không chỉ cần thiết lập hệ thống truyền thông nội bộ linh hoạt mà còn thường xuyên rà soát, điều chỉnh để đảm bảo tính thích ứng và hiệu quả nhằm duy trì bản sắc của tổ chức, tăng cường hiệu suất và chủ động đối phó với các tình huống khủng hoảng có thể xảy ra [1], [22], [23].

Tổng quan các nghiên cứu hiện tại cho thấy ba nhóm yếu tố nổi bật có ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông nội bộ của tổ chức, bao gồm: (1) văn hóa và phong cách lãnh đạo [14], [24], [25]; (2) sự tham gia và mức độ tin tưởng của nhân viên [26], [27] và (3) công cụ và kênh truyền thông nội bộ [28], [29], [30].

Thứ nhất, văn hóa tổ chức tạo nền tảng cho cách thức triển khai truyền thông. Theo Broucker [31], những tổ chức coi trọng giá trị học thuật và bản sắc thường duy trì truyền thông như một phương tiện giữ gìn văn hóa, trong khi các tổ chức định hướng kết quả lại tận dụng truyền thông để thúc đẩy cải tiến và đổi mới. Bên cạnh đó, phong cách lãnh đạo mang tính cởi mở, khích lệ đối thoại và truyền cảm hứng được chứng minh là có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả truyền thông nội bộ [2], [32].

Thứ hai, sự tham gia và mức độ tin tưởng của nhân viên đóng vai trò thiết yếu trong việc tiếp nhận và phản hồi thông điệp truyền thông. Sự chủ động của nhân viên không chỉ giúp tối ưu hóa hiệu quả truyền thông mà còn củng cố cảm nhận về ý nghĩa công việc và mức độ cam kết với tổ chức [33], [34].

Thứ ba, công cụ và nền tảng truyền thông là phương tiện giúp thông tin được truyền tải một cách minh bạch và nhanh chóng. Việc lựa chọn công cụ phù hợp - từ email, bản tin nội bộ đến các nền tảng mạng xã hội - cần gắn kết với mục tiêu chiến lược của tổ chức và đặc điểm của từng nhóm công chúng [28], [35].

3. Cơ sở lý thuyết

Theo quan điểm của Downs & Hazen [36], sự thỏa mãn trong truyền thông nội bộ là thước đo quan trọng của hiệu quả truyền thông. Thay vì xem xét sự thỏa mãn truyền thông là một khái niệm đơn lẻ thì hai tác giả này đã chứng minh sự thỏa mãn truyền thông là một cấu trúc đa chiều (multidimensional construct), bao gồm nhiều khía cạnh truyền thông khác nhau giữa các thành viên trong tổ chức.

Trong bối cảnh nghiên cứu này, truyền thông - “communication” được hiểu là một quá trình tổ chức mang tính đa chiều, bao gồm nội dung, quan hệ, dòng thông tin

và phương tiện truyền tải chứ không dừng lại trong ý nghĩa phương tiện truyền thông cụ thể - “media”.

Mặc dù được phát triển trong bối cảnh doanh nghiệp, mô hình lý thuyết của Downs & Hazen vẫn giữ nguyên giá trị khi áp dụng vào môi trường giáo dục đại học - nơi mà các hoạt động quản trị, học thuật và hỗ trợ học tập đều phụ thuộc chặt chẽ vào sự vận hành của hệ thống truyền thông nội bộ. Với đặc thù đội ngũ nhân sự đa dạng (gồm giảng viên, nhân viên hành chính, nhân viên tạp vụ...), việc đánh giá hiệu quả truyền thông nội bộ trên cơ sở các yếu tố như phản hồi, tích hợp thông tin, truyền thông ngang hàng và môi trường tổ chức là cần thiết để cải thiện môi trường làm việc, tăng cường sự phối hợp liên phòng ban và nâng cao hiệu suất tổng thể.

Do đó, trong khuôn khổ nghiên cứu này, mô hình thỏa mãn truyền thông (communication satisfaction) được sử dụng như một cơ sở lý thuyết nền tảng để xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá hiệu quả truyền thông nội bộ tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Các yếu tố trong mô hình sẽ được cụ thể hóa, điều chỉnh và kiểm định tính phù hợp thông qua khảo sát thực tế tại đơn vị.

4. Phương pháp nghiên cứu

Nhằm đạt được các mục tiêu nghiên cứu nêu ra ở phần đặt vấn đề, nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp nghiên cứu định lượng, kết hợp giữa mô tả và kiểm định giả thuyết. Công cụ nghiên cứu chính là bản hỏi có cấu trúc nhằm thu thập dữ liệu từ viên chức, người lao động đang công tác, làm việc tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng.

Tính đến năm 2025, tổng thể nghiên cứu bao gồm 355 viên chức, người lao động đang công tác tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Mẫu khảo sát gồm 104 người, được chọn theo phương pháp ngẫu nhiên đơn giản. Kích thước mẫu tối thiểu để thu được kết quả có ý nghĩa thường được khuyến nghị là 100 quan sát (theo chuẩn thống kê phổ biến). Ngoài ra, một nguyên tắc khác cũng được áp dụng là kích thước mẫu tối đa nên vào khoảng 10% tổng thể, miễn không vượt quá 1000 đơn vị. Trong nghiên cứu này, mẫu khảo sát chiếm khoảng 29,3% tổng thể - cao hơn ngưỡng tối thiểu cần thiết, do đó, đảm bảo độ tin cậy và tính đại diện cho toàn bộ tập thể nghiên cứu. Vì vậy, việc thu thập 104 phiếu hợp lệ trên tổng số 355 đối tượng hoàn toàn đạt yêu cầu cả về tiêu chí tối thiểu và tối ưu trong nghiên cứu định lượng, cho phép thực hiện các phân tích thống kê như kiểm định ANOVA một cách hợp lệ và tin cậy.

Thang đo được thiết kế dựa trên mô hình thỏa mãn truyền thông (communication satisfaction) của Downs và Hazen, gồm các nhóm biến đo mức độ truyền thông nội bộ và sự gắn kết tổ chức. Các phát biểu được đánh giá theo thang đo Likert-5, từ 1 = “Rất không đồng ý” đến 5 = “Rất đồng ý”.

Trước khi triển khai khảo sát chính thức, nghiên cứu đã tiến hành khảo sát thử nghiệm (pilot test) với 30 đáp viên để kiểm tra độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach’s Alpha. Kết quả cho thấy tất cả các thang đo đều có giá trị Alpha từ 0.80 trở lên, chứng tỏ độ tin cậy nội tại cao.

Bảng 1. Kết quả kiểm tra độ tin cậy của thang đo

TT	Thành phần	Cronbach's Alpha	Biến quan sát
1	Mức độ gắn kết và thông tin về tổ chức (GOP)	0.918	5
2	Quan hệ giữa các thành viên trong tổ chức (ROM)	0.947	3
3	Hiệu quả của các kênh truyền thông nội bộ (EIC)	0.976	14
4	Mức độ hội nhập tổ chức (OI)	0.804	2
5	Phản hồi cá nhân (PF)	0.923	3
6	Môi trường truyền thông (CI)	0.901	3
7	Môi trường truyền thông trong tổ chức và truyền thông ngang cấp không chính thức (HI)	0.914	3
8	Sự hài lòng trong công việc (S)	0.947	3

Dữ liệu được thu thập từ tháng 3/2025 đến 4/2025 thông qua bản hỏi trực tiếp và trực tuyến trên Google Form. Sau khi thu thập, dữ liệu được mã hóa, làm sạch và xử lý bằng phần mềm SPSS phiên bản 26. Các kỹ thuật phân tích dữ liệu được chọn, bao gồm: thống kê mô tả, kiểm định độ tin cậy thang đo, kiểm định One-way ANOVA.

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành với 104 khách thể là viên chức và người lao động đang công tác tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Mẫu khảo sát được lựa chọn đảm bảo sự đa dạng về độ tuổi, giới tính, vị trí công tác và thâm niên làm việc, qua đó phản ánh tương đối đầy đủ các nhóm chức năng trong tổ chức. Thông tin đặc điểm nhân khẩu học của mẫu nghiên cứu được trình bày trong bảng dưới đây:

Bảng 2. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	29	27.9
Nữ	75	72.1
Thâm niên		
Dưới 5 năm	21	20.2
Từ 5 năm đến dưới 10 năm	32	30.8
Từ 10 năm đến dưới 20 năm	43	41.3
20 năm trở lên	8	7.7
Học hàm, học vị		
PGS, GS	5	4.8
Tiến sĩ	37	35.6
Thạc sĩ	43	41.3
Đại học	12	11.5
Khác	7	6.7
Chức vụ		

Giảng viên	75	72.1
Cán bộ quản lý	9	8.7
Cán bộ hành chính	8	7.7
Khác	12	11.5

Dựa trên kết quả bảng 2, có thể nhận thấy cơ cấu mẫu khảo sát khá đa dạng và phản ánh được tính đại diện nhất định của đội ngũ viên chức, người lao động tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Về giới tính, tỷ lệ nữ chiếm ưu thế rõ rệt với 72.1%, trong khi nam chiếm 27.9%. Xét về thâm niên công tác, nhóm có thời gian làm việc từ 10 đến dưới 20 năm chiếm tỷ lệ cao nhất (41.3%), tiếp theo là nhóm từ 5 đến dưới 10 năm (30.8%). Nhóm có thâm niên dưới 5 năm chiếm 20.2%, và nhóm có thời gian công tác trên 20 năm chiếm 7.7%. Cơ cấu này cho thấy sự phân bổ thâm niên khá cân đối giữa các thế hệ, đồng thời phản ánh yếu tố kế thừa và tiếp nối trong đội ngũ nhà trường. Về trình độ chuyên môn, đa số người tham gia khảo sát có trình độ thạc sĩ (41.3%), tiếp theo là tiến sĩ (35.6%). Một số ít thuộc nhóm PGS/GS (4.8%), trình độ đại học (11.5%) và khác (6.7%). Điều này phản ánh đội ngũ lao động chất lượng cao chiếm tỷ lệ lớn, phù hợp với đặc thù của một cơ sở giáo dục đại học trọng điểm. Phân theo chức vụ, giảng viên là nhóm chiếm tỷ lệ lớn nhất (72.1%), tiếp đến là cán bộ quản lý (8.7%), cán bộ hành chính (7.7%) và nhóm khác (11.5%).

5.2. Mức độ thỏa mãn đối với truyền thông nội bộ

Để trả lời cho câu hỏi nghiên cứu 1 (**RQ1**): mức độ thỏa mãn (hài lòng) của viên chức, người lao động tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng đối với hoạt động truyền thông nội bộ hiện nay như thế nào?, nghiên cứu đã tiến hành phân tích thống kê mô tả, thông qua việc tính giá trị trung bình (Mean) của từng khía cạnh truyền thông nội bộ.

Bảng 3. Mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ

Khía cạnh truyền thông nội bộ	Giá trị trung bình (Mean)	Độ lệch chuẩn (Std. Deviation)
Mức độ gắn kết và thông tin về tổ chức (GOP)	3.90	0.92
Quan hệ giữa các thành viên trong tổ chức (ROM)	3.96	0.99
Hiệu quả của các kênh truyền thông nội bộ (EIC)	3.99	0.92
Mức độ hội nhập của tổ chức (OI)	3.96	0.90
Phản hồi cá nhân (PF)	3.98	0.97
Môi trường truyền thông	3.99	0.98
Môi trường truyền thông trong tổ chức và truyền thông ngang cấp không chính thức	3.92	0.99
Sự hài lòng trong công việc	4.24	0.95

Kết quả khảo sát cho thấy mức độ thỏa mãn chung của viên chức, người lao động đối với hoạt động truyền

thông nội bộ tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng đạt mức khá cao, với giá trị trung bình các yếu tố dao động từ 3.90 đến 3.99 trên thang đo Likert-5.

Đặc biệt, “hiệu quả các kênh truyền thông nội bộ” đạt mức cao nhất ($Mean = 3.99$), với các nội dung khảo sát liên quan đến việc đánh giá mức độ hài lòng với tần suất, nội dung và hình thức của một số kênh truyền thông nội bộ như email, bản tin nội bộ hay mạng xã hội. Điều này cho thấy các kênh truyền thông chính thức đã vận hành tương đối hiệu quả, phù hợp với nhu cầu tiếp nhận thông tin của cán bộ, nhân viên. Tuy nhiên, “mức độ gắn kết và thông tin về tổ chức” ($Mean = 3.90$) và “môi trường truyền thông không chính thức” ($Mean = 3.92$) cho thấy mức độ hài lòng thấp hơn. Các phát biểu như “Tôi hiểu rõ tầm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu chiến lược của nhà trường” và “Tin đồn nội bộ ảnh hưởng đến sự minh bạch thông tin” nhận được mức độ đồng thuận chưa thật sự nổi bật, phản ánh một khoảng trống trong việc truyền đạt chiều sâu văn hóa tổ chức cũng như kiểm soát hiệu quả truyền thông phi chính thức.

Một điểm đáng chú ý là trong khi mức độ thỏa mãn với truyền thông nội bộ chỉ dừng ở mức khá thì “sự hài lòng trong công việc” lại đạt mức trung bình cao vượt trội ($Mean = 4.24$). Điều này đặt ra câu hỏi liệu sự hài lòng công việc có thực sự bắt nguồn chủ yếu từ hiệu quả truyền thông nội bộ hay còn chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố tổ chức khác như chính sách nhân sự, môi trường làm việc hay văn hóa phòng ban.

Nhìn chung, kết quả khảo sát vừa cho thấy những điểm sáng trong vận hành hệ thống truyền thông chính thức, vừa gợi mở những thách thức liên quan đến truyền thông chiều sâu, giao tiếp phi chính thức và khả năng gắn kết tổ chức bền vững.

Nghiên cứu đi sâu và phân tích rõ hơn hiệu quả của các kênh truyền thông nội bộ, bao gồm: Email, website nội bộ, bản tin (Newsletter), mạng xã hội và các sự kiện nội bộ. Kết quả phân tích được trình bày trong bảng 3 dưới đây:

Bảng 4. *Mức độ thỏa mãn đối với các kênh truyền thông nội bộ*

Kênh truyền thông nội bộ	Giá trị trung bình (Mean)
Email	4.0096
Website	4.0256
Bản tin nội bộ (Newsletter)	3.9519
Mạng xã hội	4.0529
Sự kiện truyền thông nội bộ	3.9103
Trung bình chung các kênh	3.9856

Dữ liệu khảo sát từ viên chức, người lao động tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng cho thấy mức độ hài lòng trung bình đối với các kênh truyền thông nội bộ đạt 3.99 trên thang đo Likert-5, cho thấy hệ thống truyền thông nội bộ đang vận hành ở mức khá hiệu quả. Tuy nhiên, phân tích cụ thể từng kênh, có thể nhận thấy sự khác biệt đáng kể về mức độ hài lòng và mức độ tương tác thực tế.

Kênh mạng xã hội là kênh được đánh giá cao nhất ($Mean = 4.05$), phản ánh xu hướng tiếp cận thông tin

nhANH, sinh động và phù hợp với các hành vi truyền thông số đang gia tăng hiện nay. Việc đẩy mạnh truyền thông qua mạng xã hội của nhà trường được thể hiện qua sự đa dạng về nội dung và hình thức thể hiện, bao gồm: cập nhật thông tin chính thống, lan tỏa các hoạt động học thuật - phong trào và triển khai các chuyên mục truyền thông như UED TV. Đáng chú ý, nhà trường còn linh hoạt trong việc lồng ghép các thông điệp mang tính thời sự và văn hóa, như hưởng ứng các sự kiện lịch sử lớn (ví dụ: Kỷ niệm 50 năm Ngày Giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước) và cập nhật các xu hướng truyền thông trẻ trung (trending) phù hợp với đối tượng công chúng trong môi trường giáo dục hiện đại.

Các kênh truyền thông chính thức như Website ($Mean = 4.03$) và Bản tin nội bộ ($Mean = 3.95$) được đánh giá ở mức khá cao, cho thấy mức độ tin cậy và tính cập nhật vẫn được duy trì. Tuy nhiên, bản tin nội bộ, vốn mang tính định kỳ và ít tương tác, có mức hài lòng thấp hơn, phản ánh sự cần thiết phải đổi mới cả về nội dung lẫn hình thức thể hiện để phù hợp hơn với nhu cầu tiếp nhận thông tin nhanh và linh hoạt của viên chức trong bối cảnh truyền thông số.

Bảng 5. *Mức độ tiếp cận thông tin nội bộ đối qua từng kênh*

Kênh	Mức độ tiếp cận
Email nội bộ	88/104
Website chính thức của trường	54/104
Bản tin nội bộ (Newsletter)	25/104
Hệ thống LMS hỗ trợ giảng dạy	11/104
Mạng xã hội (Facebook, Youtube,...)	37.104
Cuộc họp nội bộ	34/104
Khác	0/104

Nhìn chung, sự chênh lệch giữa các kênh cho thấy rằng mặc dù các phương tiện truyền thông nội bộ đang được khai thác đa dạng, nhưng hiệu quả truyền thông không đồng đều. Nhà trường cần tiếp tục duy trì, tối ưu hóa các kênh có hiệu quả cao như mạng xã hội và website, đồng thời tái thiết kế hoặc đổi mới các kênh truyền thông mang tính truyền thống để nâng cao mức độ tương tác và cảm nhận tích cực từ cán bộ, viên chức.

1.1. Phân tích sự khác biệt mức độ thỏa mãn theo các nhóm nhân khẩu học

Để trả lời câu hỏi nghiên cứu (**RQ2**): *liệu đặc điểm nhân khẩu học (như độ tuổi, giới tính, vị trí công tác, thâm niên) có tạo ra sự khác biệt đáng kể về mức độ thỏa mãn đối với hoạt động truyền thông nội bộ của người lao động?*, nghiên cứu tiến hành kiểm định One-way ANOVA.

Trước khi thực hiện phân tích chi tiết, một bước kiểm định sơ bộ được thực hiện nhằm đánh giá sự phù hợp của các biến nhân khẩu học cho kiểm định One-way ANOVA, dựa trên hai tiêu chí: (1) đảm bảo số lượng quan sát đủ lớn trong mỗi nhóm (ít nhất 5 trường hợp mỗi nhóm) và (2) kiểm định Levene’s Test nhằm xác định giả định về sự

đồng nhất phương sai ($Sig. > 0.05$).

Bảng 6. Kiểm định sơ bộ điều kiện thực hiện One-way ANOVA theo biến nhân khẩu học

Biến nhân khẩu học	N	Levene's test (Sig.)	Kết luận
Giới tính	Nam (29), Nữ (75)	0.783	Đủ điều kiện thực hiện ANOVA
Thâm niên	<5 năm (21), 5–10 năm (32), 10–20 năm (43), >20 năm (8)	0.000	Vi phạm giả định, dùng kiểm định robust
Học vị	Thạc sĩ (43), Tiến sĩ (37), Đại học (12), Khác (7)	0.092	Đủ điều kiện thực hiện ANOVA
Chức vụ	Giảng viên (75), Quản lý (9), Hành chính (8), Khác (12)	0.024	Vi phạm giả định, dùng kiểm định robust
Tần suất tương tác với các kênh truyền thông nội bộ	Rất thường xuyên (26), Thường xuyên (55), Không đều (23)	0.000	Vi phạm giả định, dùng kiểm định robust

Trên cơ sở kiểm định sơ bộ, tất cả các biến nhân khẩu học khảo sát đều đạt điều kiện số lượng mẫu tối thiểu để thực hiện One-way ANOVA. Tuy nhiên, với các biến thâm niên, chức vụ và tần suất tương tác với các kênh truyền thông nội bộ, giả định đồng nhất phương sai bị vi phạm ($Sig. < 0.05$), do đó nghiên cứu sử dụng kiểm định Welch ANOVA nhằm đảm bảo độ tin cậy thống kê.

Kết quả phân tích cho thấy, giới tính không tạo ra sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ thỏa mãn với truyền thông nội bộ. Trong khi đó, các biến thâm niên công tác, học vị, chức vụ và tần suất tương tác với các kênh truyền thông nội bộ đều ghi nhận sự khác biệt đáng kể về mức độ thỏa mãn ($Sig. < 0.05$). Các phân tích chi tiết sẽ được trình bày ở phần tiếp theo nhằm làm rõ sự khác biệt giữa các nhóm cụ thể.

5.2.1. Sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo thâm niên

Để kiểm tra sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo thâm niên công tác, nghiên cứu tiến hành kiểm định One-way ANOVA. Kết quả kiểm định Levene's Test cho thấy $Sig. < 0.05$, vì vậy phương pháp kiểm định robust (Welch ANOVA) được áp dụng nhằm đảm bảo độ tin cậy. Kết quả cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm thâm niên công tác ($Sig. = 0.025 < 0.05$), cho thấy thâm niên làm việc có tạo ra sự khác biệt về mức độ thỏa mãn đối với truyền thông nội bộ.

Bảng 7. Sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo thâm niên

Nhóm so sánh	Độ lệch trung bình	Sai số chuẩn	Sig.	Khoảng tin cậy 95%
Dưới 5 năm	-0.59847	0.32176	0.359	[-1.4971;

– Từ 5 đến < 10 năm				0.3002]
Dưới 5 năm – Từ 10 đến < 20 năm	-0.72974	0.28671	0.103	[-1.5541; 0.0946]
Dưới 5 năm – 20 năm trở lên	-1.01896*	0.31421	0.019	[-1,9111; -0,1269]
Từ 5 đến < 10 năm – 20 năm trở lên	-0.42049	0.22298	0.356	[-1.0557; 0.2147]
Từ 10 đến < 20 năm – 20 năm trở lên	-0.28922	0.16850	0.516	[-0.8272; 0.2487]
* Sig. < 0.05				

Sử dụng kiểm định Tamhane's T2 cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ giữa các nhóm thâm niên làm việc. Cụ thể, mức độ thỏa mãn của nhóm có thâm niên trên 20 năm cao hơn đáng kể so với nhóm dưới 5 năm ($Mean\ diff = -1.01896$, $Sig. = 0.019$). Các cặp nhóm thâm niên còn lại không ghi nhận sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ($Sig. > 0.05$). Điều này cho thấy thâm niên làm việc lâu dài trong tổ chức có thể gắn liền với mức độ hài lòng cao hơn đối với hoạt động truyền thông nội bộ.

5.2.2. Sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo học vị

Nghiên cứu tiếp tục sử dụng kiểm định One-way ANOVA để đánh giá sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo học vị. Kết quả Levene's Test cho thấy $Sig. > 0.05$, đảm bảo giả định về sự đồng nhất phương sai, do đó, kết quả ANOVA được sử dụng làm căn cứ phân tích. Kết quả kiểm định cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm học vị về mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ ($Sig. < 0.05$).

Bảng 8. Sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo học vị

Nhóm so sánh	Độ lệch trung bình	Sai số chuẩn	Sig.	Khoảng tin cậy 95%
Khác PGS, TS	-2.17011*	0.44882	0.010	[-3.8345; -0.5057]
Khác Tiến sĩ	-2.02649*	0.40822	0.019	[-3.7007; -0.3523]
Khác Thạc sĩ	-2.15122*	0.41161	0.013	[-3.8161; -0,4864]
Khác – Đại học	-1.45404	0.49107	0.112	[-3.1285; 0.2204]
* Sig. < 0.05				

Kết quả kiểm định Tamhane's T2 cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ giữa một số nhóm học vị. Cụ thể, nhóm người có học vị thuộc diện “khác” (bao gồm các trường hợp không có hoặc không khai báo học vị rõ ràng) ghi nhận mức độ thỏa mãn thấp hơn đáng kể so với các nhóm có học hàm/

học vị cao như PGS/GS ($Mean\ diff = -2.17011$, $Sig. = 0.010$), Tiến sĩ ($Mean\ diff = -2.02649$, $Sig. = 0.019$), và Thạc sĩ ($Mean\ diff = -2.15122$, $Sig. = 0.013$).

Tuy nhiên, cần thận trọng khi diễn giải kết quả này vì nhóm “Khác” có quy mô mẫu nhỏ ($n = 7$), điều này có thể ảnh hưởng đến độ ổn định thống kê. Ngoài ra, không có sự khác biệt đáng kể giữa các nhóm học hàm/học vị chính thức (GS/PGS, Tiến sĩ, Thạc sĩ, Đại học), cho thấy trình độ chuyên môn cao không đồng nghĩa với mức độ hài lòng truyền thông cao hơn. Kết quả này đặt ra câu hỏi về mức độ phổ quát của ảnh hưởng học vị đối với trải nghiệm truyền thông nội bộ, đồng thời gợi mở khả năng có những yếu tố trung gian khác (ví dụ: thâm niên, chức vụ, tần suất tương tác với truyền thông nội bộ hoặc các yếu tố khác) đóng vai trò quan trọng hơn.

5.2.3. Sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo chức vụ

Kết quả kiểm định robust (Welch ANOVA) cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm chức vụ ($Sig. = 0.001 < 0.05$), vị trí làm việc có tạo ra sự khác biệt về mức độ thỏa mãn đối với truyền thông nội bộ.

Bảng 9. Sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo chức vụ

Nhóm so sánh	Độ lệch trung bình	Sai số chuẩn	Sig.	Khoảng tin cậy 95%
Khác – Giảng viên	-1.62678*	0.30250	0.001	[-2.5723; -0.6813]
Khác – Cán bộ quản lý	-1.73690*	0.38335	0.001	[-2.8618; -0.6120]
Khác – Cán bộ hành chính	-1.41372	0.48573	0.065	[-2.8929; 0.0655]

* Sig. < 0.05

Kết quả phân tích hậu kiểm (Post Hoc Test) với phương pháp Tamhane’s T2 cho thấy tồn tại sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ giữa nhóm “Khác” và hai nhóm chức vụ là giảng viên ($Mean\ diff = -1.62678$, $Sig. = 0.001$) và cán bộ quản lý ($Mean\ diff = -1.73690$, $Sig. = 0.001$). Nghĩa là mức độ thỏa mãn của nhóm “Khác” thấp hơn đáng kể so với hai nhóm này. Tuy nhiên, sự khác biệt giữa nhóm “Khác” và nhóm cán bộ hành chính không đạt ngưỡng ý nghĩa thống kê ($Sig. = 0.065 > 0.05$).

Những kết quả này hàm ý rằng chức vụ trong tổ chức có mối liên hệ nhất định với mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ, đặc biệt khi so sánh giữa các nhóm có vai trò chuyên môn cao (giảng viên, quản lý) với các nhóm không thuộc hệ thống chính thức hoặc không định danh rõ ràng. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng nhóm “Khác” có quy mô nhỏ và bản chất không đồng nhất, do đó ảnh hưởng đến tính ổn định và độ tin cậy của so sánh. Ngoài ra, việc không phát hiện sự khác biệt có ý nghĩa giữa nhóm “Khác” và cán bộ hành chính cũng gợi mở rằng mức độ thỏa mãn có thể liên quan nhiều hơn đến vai trò tham gia truyền thông nội bộ thực tiễn (như giảng dạy, quản lý) hơn là đơn thuần vị trí hành chính.

1.1.1. Sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo tần suất tương tác với các kênh truyền thông nội bộ

Để kiểm tra xem tần suất tương tác với các kênh truyền thông nội bộ có dẫn đến sự khác biệt về mức độ thỏa mãn hay không, nghiên cứu tiến hành kiểm định One-way ANOVA. Kết quả cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm tần suất tương tác ($Sig. < 0.05$). Để làm rõ hơn sự khác biệt giữa các cặp nhóm, phân tích hậu kiểm Tamhane’s T2 được thực hiện và trình bày trong Bảng 4.

Bảng 10. Sự khác biệt mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ theo tần suất tương tác với các kênh truyền thông nội bộ

Nhóm so sánh	Độ lệch trung bình	Sai số chuẩn	Sig.	Khoảng tin cậy 95%
Có sử dụng nhưng không đều đặn – Rất thường xuyên	-0.94799*	0.31535	0.013	[-1.7302; -0.1658]
Có sử dụng nhưng không đều đặn – Thường xuyên	-0.8039*	0.24758	0.010	[-1.4421; -0.1747]

* Sig. < 0.05

Bảng 10 cho thấy, mức độ thỏa mãn truyền thông nội bộ của nhóm “Có sử dụng nhưng không đều đặn” thấp hơn đáng kể so với cả nhóm “Rất thường xuyên” ($Mean\ diff = -0.94779$, $Sig. = 0.013$) và nhóm “Thường xuyên” ($Mean\ diff = -0.8039$, $Sig. = 0.010$).

Điều này chỉ ra rằng tần suất tương tác cao với các kênh truyền thông nội bộ có mối liên hệ tích cực rõ rệt với mức độ thỏa mãn của nhân viên. Những cá nhân tương tác thường xuyên hoặc rất thường xuyên có xu hướng cảm nhận tốt hơn về hiệu quả truyền thông nội bộ. Ngược lại, việc sử dụng kênh truyền thông không ổn định có thể làm giảm mức độ thỏa mãn và sự gắn kết với tổ chức.

6. Kết luận và thảo luận

Nghiên cứu này đã tập trung đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông nội bộ tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng, dựa trên khung lý thuyết về sự thỏa mãn truyền thông của Downs & Hazen [36]. Kết quả phân tích cho thấy mức độ thỏa mãn chung của viên chức, người lao động đối với hoạt động truyền thông nội bộ ở mức khá cao, với giá trị trung bình dao động từ 3.90 đến 3.99 trên thang đo Likert-5. Trong đó, các kênh mạng xã hội nổi bật với mức độ hài lòng cao nhất, cho thấy xu thế số hóa và truyền thông hai chiều đã và đang được tận dụng hiệu quả trong môi trường giáo dục đại học.

Tuy nhiên, so với kỳ vọng từ góc nhìn truyền thông nội bộ hiện đại [2], [6] mức độ gắn kết về thông tin tổ chức và kiểm soát truyền thông phi chính thức vẫn còn là điểm hạn chế. Điều này hàm ý rằng, ngoài việc tối ưu hóa kênh truyền thông, nhà trường cần chú trọng hơn đến việc phát triển nội dung truyền thông có chiều sâu, truyền tải hiệu quả sứ mệnh, giá trị cốt lõi và tăng cường đối thoại nội bộ

để củng cố văn hóa tổ chức.

Về sự khác biệt theo nhân khẩu học, kết quả kiểm định One-way ANOVA cho thấy các yếu tố như thâm niên công tác, học vị, chức vụ và tần suất tương tác với kênh truyền thông nội bộ có ảnh hưởng đáng kể đến mức độ thỏa mãn truyền thông. Cụ thể, nhóm có thâm niên trên 20 năm, người có học vị cao và những cá nhân tương tác thường xuyên với các kênh truyền thông ghi nhận mức độ thỏa mãn cao hơn đáng kể. Điều này phù hợp với các nghiên cứu trước đây nhấn mạnh vai trò của sự tham gia tích cực và sự gắn bó dài hạn đối với sự hài lòng truyền thông nội bộ [1], [16].

Ngược lại, giới tính không tạo ra sự khác biệt có ý nghĩa thống kê, cho thấy rằng sự cảm nhận về hiệu quả truyền thông nội bộ có tính phổ quát hơn về mặt giới tính trong bối cảnh Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Kết quả này bổ sung vào góc nhìn học thuật trong lĩnh vực truyền thông nội bộ vốn còn chưa thống nhất về ảnh hưởng của yếu tố giới.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra một số điểm cần xem xét. Mặc dù mức độ hài lòng với các kênh truyền thông nội bộ là cao, nhưng hiệu quả về mặt truyền thông giá trị tổ chức và kiểm soát truyền thông phi chính thức vẫn chưa được tối ưu hóa. Điều này cho thấy hiệu quả của truyền thông nội bộ không thể chỉ đánh giá qua kênh truyền tải mà còn phải gắn kết với chiều sâu nội dung và chiến lược xây dựng văn hóa nội bộ [11], [31].

Ngoài ra, một số nhóm nhân khẩu học như nhóm “Khác” về học vị và chức vụ có quy mô mẫu nhỏ, điều này có thể ảnh hưởng đến độ tin cậy thống kê của một số kiểm định. Vì vậy, gợi ý các hướng nghiên cứu tiếp theo cần thiết kế mẫu rộng hơn và phân tầng chặt chẽ hơn. Đồng thời, bổ sung thêm các phương pháp nghiên cứu định tính để gia tăng tính thuyết phục cho các kết quả nghiên cứu định lượng.

Tổng thể, nghiên cứu không chỉ cung cấp bằng chứng thực nghiệm về mức độ hiệu quả của hệ thống truyền thông nội bộ tại một cơ sở giáo dục đại học công lập Việt Nam, mà còn góp phần khẳng định và mở rộng những lý luận đương đại về truyền thông nội bộ trong bối cảnh chuyển đổi số và toàn cầu hóa giáo dục.

Kết quả nghiên cứu mang đến một số hàm ý thực tiễn quan trọng cho công tác truyền thông nội bộ tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng cũng như các cơ sở giáo dục đại học tương tự:

Thứ nhất, nhà trường cần tiếp tục khai thác hiệu quả các nền tảng truyền thông số, đặc biệt là các kênh mạng xã hội nội bộ vốn đã ghi nhận mức độ thỏa mãn cao từ người lao động. Tuy nhiên, bên cạnh việc gia tăng tần suất và hình thức truyền tải, cần chú trọng hơn vào nội dung mang tính chiến lược như truyền thông về sứ mệnh, giá trị cốt lõi và tầm nhìn dài hạn của tổ chức nhằm củng cố nhận thức và gắn kết tổ chức.

Thứ hai, sự khác biệt về mức độ thỏa mãn theo thâm niên công tác và tần suất tương tác cho thấy cần thiết lập các chiến lược truyền thông cá nhân hóa, phù hợp với từng nhóm nhân sự. Các nhân viên mới hoặc tương tác không

đều cần được ưu tiên tăng cường tiếp cận thông tin, đào tạo về văn hóa nội bộ và tạo điều kiện tham gia các hoạt động truyền thông để gia tăng mức độ gắn kết.

Thứ ba, kết quả nghiên cứu nhấn mạnh vai trò quan trọng của việc xây dựng môi trường giao tiếp hai chiều trong tổ chức. Nhà trường cần tiếp tục thúc đẩy các kênh phản hồi hiệu quả, phát triển các chương trình truyền thông mang tính đối thoại, thay vì chỉ tập trung vào truyền tải thông tin một chiều. Điều này không chỉ cải thiện mức độ hài lòng mà còn tăng cường năng lực thích ứng với thay đổi tổ chức trong dài hạn.



Cuối cùng, trong bối cảnh chuyển đổi số và toàn cầu hóa giáo dục, việc thường xuyên rà soát, đánh giá hiệu quả truyền thông nội bộ, đặc biệt là đo lường sự thỏa mãn của các nhóm nhân sự khác nhau, cần được xem như một hoạt động chiến lược nhằm đảm bảo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] A. H. Idow, Dr. S. Yaah Baya, and Dr. I. Muchunku-Mwenda, “Employees’ Perceptions Towards Internal Communication During Organizational Change Management At Multimedia University Of Kenya,” *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, vol. 11, no. 8, pp. 464–477, Aug. 2021, doi: 10.29322/IJSRP.11.08.2021.p11658.
- [2] S. Saharudin, E. Ekawarna, U. Sulistiyono, Mohd. O. Meditamar, and S. Kristiyono, “Internal communication as a mediator in the relationship between transformational leadership and academic staff’s readiness for change in higher education,” *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, vol. 10, no. 4, p. 71, Oct. 2024, doi: 10.29210/020244812.
- [3] A. Tkalac Verčič, D. Verčič, S. Čož, and A. Špoljarić, “A systematic review of digital internal communication,” *Public Relat Rev*, vol. 50, no. 1, p. 102400, Mar. 2024, doi: 10.1016/j.pubrev.2023.102400.
- [4] N. T. N. Trần, “Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông nội bộ tại các cơ quan, tổ chức Việt Nam,” *Tạp chí Khoa học công nghệ Thông tin và Truyền thông*, vol. 1 & 2, pp. 90–105, 2022.
- [5] C. M. A. Nguyen and M.-T. Ha, “The interplay between internal communication, employee engagement, job satisfaction, and employee loyalty in higher education institutions in Vietnam,” *Humanit Soc Sci Commun*, vol. 10, no. 1, p. 329, Jun. 2023, doi: 10.1057/s41599-023-01806-8.
- [6] E. Karanges, A. Beatson, K. Johnston, and I. Lings, “Optimizing employee engagement with internal communication: A social exchange perspective,” *Journal of Business Market Management*, vol. 7, no. 2, pp. 329–353, 2014.
- [7] Y. N. Nguyễn, T. V. H. Đặng, T. H. Nguyễn, and A. T. Trần, “Năng cao hiệu quả công tác truyền thông nội bộ của trường Đại học Hà Nội: thực trạng và giải pháp,” 2022.
- [8] J. Qiu, A. Boukis, and C. Storey, “Internal Marketing: A Systematic Review,” *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 30, no. 1, pp. 53–67, Jan. 2022, doi: 10.1080/10696679.2021.1886588.
- [9] E. M. Avram, “Internal and External Communication in Higher Education Institutions,” *SEA: Practical Application of Science*, vol. 08, pp. 273–282, 2015, Accessed: Mar. 01, 2025. [Online]. Available: <https://ideas.repec.org/a/cmj/seapas/y2015i8p273-282.html>.
- [10] B. Hendrawan, M. Elshof, and L. Verkuil, “Internal communication education in universities of applied sciences in the Netherlands,” *Journal of Communication Management*, vol. 25, no. 1, pp. 34–49, Aug. 2020, doi: 10.1108/JCOM-11-2019-0151.
- [11] J. Meng and B. K. Berger, “The impact of organizational culture and leadership performance on PR professionals’ job satisfaction: Testing the joint mediating effects of engagement and trust,” *Public Relat Rev*, vol. 45, no. 1, pp. 64–75, Mar. 2019, doi: 10.1016/j.pubrev.2018.11.002.
- [12] L. T. B. Nhung, “Communication of Higher Education Institutions in Vietnam,” *Social Science and Humanities Journal*, vol. 8, no. 04, pp. 34807–34815, Apr. 2024, doi: 10.18535/sshj.v8i04.1001.
- [13] Y. S. Qin and L. R. Men, “Exploring the Impact of Internal Communication on Employee Psychological Well-Being During the

- COVID-19 Pandemic: The Mediating Role of Employee Organizational Trust,” *International Journal of Business Communication*, vol. 60, no. 4, pp. 1197–1219, Oct. 2023, doi: 10.1177/23294884221081838.
- [14] C. A. Yue, L. R. Men, and M. A. Ferguson, “Examining the Effects of Internal Communication and Emotional Culture on Employees’ Organizational Identification,” *International Journal of Business Communication*, vol. 58, no. 2, pp. 169–195, Apr. 2021, doi: 10.1177/2329488420914066.
- [15] D. Kumar and N. Suthar, “Ethical and legal challenges of AI in marketing: an exploration of solutions,” *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, vol. 22, no. 1, pp. 124–144, Mar. 2024, doi: 10.1108/JICES-05-2023-0068.
- [16] T. Kalistratova, “Internal communications as a way to manage staff satisfaction,” *Journal of Management Sciences and Applications*, vol. 3, no. 2, pp. 223–231, Dec. 2024, doi: 10.37075/JOMSA.2024.2.05.
- [17] C. Maslach, W. B. Schaufeli, and M. P. Leiter, “Job Burnout,” *Annu Rev Psychol*, vol. 52, no. 1, pp. 397–422, Feb. 2001, doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.397.
- [18] M. I. Jaafari, R. Amin, M. A. Latif, and H. A. Bin Ajjaj, “Calibrating Internal Communication Satisfaction within Organizations as an Auditing Index,” *Sustainability*, vol. 15, no. 16, p. 12105, Aug. 2023, doi: 10.3390/su151612105.
- [19] T. Santos, E. Santos, M. Sousa, and M. Oliveira, “The Mediating Effect of Motivation between Internal Communication and Job Satisfaction,” *Adm Sci*, vol. 14, no. 4, p. 69, Apr. 2024, doi: 10.3390/admsci14040069.
- [20] A. Tkalac Verčič, D. Sinčić Ćorić, and N. Pološki Vokić, “Measuring internal communication satisfaction: validating the internal communication satisfaction questionnaire,” *Corporate Communications*, vol. 26, no. 3, pp. 589–604, 2021, doi: 10.1108/CCIJ-01-2021-0006.
- [21] C. M. A. Nguyen and M.-T. Ha, “The interplay between internal communication, employee engagement, job satisfaction, and employee loyalty in higher education institutions in Vietnam,” *Humanit Soc Sci Commun*, vol. 10, no. 1, p. 329, Jun. 2023, doi: 10.1057/s41599-023-01806-8.
- [22] T. Ambler and S. Barrow, “The employer brand,” *Journal of Brand Management*, vol. 4, no. 3, pp. 185–206, Dec. 1996, doi: 10.1057/bm.1996.42.
- [23] M. R. Edwards, “An integrative review of employer branding and OB theory,” *Personnel Review*, vol. 39, no. 1, pp. 5–23, Dec. 2009, doi: 10.1108/00483481011012809.
- [24] M. Heide and C. Simonsson, “Developing internal crisis communication: New roles and practices of communication professionals,” *Corporate Communications: An International Journal*, vol. 19, no. 2, pp. 128–146, Apr. 2014, doi: 10.1108/CCIJ-09-2012-0063.
- [25] K. Ruck and L. R. Men, “Guest editorial: Internal communication during the COVID-19 pandemic,” *Journal of Communication Management*, vol. 25, no. 3, pp. 185–195, Jul. 2021, doi: 10.1108/JCOM-08-2021-163.
- [26] S. Arif, K. A. Johnston, A. Lane, and A. Beatson, “A strategic employee attribute scale: Mediating role of internal communication and employee engagement,” *Public Relat Rev*, vol. 49, no. 2, p. 102320, Jun. 2023, doi: 10.1016/j.pubrev.2023.102320.
- [27] A. Tkalac Verčič and L. R. Men, “Redefining the link between internal communication and employee engagement,” *Public Relat Rev*, vol. 49, no. 1, p. 102279, Mar. 2023, doi: 10.1016/j.pubrev.2022.102279.
- [28] B. J. Ali *et al.*, “Business Communication Strategies: Analysis of Internal Communication Processes,” *Journal of Humanities and Education Development*, vol. 3, no. 3, pp. 16–38, 2021, doi: 10.22161/jhed.3.3.4.
- [29] Y. Lee and K. H. Kim, “Enhancing employee advocacy on social media: the value of internal relationship management approach,” *Corporate Communications: An International Journal*, vol. 26, no. 2, pp. 311–327, Aug. 2020, doi: 10.1108/CCIJ-05-2020-0088.
- [30] A. P. Rodrigues, A. C. Cordeiro, P. António, C. Pires, and R. Madeira, “Employees’ Perceptions of Internal Communication Processes and Communication Satisfaction in a Northern Portuguese Higher Education Institution,” *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, vol. 6, pp. 2182–9306, 2018.
- [31] B. Broucker, K. De Wit, and J. Mampaey, “Brand Communication of Higher Education Institutions: a Call for Multichannel Communication Analysis in Higher Education Branding Research,” *Higher Education Policy*, vol. 34, no. 4, pp. 928–948, Dec. 2021, doi: 10.1057/s41307-020-00178-x.
- [32] S. M. Somacescu and C. M. Barbu, “ON THE ROLE AND THE DETERMINANTS OF INTERNAL ORGANIZATIONAL COMMUNICATION,” *Eurasian Journal of Business and Management*, vol. 5, no. 4, pp. 1–11, 2017, doi: 10.15604/ejbm.2017.05.04.001.
- [33] L. K. T. Hayase, “Internal communication in organizations and employee engagement,” University of Nevada, Las Vegas, 2009. Accessed: Apr. 24, 2025. [Online]. Available: <http://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations/1176/>.
- [34] A. Widyastuti, A. Christy, R. S. Pratiwi, and N. R. Permatatika, “Employee Involvement in Internal Communication Activities PT. Pertamina Hulu Energi,” *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, vol. 9, no. 1, pp. 226–241, Jun. 2024, doi: 10.25008/jkiski.v9i1.1052.
- [35] A. Kišić, “Information and Communications Technologies as a Driver of Effective Internal Communication,” *Open Journal for Information Technology*, vol. 3, no. 2, pp. 39–52, Dec. 2020, doi: 10.32591/coas.ojit.0302.01039k.
- [36] C. W. Downs and M. D. Hazen, “A factor analytic study of communication satisfaction,” *The Journal of Business Communication*, 1977.

Thông tin về tác giả

	<p>Trần Văn Vỹ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tốt nghiệp Cử nhân chuyên ngành Báo chí tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng (2023); hiện là học viên cao học ngành Báo chí học định hướng nghiên cứu tại Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội. - Hiện là trợ giảng tại Khoa Ngữ văn – Truyền thông - Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. - Lĩnh vực quan tâm: công chúng truyền thông, thông hiểu truyền thông, báo chí và trí tuệ nhân tạo. - Điện thoại: 0932.550.120.
	<p>Trần Thị Yến Minh:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiến sĩ chuyên ngành Báo chí học tại Vương quốc Anh (2021); Tác giả nghiên cứu chuyên sâu về báo chí khoa học ở các quốc gia đang phát triển, giới và truyền thông. - Giảng viên tại Khoa Ngữ văn – Truyền thông, Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. - Lĩnh vực quan tâm: Báo chí – Truyền thông; báo chí khoa học, công nghệ và môi trường; giới và truyền thông; quảng cáo; quan hệ công chúng; xây dựng thương hiệu. - Điện thoại: 0983.227.448.

ẢNH HƯỞNG CỦA MẠNG XÃ HỘI ĐẾN CÁCH TIẾP NHẬN THÔNG TIN GIÁO DỤC CỦA SINH VIÊN: MỘT GÓC NHÌN ĐỊNH TÍNH

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON UNIVERSITY STUDENTS' RECEPTION OF EDUCATIONAL INFORMATION: A QUALITATIVE PERSPECTIVE

Đinh Ngọc Long*, Nguyễn Thị Ngọc Vân

Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh

Đinh Ngọc Long*, Nguyễn Thị Ngọc Vân

Ho Chi Minh University of Foreign languages and Information Technology; longdn@hufnit.edu.vn, vanntn@hufnit.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Đinh Ngọc Long (email: longdn@hufnit.edu.vn)*

Tóm tắt - Sự phát triển của mạng xã hội đã làm thay đổi cách sinh viên tiếp nhận và xử lý thông tin giáo dục. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định tính quy nạp để khám phá vai trò của mạng xã hội trong hành vi tiếp nhận thông tin của sinh viên Việt Nam. Dữ liệu được thu thập thông qua phỏng vấn sâu, quan sát và phân tích nội dung, tập trung vào thói quen sử dụng, tiêu chí đánh giá độ tin cậy và mức độ tương tác với nội dung học thuật trên Facebook, YouTube, TikTok. Kết quả cho thấy sinh viên có xu hướng tin tưởng vào nội dung do cộng đồng học tập chia sẻ hơn là nguồn chính thống, đồng thời chịu ảnh hưởng từ thuật toán đề xuất nội dung. Bên cạnh lợi ích về tính linh hoạt và khả năng tiếp cận, sinh viên cũng đối mặt với quá tải thông tin và tin giả. Nghiên cứu đề xuất chiến lược sử dụng mạng xã hội hiệu quả trong học tập, bao gồm nâng cao kỹ năng đánh giá thông tin, khuyến khích sự tham gia của giảng viên.

Từ khóa - Mạng xã hội; công nghệ; giáo dục; đổi mới sáng tạo; sinh viên.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh số hóa, mạng xã hội (MXH) không chỉ là công cụ giao tiếp mà đang trở thành nền tảng học tập không chính thức, tác động mạnh mẽ đến cách sinh viên tiếp nhận, xử lý và chia sẻ thông tin giáo dục. Tại Việt Nam, sinh viên – đặc biệt là thế hệ Gen Z – có xu hướng học qua các nền tảng như Facebook, TikTok, YouTube thông qua microlearning, với ưu điểm nhanh chóng và trực quan. Tuy nhiên, việc học trên MXH cũng đặt ra thách thức về độ tin cậy thông tin, phân tán chú ý và nguy cơ tiếp cận nội dung sai lệch.

Phần lớn nghiên cứu hiện tại tiếp cận vấn đề theo hướng định lượng, trong khi trải nghiệm và nhận thức cá nhân – đặc biệt trong bối cảnh giáo dục Việt Nam – vẫn chưa được khám phá đầy đủ. Do đó, nghiên cứu này tập trung khám phá hành vi, nhận thức và kỳ vọng của sinh viên ngành Kinh tế – Tài chính khi sử dụng MXH để học tập.

Cụ thể, nghiên cứu hướng đến:

- Mô tả thói quen học tập trên MXH;
- Phân tích nhận thức về tính hữu ích, độ tin cậy và mức độ tương tác;
- Xác định lợi ích, rủi ro và kỳ vọng trong quá trình học;
- Đề xuất định hướng sự phạm tích hợp MXH vào giáo

Abstract - The rise of social media has transformed how university students receive and process educational information. This study employs an inductive qualitative approach to explore the role of social media in shaping Vietnamese students' information reception behaviors. Data were collected through in-depth interviews, observations, and content analysis, focusing on usage patterns, credibility evaluation criteria, and the level of academic engagement on platforms such as Facebook, YouTube, and TikTok. Findings reveal that students tend to trust content shared within learning communities more than information from official sources, and are also influenced by algorithm-driven content suggestions. Despite the advantages of flexibility and accessibility, students face challenges related to information overload and misinformation. The study proposes strategies for effective integration of social media in learning, emphasizing the development of critical evaluation skills and the active involvement of educators.

Keywords - Social media; technology; education; innovation; students.

dục đại học.

Nội dung bài viết làm rõ cách sinh viên sử dụng MXH phục vụ học tập, loại hình nội dung được ưa chuộng, mức độ tin tưởng thông tin, cũng như các yếu tố hỗ trợ và cản trở việc học trên nền tảng số. Nghiên cứu cũng nhấn mạnh vai trò của giảng viên và nhà trường trong việc hướng dẫn và tích hợp MXH vào chiến lược giảng dạy hiện đại.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Mô hình Chấp nhận công nghệ (TAM)

2.1.1. Nguồn gốc và sự phát triển của TAM

Mô hình Chấp nhận công nghệ (TAM) do Davis (1989) phát triển nhằm lý giải cách người dùng chấp nhận công nghệ thông qua hai yếu tố chính: nhận thức về tính hữu ích (PU) và tính dễ sử dụng (PEOU) - những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến ý định sử dụng công nghệ [2]. TAM được ứng dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực, bao gồm giáo dục, và thường được mở rộng bằng cách tích hợp với các lý thuyết khác để phản ánh sự phức tạp của hành vi chấp nhận công nghệ trong các bối cảnh đa dạng [1].

2.1.2. Nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng

Trọng tâm của TAM là hai cấu phần: tính hữu ích được cảm nhận và tính dễ sử dụng được cảm nhận. Tính hữu ích đề cập đến mức độ mà người dùng tin rằng việc sử dụng

một hệ thống cụ thể sẽ cải thiện hiệu suất của họ [3]. Trong bối cảnh giáo dục, điều này thể hiện ở việc sinh viên nhận thấy mạng xã hội có thể giúp cải thiện kết quả học tập hoặc tăng cường khả năng hợp tác với bạn bè. Tính dễ sử dụng là mức độ mà người dùng tin rằng việc sử dụng hệ thống đó sẽ không đòi hỏi nỗ lực quá nhiều. Các nền tảng mạng xã hội như Facebook, YouTube hay TikTok có giao diện thân thiện, dễ tiếp cận chính là yếu tố thúc đẩy sinh viên tích hợp chúng vào quá trình học tập.

Do đó, nếu sinh viên cảm thấy các nền tảng mạng xã hội dễ sử dụng và có thể hỗ trợ tốt cho việc học, họ sẽ có xu hướng chấp nhận và sử dụng chúng một cách thường xuyên hơn trong học tập.

2.1.3. Ứng dụng TAM trong nghiên cứu hành vi học tập số

Nhiều nghiên cứu đã ứng dụng TAM để phân tích hành vi học tập trong môi trường kỹ thuật số và chứng minh hiệu quả của mô hình này. Al-Rahmi và cộng sự [2] đã sử dụng TAM để khảo sát nhận thức của sinh viên đại học về việc sử dụng mạng xã hội trong học tập, và kết quả cho thấy cả hai yếu tố PU và PEOU đều có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến ý định hành vi sử dụng mạng xã hội cho mục đích học tập. Tương tự, Al-Qaysi và cộng sự [1] khẳng định rằng TAM là một mô hình hiệu quả trong việc giải thích sự chấp nhận mạng xã hội trong giáo dục, nhấn mạnh vai trò của các cấu phần PU và PEOU trong việc định hướng hành vi người dùng.

Ngoài ra, các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng mạng xã hội có thể tạo điều kiện cho việc học tập hợp tác – một yếu tố phù hợp với nguyên lý cốt lõi của TAM, rằng động lực sử dụng công nghệ của người học đóng vai trò quyết định trong việc chấp nhận công nghệ.

2.1.4. Hàm ý thực tiễn của TAM trong việc hiểu động lực sinh viên

Việc tiếp cận hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên đại học từ lăng kính TAM giúp mang lại nhiều hàm ý thực tiễn cho giảng viên và cơ sở đào tạo. Cụ thể, hiểu được nhận thức của sinh viên về tính hữu ích sẽ giúp giảng viên xây dựng nội dung học tập phù hợp hơn với nhu cầu thực tế. Mặt khác, việc đảm bảo các tài liệu học tập dễ tiếp cận và thân thiện với người dùng sẽ góp phần nâng cao mức độ tham gia học tập của sinh viên.

Chẳng hạn, YouTube có thể là nền tảng lý tưởng để chia sẻ video giảng dạy, còn Facebook có thể được dùng để tổ chức các nhóm thảo luận học thuật. Các trường đại học cũng có thể cung cấp các khóa tập huấn kỹ năng sử dụng mạng xã hội học tập hiệu quả, đồng thời nhấn mạnh lợi ích giáo dục của các nền tảng này [36], [40], [4].

2.2. Thuyết Kiến tạo xã hội và vai trò trong Kiến tạo tri thức qua mạng xã hội

2.2.1. Lý thuyết của Vygotsky và vùng phát triển gần (ZPD)

Thuyết Kiến tạo xã hội (Social Constructivism) chủ yếu dựa trên công trình của Lev Vygotsky - nhà tâm lý học nổi bật với các lý thuyết nhấn mạnh đến yếu tố xã hội trong quá trình học tập. Ý tưởng trung tâm của Vygotsky là tri thức được kiến tạo thông qua các tương tác xã hội, nơi người học cùng nhau xây dựng hiểu biết thông qua giao tiếp, hợp tác và phản biện. Một khái niệm then chốt trong

lý thuyết của ông là Vùng phát triển gần (Zone of Proximal Development - ZPD), được định nghĩa là khoảng cách giữa những gì người học có thể làm được một cách độc lập và những gì họ có thể đạt được khi có sự hướng dẫn từ người khác có kinh nghiệm hơn - như bạn học, giảng viên, hoặc cộng đồng học tập [45].

ZPD nhấn mạnh vai trò thiết yếu của tương tác xã hội trong việc mở rộng khả năng tiếp nhận tri thức của người học, và do đó, các môi trường giáo dục nên khuyến khích học tập hợp tác, nơi sinh viên không chỉ tiếp thu kiến thức mà còn đồng kiến tạo tri thức thông qua chia sẻ và thảo luận.

2.2.2. Tương tác ngang hàng và trải nghiệm chia sẻ trong môi trường số

Trong bối cảnh học tập số, tương tác giữa sinh viên với nhau ngày càng đóng vai trò quan trọng. Các nền tảng mạng xã hội như Facebook, TikTok và YouTube đã trở thành không gian hiện đại cho quá trình kiến tạo tri thức hợp tác. Thông qua việc chia sẻ trải nghiệm và thảo luận, sinh viên được tiếp cận các góc nhìn đa dạng, thách thức các giả định sẵn có và phát triển tư duy phản biện.

Nghiên cứu của Sayer và cộng sự đã chỉ ra rằng ngay cả khi không có sự hướng dẫn sâu sát từ giảng viên, sinh viên vẫn có thể tạo ra các tương tác hiệu quả, dẫn đến hiện tượng “kiến tạo tri thức chung” [38]. Điều này cho thấy sinh viên không chỉ đóng vai trò là người tiếp nhận thông tin một cách thụ động, mà còn là chủ thể tích cực trong việc kiến tạo tri thức thông qua tương tác xã hội.

2.2.3. Liên hệ giữa thuyết Kiến tạo xã hội và niềm tin vào nội dung học tập do bạn bè chia sẻ

Thuyết Kiến tạo xã hội cũng cung cấp khuôn khổ lý giải cách sinh viên xây dựng niềm tin đối với nội dung học thuật được chia sẻ bởi bạn học trên mạng xã hội. Trong môi trường giáo dục, niềm tin có thể chịu ảnh hưởng bởi cách sinh viên đánh giá người chia sẻ là nguồn thông tin đáng tin cậy. Sinh viên có xu hướng tin tưởng những người bạn mà họ cảm thấy có chuyên môn, kinh nghiệm hoặc có cùng mối quan tâm học thuật.

Niềm tin trong trường hợp này không chỉ đến từ bản thân nội dung, mà còn bị chi phối mạnh bởi ngữ cảnh xã hội và các tương tác xung quanh nội dung đó. Mạng xã hội, với tính chất cộng đồng và tính tương tác cao, thúc đẩy việc kiểm chứng thông tin một cách tập thể – nơi các cuộc thảo luận, phản hồi và chia sẻ đóng vai trò trong việc xác thực giá trị học thuật của nội dung.

2.2.4. Các nghiên cứu vận dụng lý thuyết Kiến tạo xã hội trong học tập số

Các nghiên cứu gần đây đã làm rõ ảnh hưởng của thuyết Kiến tạo xã hội trong bối cảnh học tập kỹ thuật số và học tập không chính thức. Chẳng hạn, Zhang và cộng sự [45] cho thấy việc ứng dụng phương pháp học qua thiết bị di động trong giảng dạy tiếng Anh giúp tăng cường tính cộng đồng và thúc đẩy quá trình kiến tạo tri thức thông qua tương tác xã hội.

Mặt khác, nghiên cứu của Marei và Al-Khalifa chỉ ra rằng việc tham gia vào các cuộc thảo luận nhóm trên nền tảng trực tuyến có tác động tích cực đến việc hiểu bài, làm

nổi bật vai trò của tương tác hỗ trợ trong học tập hiệu quả [27].

Những nghiên cứu này cho thấy mạng xã hội không chỉ đơn thuần là công cụ truyền tải nội dung, mà còn là nền tảng then chốt hỗ trợ học tập cộng tác và tham gia – nơi sinh viên đóng vai trò đồng kiến tạo tri thức.

2.3. *Độ tin cậy và tính xác thực trong môi trường số*

Trong bối cảnh học tập kỹ thuật số, niềm tin và độ tin cậy của thông tin là hai yếu tố then chốt ảnh hưởng đến cách sinh viên tiếp nhận tri thức. Niềm tin (trust) phản ánh mức độ mà người dùng tin rằng một thông tin hoặc nguồn tin là đáng tin cậy, trong khi độ tin cậy (credibility) liên quan đến cảm nhận về độ chính xác và tính xác thực của thông tin đó. Ngoài ra, tính xác thực của thông tin (information authenticity) đề cập đến việc nội dung có được bảo toàn nguyên vẹn, không bị bóp méo hay xuyên tạc trong quá trình chia sẻ. Trong môi trường mạng xã hội, nơi người dùng liên tục bị bão vây bởi một lượng lớn nội dung, việc phân biệt giữa thông tin đáng tin cậy và nguồn tin không chính thống ngày càng trở nên phức tạp [24].

2.3.1. *Đánh giá độ tin cậy trên các nền tảng mạng xã hội*

Người dùng đánh giá độ tin cậy của thông tin trên mạng xã hội dựa vào các chỉ số tương tác như lượt thích, chia sẻ, hoặc lượng người theo dõi – được xem là dấu hiệu của sự chấp nhận xã hội. Sherman cho thấy người trẻ thường đánh giá thông tin có nhiều lượt tương tác là đáng tin hơn, dẫn đến xu hướng tuân theo chuẩn mực cộng đồng [39].

Ngoài ra, phản hồi tích cực từ bạn bè cũng tăng mức độ tin tưởng, tạo ra vòng lặp xác nhận thông tin, nơi nội dung càng được chia sẻ và tán thành nhiều càng dễ được xem là chính xác. Bên cạnh đó, sự xuất hiện của trích dẫn nguồn, chuyên gia hoặc tổ chức uy tín cũng là yếu tố then chốt giúp người dùng đánh giá thông tin [29]. Trong môi trường học tập số, các dấu hiệu này đóng vai trò như điểm tựa định hướng, hỗ trợ sinh viên xác lập giá trị và mức độ tin cậy của nội dung.

2.3.2. *Những thách thức về độ tin cậy trong thời đại số*

Dù đã có các chiến lược đánh giá, người học vẫn phải đối mặt với nhiều thách thức trong việc xác định độ tin cậy của thông tin trên mạng xã hội. Một trong những thách thức lớn nhất là quá tải thông tin – lượng nội dung khổng lồ khiến người dùng khó lọc được đâu là nội dung có giá trị và đâu là “nhiều” [43].

Thêm vào đó, thuật toán cá nhân hóa nội dung của các nền tảng xã hội thường sắp xếp bài đăng dựa trên hành vi tương tác trước đó của người dùng. Điều này có thể khiến sinh viên bị giới hạn trong “buồng cộng hưởng” (echo chamber) – nơi họ chỉ tiếp xúc với những thông tin củng cố quan điểm sẵn có và hiếm khi được tiếp cận với góc nhìn trái chiều [31].

Một thách thức nghiêm trọng khác là sự lan truyền của thông tin sai lệch (fake news). Trong môi trường số, nơi nội dung dễ bị cắt ghép, bóp méo hoặc chia sẻ ngoài ngữ cảnh, sinh viên có thể vô tình tiếp nhận hoặc phát tán thông tin không chính xác, dẫn đến hiểu sai kiến thức hoặc bị ảnh hưởng trong các quyết định học tập [21].

2.3.3. *Khung lý thuyết hướng dẫn nhận thức về độ tin cậy*

Mô hình Đường thuyết phục kép (ELM) lý giải cách người dùng xử lý thông tin qua hai con đường: trung tâm (dựa trên phân tích nội dung) và ngoại vi (dựa vào tín hiệu bề mặt như lượt thích, chia sẻ) [10]. Trong môi trường mạng xã hội, sinh viên thường đi theo con đường ngoại vi, dẫn đến sự lệ thuộc vào chỉ số tương tác thay vì đánh giá phân biện nội dung.

Bổ sung cho ELM, Thuyết săn tìm thông tin (Information Foraging Theory) cho rằng người dùng cân nhắc giữa chi phí và lợi ích khi tiếp cận thông tin. Sinh viên thường “săn tìm” các tín hiệu như lượt xác nhận cộng đồng hoặc trích dẫn, đồng thời đánh giá mức độ nỗ lực xác minh so với giá trị học tập thu được [43]. Hai lý thuyết này cho thấy hành vi học tập trên mạng xã hội mang tính chọn lọc chiến lược, nhưng cũng tiềm ẩn rủi ro lệch chuẩn nếu thiếu năng lực tư duy phản biện.

2.4. *Tổng quan nghiên cứu trước*

2.4.1. *Vai trò của mạng xã hội trong giáo dục đại học*

Các nền tảng mạng xã hội như Facebook, YouTube và TikTok đang ngày càng khẳng định vai trò quan trọng trong giáo dục đại học, đóng vai trò như công cụ hỗ trợ chia sẻ tri thức, học tập và giao tiếp học thuật. Nhiều nghiên cứu cho thấy các nền tảng này giúp sinh viên xây dựng môi trường học tập hợp tác thông qua việc chia sẻ tài liệu, tham gia thảo luận và cung cấp phản hồi lẫn nhau [30].

Ví dụ, YouTube được xem như một kho nội dung giáo dục phong phú với hàng loạt video hướng dẫn do cả chuyên gia lẫn người học tạo ra, mang đến một phương thức học tập đa chiều [18]. Các nhóm Facebook cho phép giảng viên và sinh viên thiết lập diễn đàn thảo luận học thuật, từ đó thúc đẩy sự gắn kết và xây dựng cộng đồng học tập [11]. Dù mang tính giải trí, TikTok cũng được khai thác sáng tạo trong giáo dục, nơi người dùng tạo ra các nội dung súc tích, dễ tiếp cận, đặc biệt phù hợp với thế hệ người học trẻ [18].

Tính năng tương tác và chia sẻ thông tin trên các nền tảng này đã làm thay đổi bản chất của hoạt động học tập, mở ra nhiều cơ hội vượt ra ngoài giới hạn của lớp học truyền thống [30].

2.4.2. *Niềm tin của sinh viên vào thông tin trên mạng xã hội*

Niềm tin đóng vai trò then chốt trong việc định hình cách sinh viên tiếp nhận thông tin trên các nền tảng mạng xã hội. Độ tin cậy của nguồn thông tin thường được hình thành thông qua các tương tác xã hội và tín hiệu cộng đồng, góp phần định hướng nhận thức của sinh viên về mức độ đáng tin của nội dung được chia sẻ [30].

Nghiên cứu cho thấy rằng sự đồng thuận từ bạn bè có thể nâng cao đáng kể nhận thức về độ tin cậy của thông tin, đặc biệt khi nguồn chia sẻ ban đầu chưa rõ ràng [30]. Ví dụ, Mena và cộng sự phát hiện rằng những thông tin được bạn bè đáng tin cậy chia sẻ thường được đánh giá cao hơn, cho thấy mối liên kết giữa mạng lưới xã hội và quá trình hình thành niềm tin trên không gian số. Ngoài ra, các yếu tố như mức độ công khai của ý kiến, hình thức phản hồi và chất lượng trao đổi cũng ảnh hưởng trực tiếp đến đánh giá của sinh viên về nội dung học thuật do người khác chia sẻ [14].

Những tương tác này làm nổi bật sự phức tạp của mối quan hệ giữa gắn kết cộng đồng và tính xác thực thông tin trong môi trường học tập số.

2.4.3. Thách thức trong môi trường học kỹ thuật số

Dù mang lại nhiều tiện ích, học tập qua mạng xã hội cũng tiềm ẩn không ít thách thức. Nổi bật là tình trạng quá tải thông tin, khiến sinh viên khó phân biệt giữa nội dung hữu ích và thông tin gây nhiễu [42]. Một rủi ro khác là sự lan truyền của thông tin sai lệch, gây cản trở trong việc xác minh và đánh giá chất lượng nội dung học tập [44].

Bên cạnh đó, thuật toán đề xuất nội dung thường ưu tiên thông tin hấp dẫn thay vì tài liệu học thuật chính xác, khiến sinh viên dễ lệch hướng trong quá trình học [23]. Những thách thức này nhấn mạnh sự cần thiết của việc bồi dưỡng tư duy phản biện và năng lực đánh giá thông tin số, nhằm giúp sinh viên học tập hiệu quả và có chọn lọc trong môi trường kỹ thuật số phức tạp.

2.4.4. Khoảng trống trong nghiên cứu hiện tại

Dù có nhiều nghiên cứu đã tập trung vào vai trò của mạng xã hội trong giáo dục, nhưng vẫn còn thiếu những nghiên cứu định tính nhằm khai thác sâu hơn hành vi, nhận thức và quá trình ra quyết định thực tế của sinh viên khi tiếp cận nội dung học tập trên các nền tảng này. Hầu hết các tài liệu hiện tại chủ yếu sử dụng phương pháp định lượng như thống kê tần suất sử dụng hoặc kết quả học tập, mà chưa thật sự đi sâu vào trải nghiệm cá nhân và diễn ngôn xã hội của người học [42].

Lấp đầy khoảng trống này là điều cần thiết để hiểu rõ hơn mối quan hệ đa chiều giữa mạng xã hội và thực hành giáo dục. Nghiên cứu định tính sẽ giúp khám phá cách sinh viên diễn giải thông tin, hình thành niềm tin và kiến tạo tri thức trong môi trường số – từ đó đóng góp vào việc thiết kế các chính sách giáo dục và phương pháp giảng dạy phù hợp hơn [32].

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc để khám phá cách sinh viên tiếp nhận thông tin giáo dục qua mạng xã hội, phù hợp với mục tiêu tìm hiểu sâu trải nghiệm cá nhân trong môi trường học tập số [20], [9], [19]. Thiết kế nghiên cứu dựa trên hướng tiếp cận diễn giải kết hợp với lập luận quy nạp, nhằm rút ra mẫu hình từ dữ liệu thực tế, phản ánh hành vi và suy nghĩ của sinh viên [37]. Phỏng vấn bán cấu trúc được lựa chọn vì hiệu quả trong thu thập dữ liệu định tính có chiều sâu, đặc biệt khi nghiên cứu về hành vi học tập số [22], [8].

3.2. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là sinh viên khối ngành Kinh tế – Tài chính tại Thành phố Hồ Chí Minh, đang sử dụng mạng xã hội như công cụ hỗ trợ học tập. Nghiên cứu áp dụng phương pháp lấy mẫu có chủ đích, lựa chọn 13 sinh viên đại học có kinh nghiệm sử dụng ít nhất một nền tảng mạng xã hội (Facebook, YouTube, TikTok) cho mục đích học tập trong tối thiểu 06 tháng. Mẫu đảm bảo sự đa dạng về trường, ngành và năm học, phù hợp với nghiên cứu định tính đòi hỏi dữ liệu sâu thay vì rộng [17], [26].

3.3. Quy trình và công cụ thu thập dữ liệu

Dữ liệu được thu thập thông qua phỏng vấn bán cấu trúc, thực hiện trực tiếp hoặc trực tuyến tùy theo điều kiện người tham gia. Bảng hỏi được xây dựng dựa trên hai khung lý thuyết chính: TAM và Thuyết Kiến tạo Xã hội, xoay quanh thói quen sử dụng mạng xã hội, cảm nhận về tính hữu ích và dễ sử dụng, niềm tin vào nội dung chia sẻ, và đánh giá rủi ro – kỳ vọng khi học tập trên mạng xã hội. Bảng hỏi được kiểm thử trước với hai sinh viên để đảm bảo tính rõ ràng [22].

Mỗi buổi phỏng vấn kéo dài 30 - 45 phút, được ghi âm và ghi chú hiện trường, nhằm bổ sung các yếu tố phi ngôn ngữ. Người tham gia ký cam kết tham gia tự nguyện và bảo mật danh tính. Dữ liệu được mã hóa ẩn danh (ví dụ: S01_TDT) và một số trích đoạn được member checking để đảm bảo tính xác thực, tuân thủ nguyên tắc đạo đức nghiên cứu định tính [15].

Bảng 1. Thông tin mã hóa đối tượng nghiên cứu

Mã SV	Trường	Năm học	Ngành học
SV1	ĐH Kinh tế	Năm 3	Tài chính
SV1_2	ĐH Kinh tế	Năm 1	Tài chính
SV2	ĐH Tài chính - Marketing	Năm 2	Marketing
SV2_2	ĐH Tài chính - Marketing	Năm 1	Marketing
SV3	ĐH Tôn Đức Thắng	Năm 2	Quản trị kinh doanh
SV4	ĐH Tôn Đức Thắng	Năm cuối	Kế toán
SV5	ĐH Kinh tế	Năm 2	Ngân hàng
SV5_2	ĐH Kinh tế	Năm cuối	Ngân hàng
SV6	ĐH Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM	Năm 2	Tài chính
SV7	ĐH Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM	Năm 3	Tài chính
SV8	ĐH Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM	Năm 2	Tài chính
SV2_3	ĐH Quốc tế	Năm 3	Marketing
SV2_4	WSU	Năm 3	Marketing

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thói quen sử dụng mạng xã hội trong học tập

Tất cả sinh viên đều xác nhận vai trò ngày càng quan trọng của mạng xã hội trong học tập hàng ngày, với các nền tảng phổ biến là Facebook, TikTok và YouTube. Facebook chủ yếu dùng để trao đổi tài liệu và thảo luận nhóm, trong khi TikTok và YouTube được ưa chuộng để học qua video ngắn, sinh động - đặc biệt ở sinh viên năm 1 và 2.

“TikTok giúp em nhớ từ vựng tiếng Anh nhanh hơn, mấy clip 30 giây mà học được nhiều.” (SV6)

“Em tham gia nhóm lớp trên Facebook, thấy nhiều bạn chia sẻ đề cương, tổng hợp bài học rất tiện.” (SV1)

“YouTube có nhiều video học lý thuyết Marketing ngắn gọn.” (SV2_1)

Sinh viên năm 3 trở lên (SV3_2, SV5_2) có xu hướng sử dụng mạng xã hội mục tiêu hơn, trong khi sinh viên năm 1 (SV2_2, SV1_2) dễ bị cuốn vào nội dung giải trí.

“Em hay học qua TikTok, nhưng nhiều khi đang học lại lướt sang mấy clip hài.” (SV8)

“Ban đầu xem chơi, sau thấy mẹo học hay thì bắt đầu lưu lại, học dần.” (SV2_2)

4.2. Nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng

Phần lớn sinh viên xem mạng xã hội là công cụ học tập tiện lợi và dễ tiếp cận. Nhóm sinh viên từ Trường Đại học Tôn Đức Thắng (SV3, SV3_2, SV4) đánh giá cao sự đơn giản của Facebook so với nền tảng học tập truyền thống (LMS), trong khi sinh viên từ WSU và Đại học Quốc tế (SV2_3, SV2_4) nhấn mạnh tính cá nhân hóa nội dung nhờ thuật toán gợi ý.

“So với mấy cái học online của trường, thì Facebook dễ tìm hơn nhiều.” (SV3)

“YouTube gợi đúng mấy clip mình cần... như ‘cách làm báo cáo tài chính’.” (SV2_4)

Sinh viên năm cuối và lớn tuổi hơn (SV5_2, SV4) thường xem mạng xã hội như công cụ hỗ trợ, thay vì thay thế bài giảng chính quy.

“Mình học chính vẫn là ở trường, nhưng ôn thi thì YouTube giúp củng cố nhanh hơn.” (SV5_2)

“Em dùng mạng xã hội để xem các hướng tiếp cận khác, nhất là trong bài tập nhóm.” (SV4)

4.3. Niềm tin và tương tác xã hội trong tiếp nhận thông tin

Một đặc điểm nổi bật trong dữ liệu là sinh viên có xu hướng tin tưởng thông tin từ bạn bè, người quen, hoặc nhóm học tập trên mạng xã hội hơn là từ nguồn chính thống. Yếu tố xã hội - bao gồm mối quan hệ cá nhân, số lượng tương tác và sự đồng thuận cộng đồng - có vai trò then chốt trong việc đánh giá tính tin cậy của nội dung.

“Bạn em học giỏi chia sẻ thì em tin hơn, vì bạn ấy có kết quả thật rồi, không phải nói suông.” (SV5)

“Nếu thấy bài có nhiều like, nhiều bạn comment học được, em sẽ lưu lại.” (SV7)

Sinh viên cũng cho rằng việc trao đổi qua comment, inbox hoặc group học tạo cảm giác gần gũi và đáng tin cậy hơn các bài giảng ‘một chiều’ trên lớp. Niềm tin không chỉ đến từ nội dung, mà còn từ ngữ cảnh giao tiếp.

“Em học được nhiều từ bình luận trong nhóm học phần. Mỗi bạn nói một góc nên mình hiểu rõ hơn.” (SV2_3)

4.4. Những lo ngại và đề xuất cải thiện

Bên cạnh lợi ích, sinh viên cũng chỉ ra nhiều rủi ro khi học qua mạng xã hội, như: thông tin sai lệch, quá tải nội dung, thiếu tính hệ thống và khó phân biệt giữa học và giải trí.

“Có lúc thấy quá nhiều bạn chia sẻ cách làm bài, nhưng mỗi người một kiểu...” (SV4)

“Em từng làm theo TikTok nhưng sai vì hiểu nhầm bước.” (SV2_4)

Để cải thiện, sinh viên đề xuất nhà trường nên xây dựng kênh học tập chính thức trên MXH, kết hợp người học uy tín (như sinh viên giỏi, trợ giảng) và tổ chức lớp kỹ năng đánh giá thông tin số.

“Nếu thầy cô có fanpage đăng video ngắn thì tụi em sẽ học đều hơn.” (SV6)

“Tụi em cần học cách nhận biết thông tin đúng sai.” (SV2_2)

5. Thảo luận

5.1. Hành vi chấp nhận mạng xã hội như công cụ học tập: liên hệ Mô hình TAM

Mô hình Chấp nhận công nghệ (TAM) cung cấp cơ sở lý thuyết phù hợp để lý giải việc sinh viên sử dụng mạng xã hội trong học tập, thông qua hai yếu tố cốt lõi: tính hữu ích và tính dễ sử dụng. Sinh viên cho rằng các nền tảng như Facebook, YouTube hay TikTok giúp tiếp cận kiến thức nhanh chóng, tiết kiệm thời gian và dễ thao tác nhờ giao diện thân thiện, phù hợp với thói quen học tập hiện đại. Những tính năng như cá nhân hóa nội dung và đề xuất thuật toán càng củng cố cảm nhận về sự tiện lợi và hiệu quả.

Tuy nhiên, mặt hạn chế cũng được nhận diện: nội dung học tập thường thiếu chiều sâu và tính hệ thống, đặt ra thách thức về tính học thuật và độ tin cậy. Điều này cho thấy tiềm năng trong việc kết hợp giữa môi trường học tập chính thức và không chính thức, giúp phát huy thế mạnh công nghệ số mà vẫn đảm bảo chất lượng học thuật trong bối cảnh giáo dục đại học hiện nay.

5.2. Học tập qua tương tác và cộng đồng: gắn với Thuyết Kiến tạo xã hội

Thuyết Kiến tạo xã hội nhấn mạnh rằng tri thức được hình thành thông qua tương tác xã hội và cộng đồng học tập. Dữ liệu cho thấy mạng xã hội đang tạo nên một hệ sinh thái học tập phi chính thống, nơi sinh viên không chỉ tiếp nhận mà còn đồng kiến tạo tri thức thông qua thảo luận, phản hồi và chia sẻ kinh nghiệm cá nhân.

Quá trình học vượt ra khỏi mối quan hệ thầy - trò, mở rộng đến bạn học, cựu sinh viên và cả người dùng ẩn danh có cùng mối quan tâm, phản ánh đúng tinh thần của “vùng phát triển gần” (ZPD) trong lý thuyết của Vygotsky. Mặc dù kiến thức chia sẻ không luôn mang tính hàn lâm cao, nhưng lại gần gũi, thực tiễn và dễ tiếp cận, thúc đẩy học tập linh hoạt và cộng tác. Tuy nhiên, điều này cũng đòi hỏi sinh viên phải có năng lực chọn lọc và định hướng thông tin trong môi trường số đa chiều và phức tạp.

Niềm tin vào nội dung học thuật trong môi trường số: gắn với lý thuyết Độ tin cậy và ELM.

Một phát hiện đáng chú ý là sinh viên thường không dựa vào tiêu chí hàn lâm để đánh giá độ tin cậy thông tin, mà ưu tiên dấu hiệu xã hội như lượt tương tác, người chia sẻ hoặc mức độ quen thuộc. Mô hình ELM lý giải điều này qua hai con đường xử lý: trung tâm (dựa trên lý luận) và ngoại vi (dựa vào tín hiệu cảm tính). Trong môi trường mạng xã hội, sinh viên chủ yếu tiếp cận thông tin qua con đường ngoại vi, dễ dẫn đến việc tin tưởng nội dung lan truyền mà không kiểm chứng.

Bên cạnh đó, thuật toán đề xuất nội dung cũng có vòng lặp xác nhận (echo chamber), hạn chế khả năng tiếp cận thông tin đa chiều. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết trong giáo dục về việc nâng cao năng lực đánh giá thông tin số, giúp người học xử lý thông tin một cách phản biện và có chọn lọc trong môi trường học tập số hiện đại.

Mạng xã hội như môi trường học tập mở cần được định hướng.

Sự phát triển của mạng xã hội đang tái định hình không gian học tập trong giáo dục đại học. Thay vì đối lập với hệ

thống chính quy, mạng xã hội nên được xem là kênh học tập bổ sung, phù hợp với các chiến lược giảng dạy linh hoạt, lấy người học làm trung tâm.

Để phát huy hiệu quả, giảng viên cần đóng vai trò người hướng dẫn học thuật số (digital academic coach), thiết kế hoạt động học tập tích hợp mạng xã hội một cách có định hướng. Đồng thời, sinh viên cần được rèn luyện kỹ năng tự học có định hướng và tư duy phản biện, nhằm sử dụng mạng xã hội như nguồn lực hỗ trợ, thay vì là thước đo giá trị học thuật.

6. Kết luận

Nghiên cứu cho thấy mạng xã hội đang trở thành một không gian học tập thay thế, nơi sinh viên không chỉ tiếp nhận mà còn đồng kiến tạo tri thức thông qua tương tác xã hội. Dựa trên mô hình TAM, hành vi học tập này được thúc đẩy bởi nhận thức về tính hữu ích và sự dễ sử dụng của nền tảng. Thuyết Kiến tạo xã hội nhấn mạnh vai trò của cộng đồng số trong quá trình học tập phi chính thống, trong khi ELM cảnh báo việc sinh viên dựa vào tín hiệu xã hội hơn là tiêu chí học thuật, làm gia tăng nguy cơ tiếp nhận thông tin sai lệch.



Nhìn chung, mạng xã hội không chỉ là công cụ hỗ trợ, mà đang dần trở thành một cấu phần thiết yếu trong hệ sinh thái giáo dục đại học. Để khai thác hiệu quả, cần sự phối hợp giữa giảng viên - nhà trường - sinh viên trong việc định hướng, hỗ trợ và phát triển năng lực học tập số và tư duy phản biện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Al-Qaysi, N., Mohamad-Nordin, N., and Al-Emran, M. "A Systematic Review of Social Media Acceptance from the Perspective of Educational and Information Systems Theories and Models." *Journal of Educational Computing Research*, vol. 57, no. 8, 2018, pp. 2085–2109. <https://doi.org/10.1177/0735633118817879>.
- [2] Al-Rahmi, A., Shamsuddin, A., Wahab, E., Al-Rahmi, W., Alismael, O., and Crawford, J. "Social Media Usage and Acceptance in Higher Education: A Structural Equation Model." *Frontiers in Education*, vol. 7, 2022. <https://doi.org/10.3389/educ.2022.964456>.
- [3] Al-Rahmi, A., Shamsuddin, A., Wahab, E., Al-Rahmi, W., Alyoussef, I., and Crawford, J. "Social Media Use in Higher Education: Building a Structural Equation Model for Student Satisfaction and Performance." *Frontiers in Public Health*, vol. 10, 2022. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.1003007>.
- [4] Alvi, I. "College Students' Reception of Social Networking Tools for Learning in India: An Extended UTAUT Model." *Smart Learning Environments*, vol. 8, no. 1, 2021. <https://doi.org/10.1186/s40561-021-00164-9>.
- [5] Boczkowski, P., Mitchelstein, E., and Matassi, M. "News Comes Across When I'm in a Moment of Leisure": Understanding the Practices of Incidental News Consumption on Social Media." *New Media & Society*, vol. 20, no. 10, 2018, pp. 3523–3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>.
- [6] Braun, Virginia, and Victoria Clarke. "Using Thematic Analysis in Psychology." *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, no. 2, 2006, pp. 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>.
- [7] Braun, Virginia, and Victoria Clarke. *Thematic Analysis: A Practical Guide*. SAGE Publications, 2021.
- [8] Carpenter, Jeffrey P., and Qian Hu. "Understanding the Digital Lives and Learning of University Students: A Qualitative Exploration." *Computers & Education*, vol. 192, 2023, p. 104680. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2023.104680>.
- [9] Cekiso-Smith, Letitia, Siphokazi Lunga, and Godwin Makombe. "Perceptions of Student Engagement and Social Media Use in Higher Education: A Qualitative Study." *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, vol. 19, no. 1, 2022, pp. 1–16. <https://doi.org/10.1186/s41239-022-00347-z>.
- [10] Chein, J., Albert, D., O'Brien, L., Uckert, K., and Steinberg, L. "Peers Increase Adolescent Risk Taking by Enhancing Activity in the Brain's Reward Circuitry." *Developmental Science*, vol. 14, no. 2, 2010. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7687.2010.01035.x>.
- [11] Chekima, B., Chekima, F., and Adis, A. "Social Media Influencer in Advertising: The Role of Attractiveness, Expertise and Trustworthiness." *Journal of Economic and Business*, vol. 3, no. 4, 2020. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.03.04.298>.
- [12] Chen, E., and DiVall, M. "Social Media as an Engagement Tool for Schools and Colleges of Pharmacy." *American Journal of Pharmaceutical Education*, vol. 82, no. 4, 2018, p. 6562. <https://doi.org/10.5688/ajpe6562>.
- [13] Condie, J., Ayodele, I., Chowdhury, S., Powe, S., and Cooper-Ryan, A. "Personalizing Twitter Communication: An Evaluation of 'Rotation-Curation' for Enhancing Social Media Engagement within Higher Education." *Journal of Marketing for Higher Education*, vol. 28, no. 2, 2018, pp. 192–209. <https://doi.org/10.1080/08841241.2018.1453910>.
- [14] Cooley, D., and Parks-Yancy, R. "The Effect of Social Media on Perceived Information Credibility and Decision Making." *Journal of Internet Commerce*, vol. 18, no. 3, 2019, pp. 249–269. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1595362>.
- [15] Creswell, John W., and Cheryl N. Poth. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 4th ed., SAGE Publications, 2018.
- [16] Dong, G., et al. "Relationships Between Research Supervisors and Students from Coursework-Based Master's Degrees: Information Usage Under Social Media." *Information Discovery and Delivery*, vol. 49, no. 4, 2021, pp. 319–327. <https://doi.org/10.1108/idd-08-2020-0100>.
- [17] Guest, Greg, Emily E. Namey, and Marilyn Chen. "A Simple Method to Assess and Report Thematic Saturation in Qualitative Research." *PLOS ONE*, vol. 15, no. 5, 2020, e0232076. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232076>.
- [18] Hanafiah, M., et al. "The Roles of Technology Acceptance, User Credibility and COVID-19 Perceived Health Risk in Tourist's Social Media User-Generated-Content Usage Intention." *Enlightening Tourism a Pathmaking Journal*, vol. 12, no. 1, 2022, pp. 337–365. <https://doi.org/10.33776/et.v12i1.5427>.
- [19] Hu, Qian, and Marina Razlog. "University Students' Digital Trust and Learning Agency in the Age of Social Media." *Education and Information Technologies*, 2023. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11821-w>.
- [20] Hu, Qian, Meng Lu, and Dan Wang. "Exploring Students' Perceptions of Educational Usefulness of Social Media in Digital Learning." *Australasian Journal of Educational Technology*, vol. 38, no. 3, 2022, pp. 43–57. <https://doi.org/10.14742/ajet.7445>.
- [21] Invernizzi, G., and Mohamed, A. "Trust Nobody: How Voters React to Conspiracy Theories." *Journal of Experimental Political Science*, vol. 10, no. 2, 2022, pp. 201–208. <https://doi.org/10.1017/xps.2022.11>.
- [22] Kallio, Hanna, Anne M. Pietilä, Michael Johnson, and Mari Kangasniemi. "Systematic Methodological Review: Developing a Framework for a Qualitative Semi-Structured Interview Guide." *Journal of Advanced Nursing*, vol. 72, no. 12, 2016, pp. 2954–2965. <https://doi.org/10.1111/jan.13031>.
- [23] Khaleel, I., et al. "Health Information Overload Among Health Consumers: A Scoping Review." *Patient Education and Counseling*, vol. 103, no. 1, 2020, pp. 15–32. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2019.08.008>.
- [24] Khusaini, K. "Analysis of Prospective Physicist Teachers' Feedback on Online Peer-Assessment Implementation." *Jurnal Pendidikan Fisika Indonesia*, vol. 13, no. 1, 2017, pp. 41–48. <https://doi.org/10.15294/jpfi.v13i1.6509>.
- [25] Kusumawati, A. "Evaluation of Social Media Role as an Information Source in Decision-Making Process of Higher Education Institution's (HEIs) Selection." *Proceedings of AICoBPA*, 2019. <https://doi.org/10.2991/aicobpa-18.2019.10>.
- [26] Mason, Mark. "Sample Size and Saturation in PhD Studies Using Qualitative Interviews." *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, vol. 11, no. 3, 2010. <https://doi.org/10.17169/fqs-11.3.1428>.
- [27] Marei, H., and Al-Khalifa, K. "Pattern of Online Communication in

- Teaching a Blended Oral Surgery Course.* European Journal of Dental Education, vol. 20, no. 4, 2015, pp. 213–217. <https://doi.org/10.1111/eje.12163>.
- [28] Mburu, E., and K'Okul, F. “Influence of Social Media Content on Risky Sexual Behaviours of Undergraduate Students in Selected Universities in Kiambu County, Kenya.” The International Journal of Humanities & Social Studies, 2024. <https://doi.org/10.24940/theijhss/2024/v12/i2/hs2402-008>.
- [29] Men, L., and Muralidharan, S. “Understanding Social Media Peer Communication and Organization–Public Relationships.” Journalism & Mass Communication Quarterly, vol. 94, no. 1, 2016, pp. 81–101. <https://doi.org/10.1177/1077699016674187>.
- [30] Mena, P., Barbe, D., and Chan-Olmsted, S. “Misinformation on Instagram: The Impact of Trusted Endorsements on Message Credibility.” Social Media + Society, vol. 6, no. 2, 2020. <https://doi.org/10.1177/2056305120935102>.
- [31] Meriläinen, N. “The Possible Role of Digital Platforms in Information Operations.” European Conference on Social Media, vol. 11, no. 1, 2024, pp. 137–143. <https://doi.org/10.34190/econg sym.11.1.2148>.
- [32] Munar, A., and Jacobsen, J. “Trust and Involvement in Tourism Social Media and Web-Based Travel Information Sources.” Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, vol. 13, no. 1, 2013, pp. 1–19. <https://doi.org/10.1080/15022250.2013.764511>.
- [33] Ningsih, T., and Jha, G. “Strengthening Student Competency in Making Social Science Learning Media, Social Science Development Courses.” Journal of Innovation in Educational and Cultural Research, vol. 2, no. 1, 2021, pp. 1–6. <https://doi.org/10.46843/jiecr.v2i1.23>.
- [34] Parris, L., et al. “Exploring Social Media Rumination: Associations with Bullying, Cyberbullying, and Distress.” Journal of Interpersonal Violence, vol. 37, no. 5–6, 2020, pp. NP3041–NP3061. <https://doi.org/10.1177/0886260520946826>.
- [35] Rassool, J. “Analysis the Relationship Between Social Media and Education System in Kurdistan Region of Iraq Using Chi-Square Test.” Academic Journal of Nawroz University, vol. 7, no. 4, 2018, p. 133. <https://doi.org/10.25007/ajnu.v7n4a282>.
- [36] Salam, M., Imtiaz, H., and Burhan, M. “The Perceptions of SME Retailers Towards the Usage of Social Media Marketing Amid COVID-19 Crisis.” Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, vol. 13, no. 4, 2021, pp. 588–605. <https://doi.org/10.1108/jeee-07-2020-0274>.
- [37] Sharma, Shalini, Meenu Singh, and Renu Kumari. “Interpretivism in Qualitative Research: Principles and Practice.” Research Methodology in Education, vol. 10, no. 1, 2022, pp. 1–12.
- [38] Sayer, R., Marshman, E., and Singh, C. “The Impact of Peer Interaction on the Responses to Clicker Questions in an Upper-Level Quantum Mechanics Course.” PERC Proceedings, 2016, pp. 304–307. <https://doi.org/10.1119/perc.2016.pr.071>.
- [39] Sherman, L., et al. “The Power of the Like in Adolescence.” Psychological Science, vol. 27, no. 7, 2016, pp. 1027–1035. <https://doi.org/10.1177/0956797616645673>.
- [40] Thanomsing, C., and Sharma, P. “Understanding Instructor Adoption of Social Media Using the Technology Acceptance Model.” Journal of Research in Innovative Teaching & Learning, vol. 17, no. 1, 2022, pp. 47–65. <https://doi.org/10.1108/jrit-04-2022-0021>.
- [41] Torun, E. “Educational Use of Social Media in Higher Education: Gender and Social Networking Sites as the Predictors of Consuming, Creating, and Sharing Content.” Acta Educationis Generalis, vol. 10, no. 2, 2020, pp. 112–132. <https://doi.org/10.2478/atd-2020-0013>.
- [42] Virkus, S., Mandre, S., and Pals, E. “Information Overload in a Disciplinary Context.” Lecture Notes in Computer Science, 2018, pp. 615–624. https://doi.org/10.1007/978-3-319-74334-9_63.
- [43] Wang, X., Yu, C., and Wei, Y. “Social Media Peer Communication and Impacts on Purchase Intentions: A Consumer Socialization Framework.” Journal of Interactive Marketing, vol. 26, no. 4, 2012, pp. 198–208. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.11.004>.
- [44] Zhang, A., et al. “A Structured Response to Misinformation.” Proceedings of the Web Conference, 2018, pp. 603–612. <https://doi.org/10.1145/3184558.3188731>.
- [45] Zhang, J., Puteh, M., and Sazalli, A. “A Social Constructivism Framing of Mobile Pedagogy in English Language Teaching in the Digital Era.” Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science, vol. 20, no. 2, 2020, p. 830. <https://doi.org/10.11591/ijeecong.sur.v20.i2.pp830-836>.

Thông tin về tác giả

	<p>Đinh Ngọc Long:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tốt nghiệp Thạc sĩ ngành Thương mại - Tài chính tại Trường Đại học Macquarie, Úc. Hiện đang là Nghiên cứu sinh Trường Đại học Tomasbata tại Zlin, Cộng hòa Séc. - Hiện đang là Phó trưởng bộ môn Tiếng Anh chuyên ngành Kinh tế - Tài chính, Khoa Kinh tế - Tài chính Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh. - Lĩnh vực quan tâm: Khởi nghiệp, giáo dục khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo. - Điện thoại: 0906 391 611.
	<p>Nguyễn Thị Ngọc Vân:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thạc sĩ ngành Tài chính - Ngân hàng, Đại học Portsmouth, Vương quốc Anh. - Giảng viên cơ hữu ngành Tài chính - Ngân hàng, Khoa Kinh tế - Tài chính, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh. - Lĩnh vực quan tâm: Tài chính doanh nghiệp, Tài chính hành vi. - Điện thoại: 0917 615 068.

ẢNH HƯỞNG CỦA MÔI TRƯỜNG HỌC TẬP VÀ TRUYỀN THÔNG SỐ ĐẾN HIỆU QUẢ HỌC TRỰC TUYẾN: NGHIÊN CỨU TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

THE IMPACT OF LEARNING ENVIRONMENT AND DIGITAL MEDIA ON THE EFFECTIVENESS OF ONLINE LEARNING: A STUDY AT UNIVERSITIES IN HO CHI MINH CITY

Nguyễn Thúy Vy*, Trương Thị Thanh Tuyền, Nguyễn Lưu Diễm Phúc

Trường Đại học Văn Hiến

Nguyen Thuy Vy*, Truong Thi Thanh Tuyen, Nguyen Luu Diem Phuc

Van Hien University; VyNT@vhu.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Thuy Vy (email: VyNT@vhu.edu.vn)

Tóm tắt - Trong bối cảnh kỷ nguyên số, học trực tuyến đã và đang định hình lại các mô hình giáo dục truyền thống, mở ra nhiều cơ hội tiếp cận tri thức và đổi mới phương pháp giảng dạy. Nghiên cứu này tổng hợp cơ sở lý thuyết và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả trải nghiệm học tập trong môi trường số, đặc biệt vai trò của truyền thông số. Dữ liệu khảo sát, từ 426 sinh viên các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh, cho thấy môi trường học tập, chất lượng công cụ truyền thông số và mức độ tương tác với giảng viên đóng vai trò then chốt trong việc nâng cao trải nghiệm người học. Truyền thông số không chỉ hỗ trợ kết nối mà còn ảnh hưởng đến động lực học tập và sự tương tác xã hội trong môi trường học trực tuyến. Tuy nhiên, những hạn chế như thiếu tương tác thực tế, khó khăn trong quản lý thời gian cá nhân và sự phân tâm từ mạng xã hội vẫn là những thách thức đáng lưu tâm. Từ đó, nghiên cứu đưa ra các khuyến nghị thiết thực cho giảng viên, nhà phát triển nền tảng công nghệ và nhà hoạch định chính sách trong việc thiết kế và vận hành hệ thống giáo dục trực tuyến hiệu quả, hướng tới trải nghiệm học tập toàn diện và bền vững.

Từ khóa - Học trực tuyến; trải nghiệm học số; truyền thông số; môi trường học tập; giáo dục đại học số.

Abstract - In the context of the digital era, online learning has been reshaping traditional educational models, offering numerous opportunities for knowledge access and innovative teaching methods. This study synthesizes theoretical foundations and analyzes factors influencing the effectiveness of the learning experience in digital environments, with a particular emphasis on the role of digital communication. Survey data from 426 students at universities in Ho Chi Minh City indicate that the learning environment, the quality of digital communication tools, and the level of interaction with instructors play crucial roles in enhancing learners' experiences. Digital communication not only facilitates connectivity but also impacts learning motivation and social interaction in online learning environments. However, limitations such as the lack of real-world interaction, challenges in personal time management, and distractions from social media remain significant concerns. Consequently, the study provides practical recommendations for instructors, technology platform developers, and policymakers in designing and operating effective online education systems, aiming for a comprehensive and sustainable learning experience.

Keywords - Online Learning; digital learning experience; digital communication; learning environment; digital higher education.

1. Đặt vấn đề

Trong kỷ nguyên số, học trực tuyến đã trở thành một xu hướng tất yếu, định hình lại cách tiếp cận giáo dục tại Việt Nam và trên toàn cầu. Sự phát triển của công nghệ thông tin và mạng internet đã tạo điều kiện cho học trực tuyến phá vỡ các rào cản về địa lý, mang lại sự linh hoạt cho người học, đặc biệt trong giáo dục đại học. Theo báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông, tỷ lệ sử dụng internet tại Việt Nam đạt hơn 70% vào năm 2024, tạo nền tảng vững chắc cho việc triển khai các chương trình học trực tuyến. Điều này đặc biệt quan trọng đối với Việt Nam, nơi dân số trẻ, năng động và có nhu cầu học tập cao, từ sinh viên đến người đi làm mong muốn nâng cao kỹ năng. Học trực tuyến không chỉ hỗ trợ tiếp cận tri thức mà còn thúc đẩy bình đẳng giáo dục, giúp người học ở các khu vực nông thôn hoặc vùng sâu vùng xa tham gia vào các chương trình đào tạo chất lượng từ các trường đại học lớn.

Sự chuyển đổi sang học trực tuyến tại Việt Nam được

thúc đẩy mạnh mẽ bởi đại dịch Covid - 19, khi các cơ sở giáo dục buộc phải thích nghi với hình thức giảng dạy từ xa. Theo Bộ Giáo dục và Đào tạo, hơn 90% trường đại học tại Việt Nam đã triển khai các khóa học trực tuyến hoặc kết hợp vào năm 2020. Tại Thành phố Hồ Chí Minh, các trường như Trường Đại học Kinh tế - Luật và Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh báo cáo rằng hơn 75% chương trình đào tạo có tùy chọn trực tuyến vào năm 2024. Một nghiên cứu với 750 sinh viên đại học tại Việt Nam cho thấy sự hài lòng của sinh viên đối với học trực tuyến có mối tương quan chặt chẽ với khả năng tự quản lý học tập và hiệu quả sử dụng internet, đồng thời nhấn mạnh vai trò của môi trường học tập số và truyền thông số trong việc nâng cao kết quả học tập [5]. Tuy nhiên, các thách thức như thiếu tương tác trực tiếp, khó khăn trong quản lý thời gian và sự phân tâm từ các nền tảng truyền thông xã hội vẫn là những rào cản cần được giải quyết.

Hiệu quả của học trực tuyến phụ thuộc vào nhiều yếu

tổ, bao gồm chất lượng công cụ truyền thông số, mức độ tương tác với giảng viên và sự ổn định của môi trường học tập. Truyền thông số, thông qua các nền tảng như hệ thống quản lý học tập (LMS), phần mềm hội nghị trực tuyến và mạng xã hội học thuật, không chỉ đóng vai trò kết nối mà còn ảnh hưởng đến động lực học tập và sự tham gia của sinh viên. Nghiên cứu này nhằm phân tích cách các yếu tố như truyền thông số và môi trường học tập ảnh hưởng đến trải nghiệm học trực tuyến, từ đó đề xuất các giải pháp thiết thực cho giảng viên, nhà phát triển công nghệ và nhà hoạch định chính sách. Mục tiêu là xây dựng một hệ thống giáo dục trực tuyến bền vững, hiệu quả, đáp ứng nhu cầu của người học trong bối cảnh chuyển đổi số tại Việt Nam, đồng thời đóng góp vào sự phát triển của giáo dục đại học trong thời đại mới.

2. Cơ sở lý thuyết

Các nghiên cứu về hiệu quả học trực tuyến được xây dựng dựa trên các khung lý thuyết về giáo dục số, môi trường học tập và truyền thông số. Lý thuyết Kết nối (Connectivism) của Siemens [6] cho rằng học tập trong thời đại số là quá trình kết nối thông tin từ nhiều nguồn khác nhau thông qua công nghệ, đặc biệt phù hợp với học trực tuyến, nơi người học sử dụng các nền tảng số để tương tác với nội dung và cộng đồng học tập. Lý thuyết này nhấn mạnh vai trò của công nghệ và truyền thông số trong việc tạo điều kiện cho việc học tập linh hoạt và cá nhân hóa.

Môi trường học tập số là yếu tố cốt lõi ảnh hưởng đến trải nghiệm học trực tuyến. Theo [4], mô hình tương tác trong giáo dục từ xa bao gồm ba loại: tương tác giữa người học và nội dung, người học và giảng viên và người học với người học. Các nghiên cứu tại Việt Nam đã khẳng định tầm quan trọng của môi trường học tập ổn định. Chẳng hạn, nghiên cứu [5] với 750 sinh viên đại học tại Việt Nam chỉ ra rằng khả năng tự quản lý học tập và chất lượng kết nối internet có tác động lớn đến sự hài lòng và kết quả học tập trong môi trường trực tuyến. Tương tự, nghiên cứu [7] tại Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh cho thấy cơ sở hạ tầng công nghệ và sự hỗ trợ kỹ thuật là yếu tố quyết định đến chất lượng trải nghiệm học trực tuyến của sinh viên.

Truyền thông số, bao gồm các công cụ như hệ thống quản lý học tập (LMS), phần mềm hội nghị trực tuyến (Zoom, Microsoft Teams), diễn đàn thảo luận và mạng xã hội học thuật, đóng vai trò cầu nối trong giáo dục trực tuyến. Mô hình Cộng đồng Khám phá (Community of Inquiry) của Garrison & cộng sự [1] nhấn mạnh rằng sự hiện diện nhận thức, xã hội và giảng dạy trong môi trường số là yếu tố then chốt để nâng cao hiệu quả học tập. Truyền thông số không chỉ hỗ trợ việc truyền tải nội dung mà còn tạo ra không gian tương tác xã hội, giúp sinh viên cảm thấy kết nối với cộng đồng học tập. Tại Việt Nam, nghiên cứu của Lê và Phạm [2] trên 600 sinh viên tại các trường đại học ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh chỉ ra rằng chất lượng công cụ truyền thông số, như giao diện thân thiện của LMS và tính ổn định của Zoom, cải thiện đáng kể mức độ tương tác và động lực học tập. Tuy nhiên, thách thức như tốc độ internet không đồng đều, thiếu kỹ năng số ở một số sinh viên và sự phân tâm từ các nền tảng truyền thông xã hội (như Facebook, TikTok) vẫn là rào cản.

Tương tác với giảng viên cũng là một yếu tố quan trọng. Các nghiên cứu tại Việt Nam, [7] nhấn mạnh rằng sự phản hồi kịp thời từ giảng viên giúp tăng cường sự tham gia và kết quả học tập của sinh viên. Ngoài ra, truyền thông số còn ảnh hưởng đến động lực học tập thông qua việc sử dụng các phương tiện truyền thông đa dạng, như video bài giảng, diễn đàn thảo luận và thông báo trực tuyến, giúp duy trì sự hứng thú và cam kết của sinh viên. Kết hợp các lý thuyết và nghiên cứu trong nước, nghiên cứu này tập trung phân tích vai trò của môi trường học tập, truyền thông số và tương tác giảng viên trong việc nâng cao hiệu quả học trực tuyến tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh, từ đó đề xuất giải pháp cải thiện hệ thống giáo dục số.

3. Phương pháp và kết quả nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu áp dụng phương pháp định lượng để đánh giá ảnh hưởng của môi trường học tập, truyền thông số và tương tác đến hiệu quả học trực tuyến. Dựa trên khung lý thuyết của [1], [4] nghiên cứu tập trung vào môi trường học tập số, chất lượng công cụ truyền thông và tương tác giảng viên. Khảo sát được thực hiện tại Thành phố Hồ Chí Minh vào tháng 02/2025, với mẫu 426 sinh viên từ các trường đại học, gồm 69,24% nữ và 30,28% nam, được chọn bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Quy mô mẫu đảm bảo sai số 5% và độ tin cậy 95% theo Cochran (1977). Mẫu gồm 426 sinh viên từ bốn trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh: Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh và Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh, được chọn bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Các trường này được chọn vì tính đại diện cho các lĩnh vực đào tạo đa dạng (kinh tế, khoa học xã hội, sư phạm, công nghệ) và mức độ triển khai học trực tuyến cao.

Dữ liệu được thu thập qua bảng câu hỏi trực tuyến trên Google Forms, gồm 30 câu hỏi sử dụng thang đo Likert 5 điểm, chia thành bốn phần: nhân khẩu học, môi trường học tập (kết nối internet, không gian), công cụ truyền thông số (Microsoft Teams, Zoom, LMS) và tương tác. Bảng câu hỏi được bổ sung các câu hỏi cụ thể về ảnh hưởng của truyền thông số, như mức độ phân tâm từ mạng xã hội và hiệu quả của các công cụ truyền thông trong việc hỗ trợ học tập.

3.2. Kết quả nghiên cứu

Kết quả khảo sát từ nhiều ngành học và năm học khác nhau đã cung cấp bức tranh tổng quan về tình hình học tập trực tuyến của sinh viên trong bối cảnh giáo dục đại học đang chuyển đổi mạnh mẽ sang mô hình số vào năm 2025. Trong tổng số sinh viên tham gia khảo sát, nữ giới chiếm 69,2% (295 người), nam giới chiếm 30,3% (129 người). Về phân bố theo năm học, sinh viên năm 2 và năm 3 chiếm tỷ lệ lớn nhất, lần lượt là 38,97% và 27,93%; trong khi đó, sinh viên năm nhất và năm cuối chiếm tỷ lệ tương đối cân bằng (27,46% và 5,63%). Sự phân bố này phản ánh đúng thực tế rằng sinh viên năm 2 và 3 là những người đang tích cực tiếp cận và chịu ảnh hưởng trực tiếp từ các hình thức đào tạo số hóa hiện nay.

Về địa điểm học tập, hơn 70% sinh viên cho biết họ học trực tuyến tại nhà, bao gồm nhà riêng hoặc phòng trọ. Gần 1/3 sinh viên lựa chọn các không gian công cộng (29,6%) như quán cà phê hoặc thư viện. Tuy nhiên, phần lớn sinh viên thừa nhận rằng việc học tại nhà thường bị ảnh hưởng bởi các yếu tố gây nhiễu như tiếng ồn, không gian chật hẹp hoặc các sinh hoạt gia đình. Đây là một điểm đáng lưu ý khi xét đến hiệu quả và sự tập trung trong học trực tuyến.

Về thiết bị học tập, tất cả sinh viên tham gia khảo sát đều có thiết bị điện tử để kết nối internet. Trong đó, điện thoại thông minh là thiết bị phổ biến nhất (69%), tiếp theo là máy tính xách tay (65%) và máy tính để bàn chiếm tỷ lệ thấp hơn nhiều. Việc sử dụng điện thoại để học tập phản ánh xu hướng học mọi lúc, mọi nơi, nhưng cũng đặt ra thách thức về mặt hiệu năng, thao tác và giới hạn hiển thị nội dung học thuật trên thiết bị nhỏ. Về kết nối, 91,8% sinh viên sử dụng wifi là phương thức chính, cho thấy hạ tầng mạng cơ bản đã được phủ cập trong cộng đồng sinh viên.

Bảng 1. Các yếu tố chính ảnh hưởng đến hiệu quả học tập trực tuyến

Yếu tố	Tỷ lệ	Giá trị TB
Học tại nhà/phòng trọ	70,4%	-
Sử dụng wifi	91,8%	-
Tiếng ồn gây phân tâm	63,4%	-
Mạng xã hội gây phân tâm	49,8%	-
Thành thạo Microsoft Teams	64,1%	3,71
Giảng viên có chuyên môn tốt	72,8%	3,88
Tài liệu môn học rõ ràng	75,6%	3,90
Hỗ trợ tài liệu từ nhà trường	43,4%	3,32
Hỗ trợ từ bạn bè/giảng viên	62,2%	3,71
Tích cực với học trực tuyến	53,8%	3,30
Mệt mỏi do màn hình	60,1%	3,64
Mong kết hợp trực tuyến/trực tiếp	43,2%	-
Truyền thông số tăng tương tác	68,5%	3,75
Truyền thông số tăng động lực học	65,3%	3,68

Về mức độ thành thạo công nghệ, khảo sát ghi nhận rằng có đến 64,1% sinh viên đồng ý hoặc rất đồng ý rằng họ “ngày càng thành thạo hơn khi sử dụng hệ thống học trực tuyến”. Đồng thời, 76,6% sinh viên đánh giá các hệ thống như Microsoft Teams, Zoom hoặc các nền tảng LMS được sử dụng trong trường học là dễ thao tác và hỗ trợ tốt cho quá trình học tập. Đây là một tín hiệu tích cực cho thấy sinh viên đã thích nghi nhanh chóng với môi trường học mới, đồng thời chứng minh hiệu quả từ các chương trình tập huấn và hỗ trợ kỹ thuật mà nhà trường triển khai trong những năm qua. Đặc biệt, 68,5% sinh viên cho rằng các công cụ truyền thông số như diễn đàn thảo luận và thông báo trực tuyến giúp họ cảm thấy kết nối hơn với giảng viên và bạn học, mặc dù 49,8% sinh viên thừa nhận rằng mạng xã hội (như Facebook, TikTok) gây phân tâm đáng kể trong giờ học.

Tuy nhiên, một trong những vấn đề nổi bật được chỉ ra là tình trạng phân tâm khi học trực tuyến. Cụ thể, 44,8% sinh viên cho biết họ thường xuyên hoặc rất thường xuyên bị phân tâm trong khi học. Các nguyên nhân chính bao gồm: tiếng ồn từ môi trường sống (63,4%), việc gia đình (54,9%), mạng xã hội (49,8%), các việc cá nhân khác (46,7%) và thói quen lướt web (30,8%). Trong phần trả lời mở, nhiều sinh viên cho biết họ gặp khó khăn trong việc giữ sự tập trung khi phải ngồi trước màn hình liên tục từ 4 đến 5 giờ mỗi ngày. Các hoạt động như đi lại, vận động hoặc giao tiếp xã hội bị cắt giảm, khiến họ cảm thấy căng thẳng và dễ sao nhãng.

Một điểm tích cực khác là sinh viên ghi nhận rõ những lợi ích thực tiễn của học trực tuyến. Có đến 78,7% sinh viên đồng ý rằng việc có thể xem lại bài giảng là một lợi thế quan trọng. Bên cạnh đó, 74,7% sinh viên cho rằng hình thức này giúp tiết kiệm thời gian di chuyển và 69,7% đồng tình rằng học online giúp họ tiết kiệm chi phí sinh hoạt và có nhiều thời gian hơn bên gia đình. 65,3% sinh viên cho rằng các công cụ truyền thông số, như video bài giảng và diễn đàn thảo luận, giúp tăng cường động lực học tập và cảm giác kết nối với lớp học.

Tuy nhiên, khi đánh giá về mức độ hiệu quả tổng thể, chỉ có 43,2% sinh viên cảm thấy hứng thú với học trực tuyến, trong khi 37,6% tỏ ra chán nản và mong muốn trở lại học trực tiếp. Bên cạnh đó, 67,6% sinh viên cho rằng học trực tuyến gây khó khăn đối với các môn học cần thực hành, trải nghiệm hoặc làm việc nhóm – điều này hoàn toàn dễ hiểu trong bối cảnh nhiều ngành đào tạo yêu cầu kỹ năng thực tế như khối kỹ thuật, công nghệ. Chính vì vậy, khi được hỏi về mô hình học tập lý tưởng, 43,2% sinh viên chọn phương án kết hợp: học trực tuyến đối với các môn lý thuyết và học trực tiếp với các môn có tính thực hành cao. Lựa chọn này cho thấy sự cân nhắc kỹ lưỡng từ phía người học, đồng thời mở ra hướng đi phù hợp cho các trường đại học trong việc thiết kế chương trình đào tạo theo hướng linh hoạt, cá nhân hóa và lấy sinh viên làm trung tâm.

4. Thảo luận

4.1. Thực trạng học trực tuyến của sinh viên

Những kết quả khảo sát đã cho thấy một bức tranh đa chiều về thực trạng học trực tuyến của sinh viên đại học năm 2025 – giai đoạn mà công nghệ số đã không còn là yếu tố hỗ trợ, mà đã trở thành nền tảng chính trong hoạt động đào tạo. Về tổng thể, sinh viên có khả năng tiếp cận tốt với hạ tầng công nghệ và phần mềm học trực tuyến, thể hiện qua tỷ lệ sở hữu thiết bị kết nối và mức độ thành thạo thao tác với hệ thống học ảo. Việc 100% sinh viên có thiết bị học tập, cùng với 91,8% sử dụng wifi, chứng minh rằng trở ngại về hạ tầng công nghệ không còn là rào cản lớn trong bối cảnh hiện nay.

Tuy nhiên, bên cạnh mặt tích cực, những thách thức về yếu tố tâm lý, môi trường và phương pháp học tập vẫn tồn tại rõ nét. Tỷ lệ gần 45% sinh viên thường xuyên bị phân tâm và hơn 60% bị ảnh hưởng bởi tiếng ồn cho thấy môi trường học tại nhà - dù linh hoạt - vẫn chưa đạt mức tối ưu cho hoạt động học thuật nghiêm túc. Truyền thông số, mặc dù mang lại nhiều lợi ích, cũng là nguồn gây phân tâm khi 49,8% sinh viên thừa nhận bị ảnh hưởng bởi mạng xã hội

trong giờ học. Đây không chỉ là vấn đề kỹ thuật mà còn là vấn đề về kỹ năng tự học, quản trị không gian cá nhân và cân bằng giữa sinh hoạt - học tập - nghỉ ngơi.

Một điểm đáng chú ý là dù học trực tuyến giúp tiết kiệm chi phí và tăng tính linh hoạt, thì hiệu quả học tập vẫn là điều gây tranh cãi. Chỉ 43,2% sinh viên cảm thấy hứng thú với học online, trong khi gần 70% phản ánh về những bất cập trong việc thực hành, tương tác nhóm và các hoạt động trải nghiệm. Điều này phản ánh sự mâu thuẫn giữa lợi ích kỹ thuật của học trực tuyến và nhu cầu thực tế về tính “người” trong môi trường học tập - bao gồm cảm xúc, giao tiếp và tương tác xã hội.

Mong muốn kết hợp giữa học trực tuyến và trực tiếp là một xu hướng nhất quán trong kết quả khảo sát, cũng như phản ánh trong nhiều nghiên cứu gần đây. Việc học trực tuyến toàn phần không còn phù hợp trong giai đoạn hậu thích ứng công nghệ, mà cần hướng đến mô hình kết hợp linh hoạt, vừa tận dụng được thế mạnh công nghệ, vừa đảm bảo trải nghiệm thực tế và phát triển kỹ năng toàn diện cho người học.

Bên cạnh đó, vấn đề về sự hỗ trợ từ nhà trường cũng cần được nhìn nhận nghiêm túc. Tỷ lệ sinh viên đánh giá hỗ trợ kỹ thuật từ nhà trường là “chậm và chưa tốt” lên đến 29,8%, cho thấy lỗ hổng trong cơ chế chăm sóc người học trong môi trường số. Trong khi đó, sự hỗ trợ từ giảng viên và bạn học lại được đánh giá cao, đặt ra yêu cầu cấp thiết trong việc xây dựng một hệ sinh thái học tập lấy sinh viên làm trung tâm, kết nối đa chiều và phản hồi kịp thời.

4.2. Ảnh hưởng của truyền thông số đến học trực tuyến

Truyền thông số đóng vai trò trung tâm trong việc định hình trải nghiệm học trực tuyến, không chỉ thông qua việc cung cấp công cụ kết nối mà còn ảnh hưởng đến động lực học tập và sự tương tác xã hội. Kết quả khảo sát cho thấy 76,6% sinh viên đánh giá cao tính dễ sử dụng của các công cụ như Microsoft Teams, Zoom và LMS, trong khi 68,5% cho rằng các công cụ này giúp tăng cường tương tác với giảng viên và bạn học. Đặc biệt, các phương tiện truyền thông số như video bài giảng, diễn đàn thảo luận và thông báo trực tuyến được 65,3% sinh viên đánh giá là yếu tố thúc đẩy động lực học tập, nhờ khả năng cung cấp nội dung linh hoạt và dễ tiếp cận.

Tuy nhiên, truyền thông số cũng mang lại những thách thức. Mạng xã hội, một phần của hệ sinh thái truyền thông số, được ghi nhận là nguyên nhân gây phân tâm chính, với 49,8% sinh viên thừa nhận bị xao nhãng bởi các nền tảng như Facebook, TikTok hoặc Instagram trong giờ học. Điều này phù hợp với nghiên cứu [2], khi chỉ ra rằng sự hiện diện của các nền tảng truyền thông không học thuật trong môi trường số có thể làm giảm sự tập trung và hiệu quả học tập. Ngoài ra, 60,1% sinh viên báo cáo cảm giác mệt mỏi do tiếp xúc lâu với màn hình, một phần do việc sử dụng liên tục các công cụ truyền thông số trong học tập và sinh hoạt cá nhân.

5. Kiến nghị, đề xuất

Dựa trên các phân tích ở trên, nhóm nghiên cứu đề xuất một số định hướng và giải pháp thiết thực nhằm nâng cao chất lượng học tập trực tuyến và phát triển mô hình đào tạo

phù hợp với sinh viên đại học trong bối cảnh năm 2025.

Thứ nhất, các cơ sở giáo dục đại học cần chuyển từ tư duy “triển khai học trực tuyến” sang tư duy “thiết kế mô hình học kết hợp tối ưu”. Điều này bao gồm việc phân loại rõ các môn học theo đặc thù nội dung để xác định hình thức phù hợp: trực tuyến cho lý thuyết, trực tiếp cho thực hành. Đồng thời, tích hợp các công cụ truyền thông số như diễn đàn học thuật và video tương tác để tăng cường sự tham gia của sinh viên;

Thứ hai, cần phát triển năng lực công nghệ cho đội ngũ giảng viên một cách toàn diện. Giảng viên cần được trang bị kỹ năng thiết kế bài giảng sử dụng đa dạng phương tiện truyền thông số, chẳng hạn như video ngắn, bài tập tương tác và diễn đàn thảo luận, nhằm duy trì sự hứng thú và tương tác hiệu quả qua màn hình. Các khóa tập huấn định kỳ, cộng đồng học tập chuyên môn (PLC), và chia sẻ thực hành tốt giữa giảng viên là những hình thức cần được khuyến khích;

Thứ ba, xây dựng năng lực học tập trực tuyến và quản lý truyền thông số cho sinh viên một cách có hệ thống. Nhà trường cần tổ chức các hoạt động bồi dưỡng kỹ năng học trực tuyến cho sinh viên như: quản lý thời gian, tạo không gian học tập phù hợp, kỹ năng sử dụng công cụ LMS, làm việc nhóm từ xa và tự đánh giá kết quả học tập, kiểm soát phân tâm từ mạng xã hội. Đây là những kỹ năng quan trọng không chỉ cho học tập, mà còn cho công việc tương lai trong môi trường số hóa;

Thứ tư, nhà trường cần hoàn thiện hệ thống hỗ trợ học vụ và kỹ thuật, tích hợp các công cụ truyền thông số để nâng cao hiệu quả phản hồi. Các trung tâm hỗ trợ sinh viên cần được chuyên môn hóa, vận hành theo quy trình rõ ràng, sử dụng các công cụ như chatbot hoặc thông báo tự động để cung cấp phản hồi nhanh chóng. Song song đó, cần xây dựng nền tảng hỗ trợ ngang hàng (peer-support) thông qua các diễn đàn học thuật hoặc nhóm học tập trực tuyến để tạo mạng lưới hỗ trợ cộng đồng;

Thứ năm, tăng cường đánh giá định kỳ và phản hồi từ người học để cải tiến liên tục. Các trường cần tổ chức khảo sát thường xuyên, đối thoại sinh viên - nhà trường và công bố kết quả cải tiến từ phản hồi. Đây là minh chứng cho sự lắng nghe và cam kết nâng cao chất lượng đào tạo;

Thứ sáu, giảm thiểu tác động tiêu cực của truyền thông số bằng cách thiết kế các nền tảng học tập số với giao diện tối ưu, hạn chế thông báo không cần thiết và tích hợp các công cụ quản lý thời gian. Đồng thời, khuyến khích sử dụng các mạng xã hội học thuật thay vì các nền tảng không kiểm soát như Facebook hoặc TikTok để duy trì sự tập trung của sinh viên;

Cuối cùng, việc chuyển đổi số trong giáo dục không nên giới hạn ở hạ tầng hay công cụ, mà cần mở rộng sang cách tổ chức lại toàn bộ hệ thống dạy - học theo hướng nhân văn, linh hoạt và thích ứng. Trong đó, sinh viên phải được đặt ở trung tâm, không chỉ như người tiếp nhận tri thức, mà còn là chủ thể tích cực kiến tạo trải nghiệm học tập cho chính mình.

6. Kết luận

Kết quả khảo sát đã phản ánh một cách toàn diện thực




trạng học tập trực tuyến của sinh viên đại học trong bối cảnh năm 2025 - giai đoạn mà chuyển đổi số không còn là xu hướng mà đã trở thành câu phần cốt lõi trong giáo dục đại học. Sinh viên ngày nay được trang bị đầy đủ thiết bị và có khả năng tiếp cận công nghệ tốt, thể hiện qua tỷ lệ sở hữu phương tiện học tập cao và mức độ thành thạo hệ thống học ảo. Truyền thông số, với các công cụ như LMS, Zoom và diễn đàn học thuật, đóng vai trò quan trọng trong việc tăng cường tương tác và động lực học tập, nhưng đồng thời cũng là nguồn gây phân tâm khi không được quản lý hiệu quả.

Mong muốn học kết hợp (blended learning) ngày càng rõ ràng hơn trong xu hướng lựa chọn của sinh viên, thể hiện qua việc gần một nửa người học ưu tiên mô hình tích hợp lý thuyết online - thực hành offline. Để đáp ứng nhu cầu này, các cơ sở đào tạo cần tái cấu trúc chương trình học, nâng cao năng lực số cho cả giảng viên và sinh viên, đồng thời phát triển hệ sinh thái hỗ trợ học tập số hiệu quả, nhân văn và bền vững, với trọng tâm là tối ưu hóa vai trò của truyền thông số trong việc nâng cao trải nghiệm học tập.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Garrison, D. R., Anderson, T., & Archer, W. (2000). *Critical inquiry in a text-based environment: Computer conferencing in higher education*. The Internet and Higher Education, 2(2-3), 87-105.
- [2] Le, T. H., & Pham, Q. T. (2023). *Factors affecting the effectiveness of online learning: Evidence from Vietnamese university students*. Journal of Science and Education, 8(2), 45-56.
- [3] Le, T. N. (2024). *Factors affecting EFL lecturers' implementation of blended learning in Vietnamese universities*. In Innovation in Language Learning and Teaching: The Case of Vietnam and Cambodia (pp. 209-234). Cham: Springer Nature Switzerland.
- [4] Moore, M. G. (1989). *Three types of interaction*. American Journal of Distance Education, 3(2), 1-7.
- [5] Nguyen, B. N., Nguyen, T. T. T., Ngo, X. M. T., & Nguyen, A. T. L. (2022). *The predictors of students' satisfaction and academic achievements in online learning environment in higher education*. Vietnam Journal of Education, 6(1), 80-92.
- [6] Siemens, G. (2005). *Connectivism: A learning theory for the digital age*. International Journal of Instructional Technology and Distance Learning, 2(10), 3-10.
- [7] Tran, H. T., & Nguyen, V. T. (2021). *Online learning in higher education: Challenges and opportunities in Vietnam*. VNU Journal of Science: Education Research, 37(4), 112-123.

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Thúy Vy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Tốt nghiệp thạc sĩ ngành Quản trị kinh doanh năm 2013. - Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên tại Trường Đại học Văn Hiến. - Lĩnh vực quan tâm: Giáo dục, tâm lý, du lịch. - Điện thoại: 079 881 0820.
	<p>Trương Thị Thanh Tuyền:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Tốt nghiệp thạc sĩ ngành Địa lý học năm 2016. - Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên tại Trường Đại học Văn Hiến. - Lĩnh vực quan tâm: Giáo dục, du lịch, địa lý. - Điện thoại: 037 746 0786.
	<p>Nguyễn Lưu Diễm Phúc:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Tốt nghiệp thạc sĩ ngành Địa lý học năm 2012. - Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên tại Trường Đại học Văn Hiến. - Lĩnh vực quan tâm: Giáo dục, du lịch, địa lý. - Điện thoại: 090 995 5562.

ẢNH HƯỞNG CỦA ỨNG DỤNG TIKTOK ĐẾN GIÁO DỤC ĐẠI HỌC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

ASSESSING THE IMPACT OF TIKTOK ON HIGHER EDUCATION IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION

Trần Thị Trà Linh, Đinh Thị Thanh Hải

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Tran Thi Tra Linh, Dinh Thi Thanh Hai

Hanoi University of Industry; tranthitralinhbn03@gmail.com, dinhthithanhhai@hau.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Đinh Thị Thanh Hải (email: dinhthithanhhai@hau.edu.vn)

Tóm tắt - TikTok là nền tảng video ngắn thu hút nhiều người, đặc biệt là giới trẻ, nhờ vào tính sáng tạo và giải trí. Bên cạnh các video ngắn, TikTok còn phát triển tính năng livestream, giúp người dùng giao lưu trực tiếp và tương tác với nhau. Việc đi đầu trong các xu hướng này đã giúp TikTok trở thành công cụ truyền thông mạnh mẽ, ảnh hưởng sâu rộng đến nhận thức và hành vi của giới trẻ. Nghiên cứu này nhằm làm rõ ảnh hưởng của TikTok đến hoạt động học tập tại các trường đại học trong bối cảnh chuyển đổi số dưới góc nhìn của sinh viên. Mục đích phân tích tác động tích cực và tiêu cực của TikTok đối với hoạt động học tập của sinh viên trong môi trường số. Định hướng nghiên cứu sử dụng phương pháp khảo sát định lượng ý kiến của sinh viên của các trường đại học ở thành phố Hà Nội. Qua đó, nghiên cứu đề xuất giải pháp khai thác hiệu quả mặt tích cực của TikTok trong giáo dục, đồng thời khuyến nghị quản lý và định hướng nội dung phù hợp.

Abstract - TikTok is a short-form video platform that has gained immense popularity, especially among young people, due to its creative and entertaining content. In addition to short videos, TikTok has introduced a live streaming feature, allowing real-time interaction and engagement among users. By leading these trends, TikTok has become a powerful communication tool, significantly influencing the perceptions and behaviors of younger generations. This study aims to examine the impact of TikTok on university students' learning activities within the context of digital transformation. The primary objective is to analyze both TikTok's positive and negative effects on students' academic engagement and performance in a digital environment. A quantitative research method is employed, using surveys to collect data from students at various universities in Hanoi. Based on the findings, the study proposes strategies to effectively harness TikTok's educational potential while providing content regulation and user guidance recommendations.

Từ khóa - Truyền thông giáo dục; chuyển đổi số; giáo dục đại học; công nghệ số; truyền thông số.

Keywords - Educational communication; digital transformation; higher education; digital technology; digital communication.

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ kỹ thuật số trong hai thập kỷ gần đây đã làm thay đổi căn bản nhiều khía cạnh của đời sống xã hội, đặc biệt là trong lĩnh vực giáo dục đại học. Trong bối cảnh đó, đại dịch COVID-19, bùng phát từ cuối năm 2019 tại Vũ Hán (Trung Quốc), không chỉ gây ra cuộc khủng hoảng y tế toàn cầu mà còn tạo nên một bước ngoặt quan trọng trong quá trình chuyển đổi số giáo dục [1]. Trong khi các trường học buộc phải chuyển sang hình thức dạy và học trực tuyến để đảm bảo duy trì hoạt động đào tạo, thì sinh viên cũng nhanh chóng thích nghi với các nền tảng công nghệ, bao gồm cả những công cụ ban đầu không được thiết kế riêng cho mục đích giáo dục như mạng xã hội và ứng dụng chia sẻ video.

Một trong những nền tảng nổi bật nhất trong thời kỳ hậu đại dịch là TikTok – một ứng dụng chia sẻ video ngắn thu hút hàng triệu người dùng trên toàn thế giới, đặc biệt là giới trẻ. Theo số liệu từ Data Reportal, TikTok nằm trong số những ứng dụng được tải xuống nhiều nhất và có mức độ tương tác cao, với hơn một tỷ người dùng hoạt động hàng tháng [2]. Không giống như các nền tảng truyền thống, TikTok sở hữu đặc điểm nội dung ngắn gọn, hấp dẫn và có khả năng lan tỏa nhanh chóng thông qua thuật toán đề xuất cá nhân hóa. Điều này khiến TikTok không chỉ trở

thành công cụ giải trí mà còn được sử dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau, bao gồm cả giáo dục.

Nhiều nghiên cứu gần đây đã ghi nhận xu hướng sử dụng TikTok như một công cụ hỗ trợ học tập. Một số giảng viên, chuyên gia giáo dục và sinh viên đã tận dụng nền tảng này để chia sẻ kiến thức, bài giảng, kỹ năng học tập hoặc các nội dung mang tính truyền cảm hứng [3]. TikTok mở ra khả năng tiếp cận kiến thức theo phương thức linh hoạt, thân thiện với người học và phù hợp với thói quen sử dụng thiết bị di động - đặc điểm nổi bật của thế hệ sinh viên hiện đại [4]. Trong khi đó, một số video giáo dục trên TikTok có thể góp phần cải thiện khả năng ghi nhớ thông tin nhờ vào việc kết hợp hình ảnh, âm thanh và nhịp điệu - những yếu tố thường thấy trong các video ngắn.

Tuy nhiên, mặt trái của việc sử dụng TikTok trong môi trường học tập cũng ngày càng được nhận diện. Do đặc điểm nội dung ngắn và tiêu chuẩn hóa theo xu hướng “giải trí tức thời”, nhiều video trên TikTok dễ rơi vào tình trạng hời hợt về mặt thông tin, thiếu chiều sâu và không có giá trị học thuật cao. Hơn nữa, việc dành quá nhiều thời gian trên nền tảng này có thể gây sao nhãng, làm giảm khả năng tập trung và hiệu quả học tập của sinh viên. Một số nghiên cứu cũng chỉ ra rằng TikTok có thể góp phần hình thành các hành vi nghiện thiết bị di động, ảnh hưởng tiêu cực đến

sức khỏe tâm thần và thể chất của người dùng trẻ tuổi [5].

Trong bối cảnh giáo dục đại học tại Việt Nam đang thay đổi mạnh mẽ quá trình chuyển đổi số, việc sinh viên sử dụng TikTok trong học tập cũng đặt ra nhiều câu hỏi học thuật và thực tiễn. Ở cấp độ toàn cầu, các nghiên cứu định tính đã chỉ ra rằng tác động của TikTok đến giáo dục không mang tính đồng nhất, mà phụ thuộc nhiều vào bối cảnh xã hội, mục đích sử dụng và mức độ kiểm soát của người học. Trong khi tại các quốc gia phát triển, việc tích hợp TikTok vào hoạt động giảng dạy được triển khai một cách có chiến lược và có kiểm soát, thì ở các nước đang phát triển như Việt Nam, sinh viên chủ yếu tiếp cận nền tảng này một cách tự phát, thiếu định hướng rõ ràng về mặt nội dung và mục đích sử dụng.

Vì vậy, việc nghiên cứu ảnh hưởng của TikTok đến sinh viên đại học Việt Nam - đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số giáo dục - là cần thiết và có ý nghĩa thực tiễn cao. Thay vì chỉ tập trung vào số liệu định lượng về mức độ sử dụng hay hiệu quả học tập, tiếp cận định tính cho phép tìm hiểu sâu sắc hơn về trải nghiệm, nhận thức và hành vi của sinh viên khi sử dụng TikTok. Việc tổng hợp tài liệu và phân tích nội dung định tính từ các nghiên cứu trước đây sẽ giúp làm sáng tỏ mối quan hệ đa chiều giữa TikTok và hoạt động học tập, đồng thời cung cấp cơ sở cho việc xây dựng các khuyến nghị về sử dụng TikTok một cách hiệu quả và lành mạnh trong môi trường giáo dục đại học hiện đại.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Ứng dụng TikTok

TikTok là một nền tảng video âm nhạc và mạng xã hội có xuất xứ từ Trung Quốc, nổi bật với các video ngắn mang tính giải trí cao như hát nhép, khiêu vũ, hài kịch và trình diễn tài năng. Các video trên TikTok thường có độ dài từ 3 đến 15 giây và có thể kéo dài đến 60 giây nếu được lặp lại. Ứng dụng ban đầu có tên gọi là Douyin, được phát hành tại Trung Quốc bởi công ty ByteDance vào tháng 9 năm 2016. Đến năm 2017, TikTok chính thức được ra mắt tại các thị trường ngoài Trung Quốc và đạt được độ phủ sóng toàn cầu sau khi hợp nhất với ứng dụng Musical.ly vào ngày 02 tháng 8 năm 2018. Kể từ đó, TikTok ngày càng phổ biến và hiện được coi là một trong những ứng dụng mạng xã hội hàng đầu. Douyin Trung Quốc vẫn còn tồn tại cho đến ngày nay, vì nó tuân thủ luật kiểm duyệt đặc biệt của Trung Quốc. Nói cách khác, thế giới có quyền truy cập vào TikTok, trong khi Trung Quốc chỉ có thể sử dụng Douyin. Tính đến tháng 8 năm 2020, TikTok, ngoại trừ Douyin, đã vượt 1 tỷ người dùng trên toàn thế giới trong vòng chưa đầy bốn năm. Đồng thời, tính đến tháng 4 năm 2020, Douyin ghi nhận khoảng 500 triệu người dùng hoạt động hàng tháng [6].

TikTok hoạt động dựa trên các thuật toán. Đối với mỗi video được đăng tải, TikTok sẽ dùng công nghệ thị giác kết hợp với công nghệ xử lý ngôn ngữ tự nhiên để phân tích. Sau khi hoàn tất việc xem xét nội dung và âm thanh, TikTok sẽ đưa video đến một nhóm người dùng thích hợp (khoảng 100 đến 500 người) để đánh giá mức độ trải nghiệm dựa trên số lượt tương tác, cụ thể là số lượt thả tim, bình luận và chia sẻ. Nếu được TikTok đánh giá tốt, (tỷ lệ hoàn thành trên 60%, 8% đến 10% lượt thả tim thì video sẽ

được gợi ý và sẽ được nhiều người dùng biết đến. Nếu các video bị TikTok đánh giá không đạt chuẩn, tương tác sẽ bị giảm và hầu hết các video như vậy sẽ không được đề xuất đến người dùng nữa [7].

Điều này phản ánh rõ xu hướng cạnh tranh ngày càng cao trong việc sản xuất nội dung trên nền tảng số, đặc biệt là khi người dùng ngày càng có nhiều lựa chọn. Theo báo cáo mới đây, đầu năm 2025 được thực hiện bởi nhóm phân tích Kepios, từ báo cáo “Digital 2025: Global Overview Report”. Số lượng người dùng hàng tháng của các ứng dụng: Facebook - 3,15 tỷ người (ổn định); Youtube - 2,5 tỷ người (ổn định); Instagram – 2 tỷ người (tăng nhẹ); Tiktok - 1 tỷ người (tăng mạnh). Tiktok được dự báo sẽ có mức tăng trưởng nhanh nhất trong số các nền tảng lớn, với mức ước tính 7% từ năm 2024 - 2025.

Theo báo VnEconomy, năm 2024, số lượng người dùng hoạt động trên thế giới đã vượt mốc 5,04 tỷ người. Việt Nam nằm trong top 5 quốc gia có lượng người truy cập TikTok nhiều nhất thế giới. Theo báo Brandsvietnam, năm 2024, dựa trên dữ liệu từ báo cáo Digital 2024 dịch bởi REVU, Việt Nam có 70 triệu người sử dụng mạng xã hội (Chiếm 71% tổng dân số). So sánh năm 2023 và 2024 về việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội phổ biến: Facebook tăng từ 66 triệu lên 72 triệu người dùng; Youtube giảm nhẹ từ 63 triệu xuống 62 triệu người dùng; TikTok tăng mạnh từ 50 triệu lên 68 triệu người dùng; Instagram tăng từ 11 triệu lên 12 triệu người dùng.

2.2. Tổng quan các nghiên cứu trước

2.2.1. Các công trình nghiên cứu về ảnh hưởng của ứng dụng TikTok đến giáo dục

Trong thời đại công nghệ số, việc ứng dụng các nền tảng mạng xã hội vào lĩnh vực giáo dục đang trở thành một xu hướng tất yếu. Nổi bật trong số đó là TikTok – nền tảng chia sẻ video ngắn đã nhanh chóng bùng nổ về mặt người dùng kể từ khi ra mắt vào năm 2016. Với giao diện trực quan, nội dung ngắn gọn và khả năng tiếp cận cao, TikTok đã vượt qua vai trò giải trí đơn thuần để từng bước trở thành công cụ hỗ trợ học tập tiềm năng trong giáo dục đại học. Chính vì vậy, trong những năm gần đây, nhiều công trình nghiên cứu đã tập trung phân tích ảnh hưởng của TikTok đối với hành vi học tập, phương pháp giảng dạy và tương tác giáo dục trong môi trường đại học.

Một trong những nghiên cứu tiêu biểu là công trình của Montag và cộng sự [5], trong đó tác giả chỉ ra rằng các phương pháp giảng dạy truyền thống thường không đáp ứng được nhu cầu tiếp cận thông tin nhanh chóng và hình ảnh trực quan của thế hệ học sinh, sinh viên hiện đại. Thông qua khảo sát về ảnh hưởng của TikTok đối với quá trình học tập, nghiên cứu phát hiện rằng sinh viên có xu hướng tiếp thu kiến thức nhanh và nhớ lâu hơn khi được tiếp cận với các video giáo dục ngắn, sinh động và có yếu tố kể chuyện. Đặc biệt, nghiên cứu cho thấy việc học tập qua TikTok giúp tạo động lực và sự tò mò, góp phần nâng cao hiệu quả tiếp thu kiến thức, nếu được tích hợp phù hợp với nội dung môn học [5].

Một nghiên cứu khác của Shanthy và cộng sự tại Malaysia cũng cho thấy những tiềm năng của TikTok trong giáo dục đại học. Kết quả khảo sát tại một trường đại học

lớn cho thấy đa số sinh viên cảm thấy TikTok là một công cụ học tập hấp dẫn, nhờ vào khả năng cá nhân hóa nội dung, sử dụng đa phương tiện và cập nhật xu hướng nhanh chóng. Theo nhóm tác giả, TikTok giúp sinh viên tiếp cận tri thức một cách nhẹ nhàng hơn, đặc biệt là những kiến thức phức tạp trong các môn học như Kinh tế, Khoa học xã hội hoặc Truyền thông. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra một số thách thức như sự thiếu kiểm soát nội dung, nguy cơ lan truyền thông tin sai lệch và việc học tập dễ bị gián đoạn bởi các yếu tố giải trí không liên quan đến học thuật [8].

Tại Việt Nam, nghiên cứu [7] tại Trường Đại học Ngoại thương cơ sở 2 - Thành phố Hồ Chí Minh đã góp phần bổ sung thêm góc nhìn địa phương về vấn đề này. Kết quả cho thấy sinh viên đánh giá TikTok là một nền tảng tiềm năng giúp học tập hiệu quả hơn, đặc biệt trong khối ngành Kinh tế. Việc giảng viên và sinh viên sử dụng TikTok như một kênh chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm thực tiễn không chỉ tăng tính tương tác mà còn giúp sinh viên hình dung rõ hơn về ứng dụng kiến thức trong môi trường làm việc. Tác giả nhấn mạnh rằng, TikTok - nếu được khai thác đúng cách - có thể là cầu nối giữa lý thuyết và thực tiễn, giúp sinh viên chủ động hơn trong quá trình học [7].

Đáng chú ý hơn nữa là nghiên cứu gần đây của Galvez-Ruiz và cộng sự (2025) tại Tây Ban Nha, trong đó nhóm tác giả xây dựng và xác thực thang đo TikTok-SportEdu, nhằm đánh giá vai trò của TikTok trong giáo dục đại học chuyên ngành khoa học thể thao [9]. Dựa trên khảo sát 250 sinh viên, nghiên cứu xác định ba vai trò chính của TikTok trong giáo dục gồm: (1) công cụ giảng dạy - học tập, (2) công cụ phát triển hồ sơ nghề nghiệp và (3) công cụ cập nhật thông tin chuyên ngành. Các sinh viên đánh giá cao tính linh hoạt, khả năng truyền cảm hứng, tính dễ sử dụng và sự lan tỏa nhanh chóng của TikTok trong môi trường học thuật. Đặc biệt, TikTok giúp sinh viên kết nối với cộng đồng chuyên môn, từ đó nâng cao ý thức phát triển bản thân và năng lực học tập tự định hướng.

Tuy nhiên, không phải nghiên cứu nào cũng hoàn toàn ủng hộ việc sử dụng TikTok trong giáo dục. Mei và Li (2021) chỉ ra rằng việc sử dụng TikTok quá mức cho mục đích giải trí có thể làm gián đoạn quá trình học tập, giảm khả năng tập trung và thậm chí ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả học tập nếu sinh viên không có kỹ năng quản lý thời gian hoặc lựa chọn nội dung phù hợp. Ngoài ra, tính lan truyền mạnh mẽ của TikTok cũng có thể dẫn đến việc phổ biến những xu hướng mang tính chất lệch chuẩn, không phù hợp với chuẩn mực học thuật hoặc giá trị giáo dục [10].

Từ các nghiên cứu trên, có thể thấy rằng TikTok đang từng bước trở thành một nền tảng học tập không chính thống nhưng có ảnh hưởng ngày càng lớn trong giáo dục đại học. Việc ứng dụng TikTok vào quá trình dạy và học cần được tiếp cận một cách khoa học, có định hướng và phù hợp với mục tiêu đào tạo.

2.2.2. Các công trình nghiên cứu về yếu tố ảnh hưởng đến giáo dục trực tuyến

Bên cạnh các nghiên cứu tập trung trực tiếp vào TikTok, nhiều công trình học thuật khác cũng góp phần làm sáng tỏ bối cảnh và điều kiện để các nền tảng số như TikTok phát huy hiệu quả trong giáo dục. Một trong số đó

là nghiên cứu của Dikmen, Özçelik và Deran (2023), trong đó nhóm tác giả kết hợp Mô hình Chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model – TAM) và Lý thuyết Vốn xã hội (Social Capital Theory – SCT) để xây dựng một mô hình đánh giá hành vi sử dụng hệ thống học tập trực tuyến. Nghiên cứu được thực hiện trên 841 sinh viên ngành kế toán tại các trường đại học ở Thổ Nhĩ Kỳ [11].

Kết quả nghiên cứu cho thấy có năm yếu tố chính ảnh hưởng đến hành vi học trực tuyến của sinh viên: (1) niềm tin xã hội, (2) tính hữu ích cảm nhận, (3) tính dễ sử dụng cảm nhận, (4) chuẩn mực xã hội cảm nhận và (5) hành vi sử dụng thực tế. Đáng chú ý, niềm tin xã hội đóng vai trò trung gian quan trọng, ảnh hưởng tích cực đến cả tính hữu ích và tính dễ sử dụng cảm nhận, từ đó gián tiếp thúc đẩy ý định sử dụng nền tảng học tập. Chuẩn mực xã hội - tức nhận thức về sự kỳ vọng từ người thân, bạn bè và giảng viên - cũng là yếu tố có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hành vi học tập trực tuyến.

Những phát hiện này có ý nghĩa lớn trong việc lý giải vì sao TikTok - một nền tảng vốn không được thiết kế cho giáo dục - lại có thể tác động đáng kể đến hành vi học tập của sinh viên. Với tính cộng đồng cao, khả năng tạo xu hướng và mức độ phổ biến rộng rãi, TikTok dễ dàng trở thành kênh truyền thông có ảnh hưởng mạnh đến tâm lý và hành vi của người học. Nếu được định hướng phù hợp, TikTok có thể trở thành một phần của hệ sinh thái giáo dục số hiện đại, hỗ trợ quá trình học tập linh hoạt, cá nhân hóa và gắn kết cộng đồng học thuật.

Từ các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước, có thể thấy rằng việc ứng dụng TikTok trong giáo dục đại học là một chủ đề đang thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu. Trong khi một số công trình khẳng định tiềm năng tích cực của TikTok trong việc cải thiện phương pháp học tập, nâng cao động lực và khả năng tiếp thu của sinh viên, thì cũng có những nghiên cứu cảnh báo về các nguy cơ như lệch chuẩn thông tin, mất tập trung và ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu suất học tập nếu không có sự kiểm soát hợp lý. Bối cảnh này đặt ra yêu cầu cần thiết về việc xây dựng khung lý thuyết phù hợp, phát triển các tiêu chí quản lý nội dung học tập trên nền tảng số, đồng thời nghiên cứu thêm về đặc điểm người học, văn hóa học tập và ảnh hưởng xã hội trong việc sử dụng TikTok như một công cụ hỗ trợ giáo dục đại học.

3. Cơ sở lý thuyết

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trong giáo dục đại học, các nền tảng công nghệ không chỉ là công cụ hỗ trợ giảng dạy mà còn góp phần định hình lại cách thức học tập, tương tác và tiếp nhận tri thức của sinh viên. TikTok - một nền tảng chia sẻ video ngắn phổ biến toàn cầu - đã nổi lên như một hiện tượng công nghệ có ảnh hưởng lớn đến thói quen sử dụng mạng xã hội, giải trí và cả học tập của người trẻ. Để làm rõ vai trò và tác động của TikTok đến giáo dục đại học, nghiên cứu này dựa trên ba nền tảng lý thuyết chính: (1) Lý thuyết tiếp nhận và học tập xã hội (Social Learning Theory), (2) Mô hình Chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM), và (3) Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn (Uses and Gratifications Theory - UGT).

3.1. Lý thuyết học tập xã hội (Social Learning Theory)

Lý thuyết học tập xã hội do Albert Bandura phát triển (1977) cho rằng con người học thông qua quan sát, mô phỏng và tương tác xã hội. Theo đó, hành vi học tập không chỉ là kết quả của quá trình tiếp nhận kiến thức thụ động mà còn được hình thành và củng cố thông qua việc quan sát người khác, đặc biệt là các hình mẫu có sức ảnh hưởng trong xã hội [12].

Trong môi trường số, TikTok đóng vai trò như một “không gian học tập phi chính thống” nơi người học không chỉ tiếp cận kiến thức qua nội dung video mà còn được tham gia, phản hồi và sáng tạo nội dung của chính mình. Việc sinh viên nhìn thấy bạn bè, người nổi tiếng hoặc giảng viên chia sẻ kiến thức qua video trên TikTok có thể kích hoạt cơ chế “học tập qua quan sát” (observational learning), từ đó hình thành thói quen học mới, tăng động lực học tập và khuyến khích học tập chủ động [13].

Ngoài ra, Bandura [12] nhấn mạnh vai trò của sự tự tin trong học tập (self-efficacy). TikTok, với tính năng đơn giản, dễ tiếp cận và khả năng lan tỏa nhanh, giúp sinh viên có cơ hội chia sẻ kiến thức một cách thoải mái, từ đó nâng cao cảm giác kiểm soát và tự tin trong việc trình bày, phản biện và học hỏi.

3.2. Mô hình Chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM)

Mô hình TAM do Davis (1989) phát triển là một trong những khung lý thuyết phổ biến để lý giải việc người dùng quyết định chấp nhận và sử dụng một công nghệ mới. Mô hình này xác định hai yếu tố then chốt ảnh hưởng đến hành vi sử dụng công nghệ là: (1) Cảm nhận về tính hữu ích (Perceived Usefulness - PU) và (2) Cảm nhận về tính dễ sử dụng (Perceived Ease of Use - PEOU) [14].

Áp dụng vào TikTok trong giáo dục, có thể thấy rằng nếu sinh viên cảm nhận được rằng TikTok giúp họ học nhanh hơn, dễ hiểu hơn, tiếp cận kiến thức sinh động hơn thì họ sẽ sẵn sàng tích hợp nền tảng này vào quá trình học tập. Nghiên cứu của Shanthy và cộng sự (2025) cho thấy yếu tố “dễ sử dụng” là một điểm mạnh nổi bật của TikTok, đặc biệt đối với sinh viên không có nhiều kỹ năng công nghệ. Giao diện thân thiện, khả năng cá nhân hóa nội dung và tính năng tương tác cao giúp sinh viên dễ dàng thao tác và duy trì sự gắn bó với nền tảng [8].

Ngoài ra, một số nghiên cứu đã đề xuất mở rộng TAM để bao gồm các yếu tố như ảnh hưởng xã hội, niềm tin và cảm xúc, phản ánh đặc điểm sử dụng công nghệ trong môi trường học thuật có tính xã hội cao. TikTok - như một mạng xã hội có tính lan truyền mạnh - chịu ảnh hưởng nhiều từ sự tương tác giữa các cá nhân và cộng đồng. Do đó, ý định sử dụng TikTok cho mục đích học tập không chỉ đến từ sự đánh giá cá nhân mà còn đến từ kỳ vọng xã hội và nhận thức tập thể.

3.3. Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn (Uses and Gratifications Theory - UGT)

Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn do Katz, Blumler và Gurevitch (1974) đề xuất, tập trung vào lý do người dùng lựa chọn và sử dụng các phương tiện truyền thông để đáp ứng các nhu cầu cụ thể như: thông tin, giải trí, tương tác xã

hội và thể hiện bản thân [15].

TikTok đáp ứng nhiều nhu cầu đồng thời của sinh viên đại học: nhu cầu giải trí - thông qua nội dung hài hước, hấp dẫn; nhu cầu học tập - thông qua các video chia sẻ kiến thức; nhu cầu tương tác - với các tính năng bình luận, duet, livestream và nhu cầu thể hiện bản thân - khi sinh viên có thể tạo nội dung để xây dựng hình ảnh cá nhân hoặc thể hiện chuyên môn. Theo lý thuyết sử dụng và thỏa mãn, chính sự chủ động của người học trong việc lựa chọn nội dung và mục tiêu sử dụng sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả tiếp nhận thông tin.

Trong giáo dục đại học, nơi sinh viên ngày càng trở thành những “người học tự quản lý” (self-regulated learners), việc họ chủ động tìm kiếm và tiếp thu tri thức trên nền tảng TikTok có thể giúp gia tăng tính tự lập, khả năng học tập cá nhân hóa và tính kết nối học thuật. Tuy nhiên, lý thuyết sử dụng và thỏa mãn cũng đặt ra cảnh báo rằng người dùng có thể chọn nội dung đáp ứng nhu cầu tức thời thay vì mục tiêu học tập dài hạn, dẫn đến hiện tượng “mất tập trung học thuật” nếu không có hướng dẫn phù hợp từ phía giảng viên hoặc nhà trường [16].

3.4. Mạng xã hội như môi trường học tập mở

Bên cạnh các lý thuyết trên, nhiều học giả đã nhấn mạnh khái niệm “mạng xã hội như một không gian học tập mở”. Theo Greenhow và Robelia (2009), mạng xã hội không chỉ là nơi tiêu thụ nội dung mà còn là môi trường sáng tạo, tương tác và xây dựng tri thức cộng đồng. Sinh viên không chỉ là người học mà còn là “người sáng tạo nội dung”, đóng góp vào tri thức chung của cộng đồng học thuật [17].

TikTok, với đặc điểm lan truyền nhanh, cơ chế đề xuất cá nhân hóa, khả năng kết nối người dùng toàn cầu, cho phép sinh viên dễ dàng tham gia các xu hướng học tập và tìm kiếm các cộng đồng chuyên ngành (ví dụ: #LearnOnTikTok, #StudyTok). Việc học trong môi trường mở này góp phần phát triển kỹ năng tư duy phản biện, học tập suốt đời và học tập đa văn hóa - những năng lực quan trọng trong giáo dục đại học hiện nay.

Dựa trên ba khung lý thuyết chủ đạo - Lý thuyết học tập xã hội, Mô hình Chấp nhận công nghệ và Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn - có thể thấy rằng TikTok không chỉ là công cụ giải trí, mà còn có tiềm năng đáng kể trong việc hỗ trợ hoạt động học tập của sinh viên đại học. TikTok khuyến khích hình thức học tập dựa trên quan sát và mô phỏng, tăng tính chủ động và cá nhân hóa nội dung, đồng thời tạo ra một môi trường học mở, kết nối và lan tỏa mạnh mẽ. Tuy nhiên, việc ứng dụng TikTok trong giáo dục cần có chiến lược hướng dẫn, kiểm soát và quản lý nội dung rõ ràng để đảm bảo hiệu quả và hạn chế rủi ro đi kèm.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thực trạng học online trên TikTok: từ thụ động sang chủ động tiếp thu tri thức

TikTok, ban đầu được biết đến như một nền tảng giải trí, đang chuyển mình trở thành một công cụ hỗ trợ học tập trong cộng đồng sinh viên đại học. Sự phổ biến của các video ngắn mang nội dung học thuật - từ mẹo giải bài nhanh, sơ đồ tư duy, đến động lực học tập - cho thấy sinh

viên ngày càng chủ động lựa chọn hình thức học phù hợp với lối sống số hóa và nhịp độ nhanh.

Theo Mô hình Chấp nhận công nghệ, hai yếu tố chính ảnh hưởng đến việc chấp nhận công nghệ là tính hữu ích cảm nhận và tính dễ sử dụng cảm nhận. TikTok đáp ứng được cả hai yếu tố này: sinh viên đánh giá các video học tập là dễ tiếp cận, dễ hiểu và có thể hỗ trợ nhanh chóng trong việc ôn luyện kiến thức. Đặc biệt, thuật toán đề xuất thông minh của nền tảng này giúp người học tiếp cận nội dung phù hợp với nhu cầu cá nhân, góp phần tăng tính hữu ích cảm nhận.

Từ góc nhìn Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn, sinh viên không còn là người tiếp nhận thụ động mà chủ động lựa chọn nội dung nhằm thỏa mãn nhu cầu học tập, giải trí và tương tác. TikTok đáp ứng được nhu cầu này thông qua việc cung cấp các nội dung sinh động, có tính cá nhân hóa cao và khơi gợi hứng thú học tập.

Tuy nhiên, từ Lý thuyết học tập xã hội (Social Learning Theory), có thể thấy rằng sinh viên không chỉ học từ nội dung mà còn học thông qua quan sát hành vi của người khác. Việc xem các video "study with me" hoặc livestream học tập không chỉ truyền cảm hứng mà còn là hình thức học gián tiếp qua mô hình hóa hành vi tích cực - một điểm then chốt trong lý thuyết của Bandura. Điều này cho thấy TikTok đang tạo ra một môi trường học tập xã hội, nơi người học học từ cộng đồng.

Mặc dù vậy, vẫn tồn tại nhiều thách thức. Các video ngắn dễ gây phân tâm, nội dung thiếu hệ thống và độ tin cậy chưa cao, phản ánh mặt hạn chế về chiều sâu và kiểm định chất lượng - điều không thể thay thế phương pháp học chính quy.

4.2. Tiếp cận kiến thức chuyên ngành: chia nhỏ nội dung nhưng thiếu tính hệ thống

Khi phân tích 15 video liên quan đến nội dung chuyên ngành cụ thể là kê toán giá thành, có thể thấy rằng nội dung được xây dựng tập trung vào việc hướng dẫn ngắn gọn các phương pháp tính toán cơ bản như giản đơn, hệ số, định mức,... Những video này đạt tỷ lệ chính xác cao và phù hợp với chương trình đào tạo chuyên ngành, góp phần hỗ trợ sinh viên ôn tập và hiểu nhanh vấn đề.

Từ góc độ Mô hình Chấp nhận công nghệ, việc sinh viên chấp nhận TikTok trong học tập kê toán có thể lý giải thông qua sự thuận tiện và tính hữu ích trong việc ôn luyện. TikTok giúp giảm rào cản công nghệ, đặc biệt đối với những sinh viên chưa quen với các nền tảng học thuật phức tạp.

Tuy nhiên, từ Lý thuyết học tập xã hội, một điểm yếu nổi bật là sự thiếu vắng yếu tố phản hồi từ người dạy và cộng đồng học thuật - điều thiết yếu để người học củng cố và điều chỉnh nhận thức qua tương tác. Sự tương tác bị giới hạn trong phần bình luận ngắn hoặc lượt thích, không đủ để hình thành một quá trình học tập mang tính xã hội sâu sắc như trong lớp học truyền thống hoặc các nền tảng LMS.

Đồng thời, theo Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn, sinh viên chọn xem các video kê toán trên TikTok không chỉ để học mà còn để giảm áp lực học tập, tận hưởng sự ngắn gọn và cảm giác "hiệu nhanh" - một dạng thỏa mãn tức thì. Tuy

nhiên, chính điều này cũng gây lo ngại: cảm giác hiệu nhanh có thể thay thế cho hiểu sâu, dẫn đến sự lệch chuẩn trong nhận thức học thuật.

4.3. Học ngôn ngữ trên TikTok: linh hoạt, sáng tạo nhưng cần kiểm soát nội dung

Khác với các chuyên ngành, việc học ngôn ngữ - đặc biệt là tiếng Anh, tiếng Trung, Hàn, Nhật - trên TikTok cho thấy sự lan tỏa mạnh mẽ hơn. Các nội dung từ vựng, mẫu câu, phát âm, lỗi sai thường gặp, luyện nghe - nói - phản xạ,... được xây dựng hấp dẫn, súc tích và dễ nhớ. TikTok trở thành công cụ hiệu quả để duy trì thói quen học mỗi ngày và tạo cảm hứng học tập liên tục.

Từ Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn, sinh viên lựa chọn nội dung ngôn ngữ trên TikTok không chỉ vì nhu cầu học, mà còn để giải trí, giao tiếp xã hội và thể hiện bản thân. Điều này phù hợp với xu hướng học tập tích cực trong xã hội số: học thông qua trải nghiệm số hóa, tương tác và cảm xúc.

Mô hình Chấp nhận công nghệ cũng lý giải tại sao TikTok dễ được chấp nhận trong học ngôn ngữ: nền tảng dễ sử dụng, nội dung ngắn gọn, phù hợp với người mới bắt đầu hoặc những người học cần duy trì tiếp xúc ngôn ngữ thường xuyên. Tính hữu ích được cảm nhận rõ ràng qua khả năng cải thiện phát âm, từ vựng và phản xạ giao tiếp trong thời gian ngắn.

Ở góc độ Lý thuyết học tập xã hội, TikTok cung cấp một môi trường học tập có tính mô hình hóa mạnh mẽ: người học quan sát cách giáo viên, người bản ngữ hoặc các "influencer" sử dụng ngôn ngữ, từ đó bắt chước và điều chỉnh hành vi. Tuy nhiên, chính việc mô phỏng từ các nguồn chưa kiểm định có thể gây ra những sai lệch, nếu nội dung không được kiểm soát tốt.

Như vậy, chúng ta thấy rằng TikTok góp phần tạo ra môi trường học tập qua quan sát và mô phỏng. Tuy nhiên, hiệu quả học tập phụ thuộc nhiều vào chất lượng người mẫu hành vi (content creator), vì vậy việc kiểm duyệt và hướng dẫn là yếu tố then chốt để phát triển nội dung giáo dục lành mạnh trên nền tảng này. TikTok được sinh viên đánh giá cao nhờ vào tính dễ sử dụng và hữu ích trong học tập - đặc biệt ở các khía cạnh học nhanh, ôn tập hoặc tạo động lực. Tuy vậy, thiếu tính hệ thống và khả năng đào sâu khiến TikTok chỉ phù hợp với vai trò công cụ hỗ trợ, chứ không thể thay thế nền tảng giáo dục chính quy. Ngoài ra, người học đến với TikTok để thỏa mãn nhiều nhu cầu cùng lúc: học tập, giải trí, xã hội hóa và thể hiện cá nhân. TikTok thành công trong việc hấp dẫn người học, nhưng chính đặc điểm này cũng là "con dao hai lưỡi" nếu thiếu định hướng học thuật rõ ràng.

4.4. Học ngôn ngữ trên TikTok so với các nền tảng xã hội khác

TikTok nổi bật với video ngắn từ 15 giây - 3 phút, sử dụng hình ảnh sinh động, âm thanh hấp dẫn, nội dung mang tính giải trí và giáo dục kết hợp với thực tiễn. Những video thường tích hợp các tình huống giao tiếp thực tế, từ vựng chủ đề, mẹo học ngôn ngữ và các thử thách phát âm giúp người học tiếp cận được một cách nhanh chóng và thú vị. Hiện tại thời hạn trên TikTok đã mở rộng, không còn giới

hạn thời gian video.

YouTube, trái ngược với TikTok, một nền tảng ứng dụng nổi tiếng - lâu đời, cung cấp video với thời lượng dài, cho phép triển khai bài khoa học, chi tiết, hệ thống hơn. Các video học ngôn ngữ trên YouTube được chia thành nhiều trình độ (beginner, intermediate, advanced) và có thể bao gồm giáo trình. Tuy nhiên sự đa dạng về chất lượng các video cũng đặt ra yêu cầu cần người học biết chọn lọc nguồn tài liệu phù hợp.

Duolingo là một ứng dụng học ngôn ngữ chuyên biệt, dựa trên lý thuyết “gamification” học qua các trò chơi. Ứng dụng này thường phân chia nội dung thành nhiều bài nhỏ, có tính tương tác cao, giúp người học luyện tập từ vựng, ngữ pháp và phản xạ ngôn ngữ thông qua các bài tập. Ưu điểm của Duolingo là hệ thống bài học thiết kế khoa học. Tuy nhiên, hạn chế đáng kể là thiếu sự tương tác xã hội và nội dung mang tính giao tiếp thực tiễn. Ngoài ra, việc chia nhỏ quá nhiều đơn vị bài học có thể gây cảm giác rời rạc và thiếu kiên nhẫn đối với sinh viên đại học – những người thường mong muốn tiếp cận kiến thức có chiều sâu và ứng dụng rõ ràng.

5. Khuyến nghị và kết luận

5.1. Khuyến nghị

Dựa trên kết quả phân tích thực tiễn và cơ sở lý thuyết đã đề cập, một số khuyến nghị được đề xuất nhằm khai thác hiệu quả hơn vai trò của TikTok trong giáo dục đại học, đồng thời hạn chế những bất cập về mặt nội dung và phương pháp tiếp cận học thuật:

5.1.1. Đối với người học

Phát triển khả năng tự học và chọn lọc thông tin: sinh viên cần nâng cao kỹ năng đánh giá độ tin cậy của nội dung trên TikTok, biết phân biệt giữa video mang tính lan truyền giải trí và video mang tính học thuật chính xác. Việc tiếp cận các nội dung học tập nên được lồng ghép với các tài liệu chính thống, học liệu chuẩn của chương trình đào tạo để đảm bảo tính toàn diện và hệ thống.

Tận dụng TikTok như công cụ hỗ trợ chia nhỏ nội dung học tập: với các nội dung ngắn như học từ vựng, mẫu câu, sơ đồ tư duy,... sinh viên nên coi TikTok như một nền tảng hỗ trợ bổ sung, đặc biệt trong quá trình ôn luyện hoặc duy trì thói quen học hàng ngày. Tuy nhiên, nên tránh phụ thuộc hoàn toàn vào nền tảng này để tiếp cận các kiến thức chuyên sâu.

5.1.2. Đối với giảng viên và cơ sở đào tạo

Tích hợp TikTok vào chiến lược truyền thông giáo dục: các trường đại học và giảng viên có thể sử dụng TikTok như một kênh truyền tải kiến thức sáng tạo nhằm tăng cường sự kết nối với sinh viên, đặc biệt là thế hệ Gen Z. Những video ngắn gọn, trực quan có thể được sử dụng để giới thiệu bài học, cung cấp gợi ý ôn tập hoặc truyền động lực học tập.

Xây dựng nội dung học thuật chất lượng cao: khuyến khích các giảng viên, sinh viên ngành sư phạm hoặc chuyên ngành giáo dục sáng tạo nội dung có kiểm chứng, từ đó tạo ra một cộng đồng học tập tích cực và đáng tin cậy trên nền tảng TikTok. Điều này góp phần hiện thực hóa vai trò của Lý thuyết học tập xã hội, trong đó hành vi tích cực sẽ lan

tỏa và được học theo.

5.1.3. Đối với nhà phát triển nền tảng TikTok

Thiết lập cơ chế kiểm duyệt nội dung học thuật: TikTok có thể xem xét phân loại và đánh dấu các video học thuật, khuyến khích các nhà sáng tạo nội dung chuyên môn xác thực tài khoản, đồng thời cung cấp các công cụ giúp người học tìm kiếm nội dung có hệ thống và chất lượng hơn.

Tăng cường thuật toán đề xuất học tập: việc tối ưu thuật toán đề xuất phân phối các nội dung học tập phù hợp với mục tiêu học của người dùng sẽ tăng cường tính hữu ích cảm nhận trong Mô hình Chấp nhận công nghệ, góp phần thúc đẩy người học sử dụng nền tảng như một công cụ học tập thực thụ.

5.2. Kết luận

Nghiên cứu này cho thấy rằng TikTok, với vai trò là một nền tảng truyền thông xã hội phổ biến, đang ngày càng được sinh viên sử dụng như một công cụ hỗ trợ học tập trong giáo dục đại học, đặc biệt là ở hai lĩnh vực: kiến thức chuyên ngành và học ngôn ngữ.

Thông qua việc áp dụng Lý thuyết học tập xã hội, có thể thấy TikTok đang hình thành một không gian học tập phi truyền thống, nơi người học mô phỏng hành vi tích cực, chia sẻ tri thức và duy trì động lực học tập thông qua quan sát và tương tác xã hội. Mô hình Chấp nhận công nghệ cho thấy sự thuận tiện, dễ sử dụng và tính hữu ích đã giúp TikTok trở thành một lựa chọn học tập phổ biến, dù nền tảng này không được thiết kế cho mục đích giáo dục ban đầu. Đồng thời, Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn lý giải rõ lý do sinh viên lựa chọn TikTok - không chỉ để học mà còn để giải trí, thể hiện bản thân và tương tác với cộng đồng.

Tuy nhiên, TikTok vẫn tồn tại những giới hạn nhất định: thiếu tính hệ thống, độ tin cậy nội dung chưa cao và không thể thay thế vai trò của giáo dục chính quy trong việc phát triển tư duy phản biện, kỹ năng phân tích và nền tảng học thuật vững chắc.

Tóm lại, TikTok nên được xem như một công cụ bổ trợ học tập trong bối cảnh chuyển đổi số, đặc biệt hữu ích trong việc khơi dậy hứng thú và duy trì thói quen học tập hàng ngày. Tuy nhiên, để khai thác tối đa tiềm năng của nền tảng này trong giáo dục đại học, cần có sự phối hợp giữa sinh viên, giảng viên và nhà phát triển công nghệ nhằm xây dựng một hệ sinh thái học tập số linh hoạt, sáng tạo và đáng tin cậy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Beller Dikmen, B., Özgelik, M., & Deran, A. (2023). *Factors Affecting Online Accounting Education in Terms of The Technology Acceptance Model and Social Capital Theory: The Case of Türkiye*. Journal of Accounting and Taxation Studies, 16(2), 311-329. <https://doi.org/10.29067/muvu.1221387>.
- [2] Data Reportal (2023), Digital 2023: Global Overview report. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>.
- [3] Basch C.H., Donelle L., Fera J., Jaime C. *Deconstructing TikTok Videos on Mental Health: Cross-sectional, Descriptive Content Analysis* JMIR Form Res 2022;6(5):e38340.
- [4] Tang, Y., & Hew, K. F. (2017). *Is mobile instant messaging (MIM) useful in education? Examining its technological, pedagogical, and*

social affordances. *Educational Research Review*, 21, 85–104. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2017.05.001>.

[5] Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). *On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings*. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>.

[6] Huỳnh Quốc Anh và cộng sự (2021). *Tác động của mạng xã hội tiktok đến nhận thức và hành vi của thế hệ trẻ ngày nay*. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường. Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn.

[7] Lê Thị Xuân Sang và cộng sự. (2022). *Tác động của TikTok đến phương pháp học tập của sinh viên ngành Kinh tế*. *Tạp chí Nghiên cứu Khoa học và Ứng dụng*, 40(6), 88–97.

[8] Shanthi, A., Paramasivam, S., Ling, C. G., & Tong, T. J. (2025). *TikTok Videos as a Catalyst for Vocabulary Acquisition in Tertiary Education*. *International Journal of Social Science Research*, 13(1).

[9] Gálvez-Ruiz, P., López-Carril, S., Watanabe, N. M., & Lara-Bocanegra, A. (2025). *TikTok as a learning tool in higher education: Validation of a scale*. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 100456. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2025.100456>.

[10] Mei, J., & Li, S. (2021). *The impact of social media usage on students' academic performance: A focus on TikTok and distractions*. *Journal of Educational Technology & Society*, 24(3), 115-127.

[11] Dikmen, M., Özçelik, G., & Deran, S. (2023). Combining Technology Acceptance Model and Social Capital Theory to explain online learning system usage behavior: Evidence from accounting students in Turkey. *Journal of Educational Technology & Society*, 26(2), 150-165.

[12] Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

[13] Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1–26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>.



[14] Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>.

[15] Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and gratifications research*. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>.

[16] Shao, X., & Lee, J. (2022). Uses and gratifications of TikTok in higher education: Implications for self-regulated learning and academic focus. *Journal of Educational Media and Technology*, 45(3), 215-230.

[17] Greenhow, C., & Robelia, B. (2009). Old communication, new literacies: Social network sites as social learning resources. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 1130–1161. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01484.x>.

Thông tin về tác giả

	<p>Trần Thị Trà Linh:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Sinh viên chuyên ngành Kiểm toán.- Lĩnh vực quan tâm: Kế toán – Kiểm toán, Ngôn ngữ Trung.- Điện thoại: 0392168092.
	<p>Đinh Thị Thanh Hải:</p> <ul style="list-style-type: none">- Cử nhân Ngành Kế toán – Phân tích – Kiểm toán (2010); Thạc sĩ ngành Quản trị Kinh doanh (2011); Tiến sĩ ngành Quản trị kinh doanh (2019).- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên Khoa Kế toán – Kiểm toán; Trường Kinh tế; Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.- Lĩnh vực quan tâm: Kế toán – Kiểm toán; Tài chính; Quản trị tài chính; Đào tạo.- Điện thoại: 0966555860.

ÁNH SÁNG - YẾU TỐ GÓP PHẦN KHAI SINH VÀ ĐỊNH HÌNH THẨM MỸ CHO HÌNH ẢNH TRONG TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN

THE ROLE OF LIGHT IN THE GENESIS AND AESTHETIC FORMATION OF VISUAL IMAGERY IN MULTIMEDIA COMMUNICATION

Nguyễn Đức Dũng, Nguyễn Thị Phương Dung

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Nguyen Duc Dung, Nguyen Thi Phuong Dung

Nguyen Tat Thanh University; dungnd@ntt.edu.vn, nguyendung@ntt.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Duc Dung (email: dungnd@ntt.edu.vn)*

Tóm tắt - Ánh sáng vốn có vai trò quan trọng trong việc hình thành và định hình thẩm mỹ cho hình ảnh trong nhiều sản phẩm truyền thông đa phương tiện. Không chỉ mang lại khả năng hiển thị, ánh sáng còn tạo ra cảm xúc, ý nghĩa và giá trị nghệ thuật cho hình ảnh. Trong thời đại kỹ nguyên số phát triển mạnh mẽ như hiện nay, sự kết hợp giữa công nghệ ánh sáng và kỹ thuật số đã khai mở thêm nhiều cơ hội sáng tạo cho các nhà sản xuất, nhưng đồng thời cũng đặt ra nhiều thách thức trong việc khai thác, giải quyết mối quan hệ giữa ánh sáng tự nhiên, ánh sáng nhân tạo với yếu tố kỹ thuật - mỹ thuật nhằm tạo nên những sản phẩm truyền thông giàu ý nghĩa, đầy hấp dẫn giá trị nghệ thuật và tạo ấn tượng mạnh mẽ với công chúng nghe nhìn. Nghiên cứu này tập trung phân tích vai trò của ánh sáng trong việc tối ưu hóa hiệu ứng thị giác góp phần khẳng định ánh sáng không chỉ là yếu tố kỹ thuật, mà còn là phương tiện biểu đạt thẩm mỹ quan trọng trong kiến tạo hình ảnh truyền thông hiện đại.

Từ khóa - Ánh sáng; truyền thông đa phương tiện; giá trị thẩm mỹ; ngôn ngữ hình ảnh; công nghệ số.

1. Đặt vấn đề

Ánh sáng vốn là nguồn năng lượng cơ bản cho nhiều loài động, thực vật tồn tại và phát triển trên trái đất và nếu không có ánh sáng, chúng ta cũng không thể phân biệt được mọi sự vật hiện tượng và cả màu sắc. Nhiều lĩnh vực khoa học, kỹ thuật, công nghệ của con người, đặc biệt là trong các lĩnh vực, ngành nghề có liên quan đến ngôn ngữ hình ảnh. Các lĩnh vực, ngành nghề có sự tác động trực tiếp vào các giác quan nghe nhìn của công chúng như: nhiếp ảnh, điện ảnh, truyền hình, đồ họa, truyền thông... Ánh sáng không chỉ đơn thuần là vấn đề về thiết bị kỹ thuật máy móc vật lý, quang học, bức xạ điện từ (thiết bị ống kính, thu sáng qua ống kính và điều chỉnh khẩu độ, tốc độ màn trập, cảm biến ánh sáng thành tín hiệu điện từ hay hình ảnh quang học hoặc chuyển đổi thành dữ liệu số) mà còn là một yếu tố cốt lõi, một phương tiện sáng tạo (nghệ thuật chiếu sáng, sử dụng công nghệ ánh sáng, hiệu ứng ánh sáng...) để các nhiếp ảnh gia, nhà quay phim, đạo diễn, nghệ sĩ sáng tạo nên những sản phẩm truyền thông mang dấu ấn cá nhân nhằm truyền đạt ý nghĩa thông điệp và cảm xúc thẩm mỹ qua hình ảnh đến công chúng.

Ngôn ngữ hình ảnh được sử dụng trong các sản phẩm truyền thông đa phương tiện đã và đang trở thành một yếu tố quan trọng được coi là Hypertext/Siêu văn bản hay Hypermedia/Siêu phương tiện [3]. Về mặt bản chất, hình

Abstract - Light has always played a crucial role in shaping the aesthetics of images across various multimedia communication products. Beyond providing visibility, light contributes emotional resonance, symbolic meaning, and artistic value to visual content. In today's rapidly advancing digital age, the integration of lighting technologies and digital techniques has opened up new creative possibilities for media producers, while also posing significant challenges in harmonizing natural and artificial lighting with both technical and artistic elements. This study focuses on analyzing the role of light in optimizing visual effects, affirming that light is not merely a technical component but a vital aesthetic tool in the construction of modern visual communication. Through this exploration, the research underscores light's function as a medium of visual expression, contributing to impactful, meaningful, and artistically rich media products that resonate with contemporary audiences.

Keywords - lighting; multimedia communication; aesthetic value; visual language; digital technology.

ảnh vốn có sức mạnh chuyên chở những câu chuyện, thông điệp giàu yếu tố thẩm mỹ, lại được kết hợp với phong cách sử dụng ánh sáng, tư duy hình ảnh giàu cá tính sáng tạo của tác giả, nhóm tác giả. Hình ảnh đã và đang ngày càng khẳng định vai trò trung tâm trong việc tạo dựng sự thành công về nội dung, hình thức của nhiều sản phẩm truyền thông. Chiều theo những góc nhìn đó, ánh sáng trở thành một yếu tố cốt lõi không chỉ góp phần khai sinh, định hình cho hình ảnh, mà còn góp phần nâng cao giá trị thẩm mỹ và hiệu quả cho các sản phẩm truyền thông bằng cách nhờ hình ảnh chuyên chở những cảm xúc giàu tính thẩm mỹ, mang nhiều ý nghĩa thông điệp đến với công chúng. Thế nhưng, trong thực tế đời sống xã hội của con người, vấn đề góc nhìn, mức độ cảm nhận về vẻ đẹp của hình ảnh, ánh sáng, thông thường là “chín người mười ý”. Ngay cả sự ứng dụng của ánh sáng trong thiết kế/sản xuất không phải lúc nào cũng được khai thác tối ưu hoặc nhận thức đầy đủ về vai trò của ánh sáng ngay khi thiết lập truyền thông. Nói cách khác, trong quá trình sản xuất các sản phẩm truyền thông đa phương tiện một khi không tận dụng đúng cách các yếu tố thẩm mỹ của ánh sáng, hình ảnh rất dễ rơi vào tình trạng thiếu sáng, dư sáng hoặc lệch sáng. Lúc đó, hình ảnh tất yếu sẽ thiếu đi chiều sâu trường ảnh thậm chí bối cảnh, nhân vật, sự diễn xuất của diễn viên, cái bóng của đạo cụ... cũng sẽ dễ dàng thiếu vắng hồn cốt mà nhà truyền thông

muốn gói gắm vào sản phẩm. Từ đó, công chúng cũng sẽ phai nhạt về cảm xúc và như thế ắt sẽ giảm sút hiệu quả truyền tải thông điệp. Bên cạnh đó, sự phát triển như vũ bão của phương tiện kỹ thuật, công nghệ truyền thông nói chung và kỹ thuật công nghệ sáng tạo hình ảnh, ánh sáng nói riêng cũng đặt ra nhiều thách thức mới trong việc sử dụng ánh sáng định hình thẩm mỹ cho hình ảnh và góp phần tạo dựng sự độc đáo, cá tính sáng tạo của những nhà sản xuất ra những sản phẩm truyền thông.

Xuất phát từ những vấn đề nêu trên, bài viết này nhằm mục tiêu một lần nữa khẳng định vai trò quan trọng của ánh sáng trong việc định hình thẩm mỹ, nâng cao giá trị cho hình ảnh trong sản phẩm truyền thông đa phương tiện. Thông qua nghiên cứu này, tác giả bài viết hy vọng sẽ đóng góp một góc nhìn toàn diện hơn về ánh sáng, đồng thời nêu lên một số kiến nghị, đề xuất giải pháp nhằm sử dụng hiệu ứng ánh sáng như một binh chủng hợp thành của đội quân ngôn ngữ hình ảnh hoặc chí ít cũng chú trọng đến việc sử dụng ánh sáng như một thanh công cụ mang tính nghệ thuật trong quá trình thiết lập, tổ chức sản xuất ra những sản phẩm truyền thông.

2. Lịch sử nghiên cứu vấn đề

Ngay từ thời kì cổ đại và trung cổ, nghệ thuật xử lí ánh sáng đã được ứng dụng trong các tác phẩm mỹ thuật tạo hình. Các họa sĩ như Apelles và Nicias đã sử dụng kỹ thuật “Skiagraphia”/vẽ bóng để tạo chiều sâu và khối cho hình ảnh. Ánh sáng được xem là yếu tố quan trọng trong việc tạo ra hiệu ứng thị giác và biểu tượng thần thánh. Đến thời kì nghệ thuật Byzantine và Romanesque: Ánh sáng mang tính biểu tượng cao, thường được thể hiện qua ánh sáng vàng hoặc ánh sáng từ các vật liệu quý như vàng và đá quý, tượng trưng cho ánh sáng thiêng liêng và cao cả. Thời kỳ Phục Hưng, danh họa Leonardo da Vinci và Masaccio đã nghiên cứu sâu về ánh sáng tự nhiên, sử dụng kỹ thuật “Sfumato” và “Chiaroscuro” để tạo ra chiều sâu và cảm xúc trong tranh. Việc sử dụng sự đối lập giữa ánh sáng và bóng tối trong hình ảnh của nhiều tác phẩm nghệ thuật không chỉ giới hạn trong khuôn khổ sáng tạo của một vài tác giả, nghệ sĩ, danh họa nổi tiếng như Caravaggio, Rembrandt... đã trở thành một trào lưu nghệ thuật có danh xưng là “Chiaroscuro”. Đây là trào lưu sử dụng sự tương phản giữa ánh sáng và bóng tối để thể hiện cảm xúc, độ sâu nghệ thuật trong tác phẩm [1]. “Hộp tối”/camera obscura không phải là phát minh của một cá nhân duy nhất, mà là kết quả của quá trình khám phá và phát triển kéo dài qua nhiều nền văn minh với nguyên lý tạo hình ảnh bằng cách cho ánh sáng đi qua một lỗ nhỏ vào một không gian tối. Đến giữa thế kỷ XV, danh họa Leonardo da Vinci đã ứng dụng nguyên lý hộp tối để phác họa hình ảnh một cách chính xác về mặt phối cảnh và ánh sáng [9]. Ở Việt Nam, quan sứ thần Đặng Huy Trứ (1825-1874) là người có công du nhập công nghệ ghi lại hình ảnh có tên là “Photography”, mà theo tiếng Hy Lạp có nghĩa là vẽ lại bằng ánh sáng, dịch theo tiếng Việt là “nhiếp ảnh”, trong đó, chữ “nhiếp” được dịch theo từ Hán - Việt, có nghĩa là “thay thế”. Vì thế, Đặng Huy Trứ còn được xem là ông Tổ nghề nhiếp ảnh của Việt Nam. Năm 1837, khi Louis-Jacques-Mandé Daguerre (1787-1851) tạo ra những hình ảnh dương bản trực tiếp trên các tấm đồng tráng bạc làm cho những bức ảnh đầu tiên có thể

lưu trữ dưới dạng vật chất chứ không phải trong tiềm thức cá nhân hay nhóm người. Kể từ đây, quy trình “Daguerreotype” dần trở thành phổ biến [12]. Thế kỷ XX, sự ra đời của nhiếp ảnh và điện ảnh đã thay đổi cách ánh sáng được sử dụng trong nghệ thuật với việc sử dụng ánh sáng để tạo ra cảm xúc và dẫn dắt câu chuyện trong phim và ảnh. Thế kỷ XXI, ánh sáng trở thành yếu tố quan trọng trong thiết kế giao diện người dùng, thực tế ảo và truyền thông số. Các công nghệ như HDR, CGI và ánh sáng động được sử dụng để tạo ra trải nghiệm thị giác phong phú và tương tác hơn. Và từ đây công nghệ hiện đại đã bắt buộc ánh sáng tự nhiên, ánh sáng nhân tạo tỏ rõ hiệu ứng của mình, cất lên tiếng nói mỹ thuật của mình trong hình ảnh. Đây cũng là giai đoạn con người không những lưu giữ hình ảnh hiện thực mà còn thể hiện những hình ảnh từ trí tưởng tượng và cả những ước mơ [9].

3. Mục tiêu, đối tượng và phương pháp nghiên cứu

3.1. Mục tiêu nghiên cứu

3.1.1. Mục tiêu tổng quát

Nghiên cứu và làm rõ vai trò của ánh sáng trong việc góp phần khai sinh ra hình ảnh không chỉ về mặt kỹ thuật, công nghệ mà còn là ý tưởng, cá tính sáng tạo của tác giả/nhà sản xuất. Từ đó, thấy được sự ảnh hưởng của ánh sáng đến hiệu quả truyền tải nội dung và cảm xúc. Đề xuất các giải pháp nhằm sử dụng ánh sáng như một phương tiện nghệ thuật nhằm nâng cao giá trị thẩm mỹ trong các sản phẩm truyền thông.

3.1.2. Mục tiêu cụ thể

Phân tích các yếu tố cơ bản của một số loại ánh sáng (tự nhiên và nhân tạo) và ánh sáng gây ảnh hưởng đến màu sắc, cường độ nguồn sáng, hướng chiếu sáng và hiệu ứng ánh sáng.

Vai trò của ánh sáng không chỉ là yếu tố tạo ra hình ảnh mà còn là chất liệu, là công cụ tạo nên chiều sâu tâm lý, định hình cảm xúc nhân vật, bối cảnh câu chuyện, biểu đạt ý tưởng.

Đề xuất các phương pháp sử dụng ánh sáng để tạo ấn tượng thị giác và định hình cảm xúc cho người xem.

3.2. Đối tượng nghiên cứu

Ánh sáng trong một số hình ảnh photo, video, chương trình truyền hình, TVC quảng cáo, phim ngắn, phim tài liệu,...

3.3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu tài liệu: thu thập cơ sở lý luận từ các tài liệu chuyên ngành như sách, bài báo khoa học, nghiên cứu trước đây về ánh sáng, thẩm mỹ hình ảnh, thị giác học, truyền thông đa phương tiện.

Phương pháp nghiên cứu điền dã, thực nghiệm: trực tiếp quan sát, mô tả và phân tích các yếu tố ánh sáng trong sản phẩm truyền thông thực tế như: ảnh chụp, TVC quảng cáo, phim ngắn, poster, giao diện kỹ thuật số...

Phương pháp nghiên cứu điển hình: chọn một số tác phẩm ảnh/photo, phim ngắn, TVC quảng cáo... thành công trong thực tế để phân tích sâu cách sử dụng ánh sáng, mục tiêu thị giác và hiệu quả thẩm mỹ đạt được.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Ứng dụng hiệu quả nguyên lý chiếu sáng trong việc định hình không gian và chiều sâu, ảnh hưởng đến cảm xúc và nhận thức của người xem

Ánh sáng vốn là nguồn năng lượng vĩnh hằng của con người. Con người vì trân quý sự bất tận của ánh sáng và cũng vì kinh nghiệm “trăm nghe không bằng một thấy” mà ngày càng phát minh ra nhiều thiết bị kỹ thuật truyền thông đa phương tiện để thu gom ánh sáng, chế tạo nguồn sáng, phương tiện chiếu sáng... nhằm phục vụ cho chuyện “mắt thấy tai nghe”, truyền tải thông tin, thông điệp của con người. Nhắc lại những chi tiết lịch sử này để thấy, ánh sáng là một yếu tố không thể thiếu góp phần khai sinh và định hình giá trị thẩm mỹ cho hình ảnh, mở ra nhiều cánh cửa cho sự phát minh và phát triển của khoa học kỹ thuật, công nghệ sáng tạo, phương tiện kỹ thuật sao chép hình ảnh thực trong thực tế thành hình ảnh thay thế như thực tế trong nhiều sản phẩm truyền thông đa phương tiện, kể cả ánh sáng ảo, ánh sáng được chiếu sáng bằng trí tưởng tượng hay là kết hợp với công nghệ hiện đại vẽ lại hình ảnh bằng ánh sáng trong lĩnh vực Trí tuệ nhân tạo (AI) hiện nay. Nhờ phương tiện kỹ thuật, ánh sáng giúp phân chiếu nhân vật, bối cảnh đến thấu kính của máy ảnh và tạo ra hình ảnh thay thế, hình ảnh được sao chép hoặc được vẽ lại. Hiện nay, hầu hết các hình ảnh được sử dụng trong các sản phẩm truyền thông đa phương tiện, dù là hình ảnh tĩnh/photo hay hình ảnh động/video, hình ảnh đồ họa/graphic design... thường được gọi chung là ảnh số, tức là hình ảnh được ghi nhận bởi bộ cảm biến điện tử và lưu lại dưới dạng dữ liệu trong bộ nhớ của máy [11]. Những hình ảnh kỹ thuật số này chính là tín hiệu hình, tín hiệu màu sắc góp phần hình thành văn bản điện tử thể hiện ngôn ngữ hình ảnh trong nhiều sản phẩm truyền thông đa phương tiện.

Song hành với các phương tiện thiết bị kỹ thuật máy móc chuyên dùng đó, ánh sáng còn lệ thuộc vào cá tính sáng tạo của tác giả, đạo diễn khi chọn lựa nguồn sáng là ánh sáng tự nhiên (mặt trời, bóng cây, sấm chớp...) hay ánh sáng nhân tạo (ánh sáng phản xạ, ánh sáng khúc xạ, ánh sáng của các loại đèn chiếu khác). Nhiều đạo diễn còn sử dụng nguồn sáng từ đèn cây, đèn dầu, đèn pin, bếp lửa, que diêm... vừa là đạo cụ, vừa là phương tiện chiếu sáng để tạo thẩm mỹ cho hình ảnh. Bên cạnh đó, cá tính sáng tạo của tác giả, đạo diễn lựa chọn thủ pháp thiết lập ánh sáng ba điểm là ánh sáng chính/Key light, ánh sáng phụ/Fill light, ánh sáng nền/Back light cùng kỹ thuật chiếu sáng như: ánh sáng định hướng/Directional lighting, ánh sáng khuếch tán/Diffused lighting, ánh sáng phản chiếu/Reflective lighting, ánh sáng được làm mềm/Softbox... Như vậy, ánh sáng không chỉ là yếu tố kỹ thuật, ánh sáng còn là công cụ biểu đạt thẩm mỹ và cảm xúc, giúp tạo nên trải nghiệm thị giác phong phú và sâu sắc. Về mặt không gian, ánh sáng giúp xác định ranh giới, hình dạng và kích thước của các đối tượng trong khung hình. Sự phân bố ánh sáng và bóng tối tạo ra các lớp không gian, người xem có thể cảm nhận được chiều sâu và khoảng cách giữa các đối tượng. Khi có sự thay đổi về cường độ, màu sắc và hướng chiếu sáng có thể gợi lên các trạng thái cảm xúc khác nhau từ vui vẻ, lãng mạn đến căng thẳng, u ám. Chẳng hạn, trong điện ảnh, việc sử dụng ánh sáng thấp và

bóng tối thường được áp dụng để tạo ra cảm giác hồi hộp hoặc bí ẩn. Hơn nữa, ánh sáng còn ảnh hưởng đến cách người xem nhận thức và tương tác với các đối tượng trong không gian [13]. Sự tương phản ánh sáng có thể làm nổi bật hoặc làm mờ đi các chi tiết, từ đó hướng sự chú ý của người xem đến các yếu tố quan trọng trong khung hình. Điều này đặc biệt quan trọng trong thiết kế, sản xuất sản phẩm truyền thông, nơi ánh sáng được sử dụng để tạo ra sự phân cấp và điều hướng thị giác người xem. Tóm lại, ánh sáng là một công cụ mạnh mẽ trong việc định hình không gian và chiều sâu thị giác mà còn là đường băng chấp cánh cho ngôn ngữ hình ảnh vượt khỏi ngàn vạn ngôn từ diễn đạt, từ đó ảnh hưởng đến cảm xúc và nhận thức của người xem. Việc hiểu và ứng dụng hiệu quả các nguyên lý chiếu sáng và màu sắc sẽ giúp các nhà thiết kế và nghệ sĩ tạo ra những trải nghiệm truyền thông đa phương tiện hấp dẫn và sâu sắc hơn.



Hình 1. Ảnh chụp của tác giả Lê Võ Thiện Nhân, Đêm 30/4/2025 tại Thành phố Hồ Chí Minh, Nguồn:

https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=2160903964341524&id=100012658231185&rdid=ttDYx4ksInG2d721#

4.2. Ánh sáng đa chiều kết hợp với màu sắc giúp định hình giá trị thẩm mỹ trong sáng tạo hình ảnh

Nói về sự tác động của ánh sáng mang tính chất quyết định màu sắc của hình ảnh và cả hai (ánh sáng và màu sắc) lại góp phần quan trọng trong việc định hình thẩm mỹ cho hình ảnh. Nghệ sĩ ưu tú (NSUT) Lê Đình Ân còn khẳng định: Ánh sáng quyết định đến không khí của cảnh và góp phần làm nên màu sắc. Một cây đèn dầu hỏa phải sáng như thế nào, một cây đèn điện, đèn cao áp phải sáng ra sao? nhà quay phim phải giải quyết được vấn đề đó. Mỗi ánh sáng phải có màu sắc riêng của nó, chứ không thể tất cả có một màu sắc giống nhau. Vì thế ta mới có những kính lọc màu/filter, những loại phim khác nhau để chế ngự ánh sáng, màu sắc... Ánh sáng là ngôn ngữ điện ảnh. Dù là ánh sáng thiên nhiên, mình phải “chơi” với nó theo đúng ý muốn của mình, của kịch bản. Quay một buổi chiều phải tạo ánh sáng cho ra buổi chiều. Ambiance của đèn sáp hay đèn Neon đều là ngôn ngữ, phải nói lên tất cả ý nghĩa của nó. Ambiance mà NSUT Lê Đình Ân nhắc đến chính là một thuật ngữ và cũng là một khẩu lệnh thường dùng của giới đạo diễn để chỉ việc bố trí ánh sáng bối cảnh tại trường quay. Theo Từ vựng Điện ảnh Anh - Pháp - Việt, khi đề cập đến ánh sáng bối cảnh, giới điện ảnh thường dùng thuật ngữ “Ambient light” (Tiếng Anh) hoặc “Lumière ambient” (Tiếng Pháp) [10]. Và cho dù có sử dụng bất cứ thuật ngữ nào thì ánh sáng bối cảnh cũng chính là một trong những

yếu tố cốt lõi góp phần tạo nguồn cảm hứng cho đạo diễn, nhà quay phim quyết định cỡ cảnh, bố cục khuôn hình, động tác máy... thậm chí là phá cách trong quay phim và dựng phim nhằm tạo ra chuỗi hình ảnh đầy cảm xúc theo ý đồ văn học của kịch bản. Có như thế thì hình ảnh mới được gọi là thẩm mỹ, nghệ thuật, nghĩa là hình ảnh tính đến độ soi mói, động đến biến hóa khôn lường [6]. Theo nhà quay phim, đạo diễn, nghệ sĩ nhân dân (NSND) Nguyễn Khánh Dư (1933-2007), người đoạt giải Quay phim xuất sắc nhất tại Liên hoan phim Quốc gia lần thứ II - 1973 với bộ phim “Chị Tư Hậu” (1962), ông nói: Cảm xúc dẫn lối khuôn hình, quyết định cỡ cảnh, động hay tĩnh đều theo cảm xúc, phục vụ ý đồ văn học của kịch bản. Tôi làm theo phương châm đó chứ không theo một phương châm nghệ thuật nào. Tôi không có bố cục chuẩn, chỉ có cái chuẩn là cái đẹp. Toàn - trung - cận, viễn đều phải đẹp vì nghệ thuật. Một khuôn hình phải làm cho người ta thích, phải khiến người ta muốn nhìn ngắm cái đã. Cái đẹp nằm ở tất cả bố cục, ánh sáng, động tác làm nên một cú máy. Như vậy, hình ảnh - thực chất là sự vẽ lại bằng ánh sáng nên ánh sáng chính là yếu tố cốt lõi góp phần khai sinh hình ảnh. Đề công cuộc khai sinh ấy tốt đẹp, hình ảnh có hình hài làm cho người ta thích, khiến người ta nhìn ngắm, mê say, ánh sáng còn tùy thuộc vào chất lượng phương tiện kỹ thuật thiết bị nghe nhìn và phương tiện chiếu sáng và phong cách tư duy hình ảnh, thủ pháp sử dụng ngôn ngữ điện ảnh, truyền hình và phong cách sử dụng ánh sáng nghệ thuật. Tất cả những điều này đều nói lên vai trò to lớn của ánh sáng. Đó là chất lượng của ánh sáng có sức mạnh ảnh hưởng trực tiếp đến độ phân giải, màu sắc và độ rõ nét của hình ảnh, góp phần làm cho hình ảnh sắc nét, sáng rõ và trung thực. Đồng thời, cũng tạo chiều sâu cho hình ảnh, tạo không gian nghệ thuật cho hình ảnh bằng cách làm nổi bật các chi tiết quan trọng hoặc tạo ra sự phân chia giữa tiền cảnh và hậu cảnh, đánh thẳng vào tính chất gần xa của trường ảnh, gia tăng mức độ cảm giác về thị giác công chúng nghe nhìn. Tạo bầu không khí, tạo hơi thở của đối tượng, bối cảnh và cũng là cảm xúc của hình ảnh, cảnh quay. Với những sức mạnh mang tính hình ảnh hóa như thế, ánh sáng giúp định hình cảm xúc và trải nghiệm thị giác của người xem, gây cho người xem thăng hoa hoặc bập bùng tâm trạng từ lãng mạn, ám áp đến kịch tính, nín thở hoặc u buồn, tối tăm. Chúng ta rất dễ dàng tìm thấy những minh chứng về “vẽ lại hình ảnh bằng ánh sáng” và thông qua chất lượng các phương tiện kỹ thuật (máy quay, chiếu sáng, phần mềm dựng phim, làm kỹ xảo), cùng cá tính sáng tạo trong sử dụng ánh sáng kết hợp với màu sắc cùng tư duy về hình ảnh, thể hiện ngôn ngữ hình ảnh một cách nghệ thuật của đạo diễn, nhà sản xuất mà định hình thẩm mỹ cho hình ảnh trong nhiều tác phẩm điện ảnh trong và ngoài nước. Điện hình là những phim đoạt giải Oscar hàng năm, trong đó tiêu biểu là phim “Everything everywhere all at once” (tạm dịch: Mọi thứ ở khắp mọi nơi cùng một lúc) do Daniel Scheinert và Daniel Kwan đồng đạo diễn. Sở dĩ bộ phim đoạt 7 trên 11 giải Oscar vào năm 2023 là do nhiều nguyên nhân, trong đó có nguyên nhân sử dụng AI thực hiện ánh sáng cho phim nói riêng, làm kỹ xảo điện ảnh nói chung.

4.3. Khai thác ánh sáng như một công cụ truyền tải nội dung hình ảnh thông qua việc xem xét một số sản phẩm

truyền thông điển hình

Điện hình như ảnh chụp bà Ngô Thị Mận - Phu nhân Cố Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng của tác giả Phạm Hải, xem xét từ nhiều góc độ: từ bố cục, màu sắc khuôn hình, vị trí góc máy đến khoảnh khắc bấm máy. Trong đó, theo tác giả bài viết, chính là yếu tố ánh sáng. Ánh sáng trong tấm ảnh ngỡ như được tác giả ứng dụng tài tình thủ pháp nghệ thuật “Chiaroscuro” có từ thời kỳ Phục Hưng. Điều này được thể hiện rõ nét qua hai chi tiết ánh sáng. Một là, không gian trong ảnh vốn đã chứa hai màu đen - trắng đối lập; hai là, việc sử dụng sự đối lập giữa ánh sáng và bóng tối ấy thể hiện ngay trên gương mặt nhân vật chính trong khuôn hình. Chính vì thế ánh sáng đã sao chép thành công nỗi buồn đau ấy như được nhân lên nhiều lần. Theo NSUT Lê Đình Ân - người “đề đời” trong giới quay phim và nhiếp ảnh với câu nói: Ánh sáng là không khí, màu sắc của cảnh [6] thì tấm ảnh do nhà nhiếp ảnh Phạm Hải chụp bà Ngô Thị Mận - Phu nhân Cố Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng, tại lễ đường Quốc tang là một minh chứng điển hình.



Hình 2. Ảnh chụp Bà Ngô Thị Mận - Phu nhân Cố Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng, nguồn <https://vietnamnet.vn/tong-bi-thu-nguyen-phu-trong-da-ra-di-trong-vong-tay-nhan-dan-2306175.html>

TVC quảng cáo “Lắng” - quảng cáo tại nghe Baseus Bowie E2: Tổng thời lượng của phim chỉ 1 phút 42 giây, nhưng theo kịch bản, phim có 5 bối cảnh không gian: trong phòng ngủ, trong văn phòng làm việc, ngoài trời - vùng rừng núi hoang vắng, ngoài phố xá đô thị và cảnh xe cộ tập nập, âm thanh ồn ào được dùng kỹ xảo để chuyển màu sắc đối lập thành đen - trắng nhằm nói lên ý tưởng nhân vật chính bị áp lực tiếng ồn nơi đô thị là có thực trong thực tế. Ngay trong trường đoạn đầu tiên của phim, vừa mang hàm ý là hình ảnh ấy nói lên sự ám ảnh tiếng ồn đi vào cả trong giấc ngủ và giấc mơ của nhân vật. Sau đó, một cảnh đặc tả chiếc điện thoại báo thức, nhân vật chính thức giấc trong vùng ánh sáng tự nhiên lọt qua rèm cửa. Yếu tố thú vị ở đây là đạo diễn đã đưa vào không gian đó một nguồn sáng là chiếc đèn ngủ. Cường độ hài hòa của hai nguồn sáng: (1) từ đèn ngủ, (2) từ rèm cửa đã góp phần minh chứng cho giá trị thẩm mỹ của TVC được biểu hiện ở chỗ giả như thật trong bối cảnh phim, phù hợp với tính liên tục của hình ảnh và mang lại giá trị nghệ thuật dẫn dắt câu chuyện.



Hình 3. Một cảnh trong TVC quảng cáo “Lãng”

Nguồn: <https://www.youtube.com/watch?v=adjs7kWK8lw>

Phim ngắn “Nghệp quyền”: Xuyên suốt 17 phút 17 giây trong phim, người xem cảm nhận rõ nét rất nhiều trường đoạn, phân cảnh, chi tiết hình ảnh mà ánh sáng trở thành thủ pháp nghệ thuật vừa dẫn dắt cốt truyện của phim vừa tạo tình huống, hoàn cảnh cho nhân vật diễn xuất bằng hành động nhưng người xem lại thấu cảm được những động cơ sâu xa bên trong tâm hồn nhân vật, thôi thúc nhân vật có hành động đó. Diễn hình như tại thời điểm 8 phút 41 giây, bằng cảnh quay cận ảnh ánh sáng vàng vọt của ngọn đèn đường, người xem cảm nhận được bên trong nhân vật chính là chàng trai đang độ đôi mươi, tuy cường tráng nhờ hàng ngày luyện võ, nhưng cũng có lúc lãng mạn và tràn ngập ưu tư. Tính cách ấy, theo tình huống câu chuyện, thế nào rồi cũng sẽ có ngày Giữa đường gặp chuyện bất bình chẳng tha (Truyện Kiều - Nguyễn Du). Và, quả thật như vậy, đến thời điểm 10 phút 14 giây, bằng thủ pháp nghệ thuật sử dụng ánh sáng khắc họa hai bóng người đối thoại, người xem vỡ òa cảm xúc. Thì ra, những tình tiết về tình bạn, tình yêu lứa đôi, tình yêu dành cho bộ môn võ thuật, thậm chí là tình mẫu tử... là những lát cắt của câu chuyện “Nghệp quyền”.



Hình 4. Một cảnh trong phim ngắn “Nghệp quyền”, nguồn: https://www.youtube.com/watch?v=kKlKehs_nhY&t=496s

Phim “Địa đạo: Mặt trời trong bóng tối”: Ở Việt Nam, đầu tháng 4 năm 2025, đạo diễn Bùi Thạc Chuyên đã gây ngạc nhiên cho các nhà phê bình điện ảnh và công chúng yêu màn ảnh rộng bằng bộ phim về đề tài chiến tranh “Địa đạo - Mặt trời trong bóng tối”. Ngay trong ba tuần chiếu đầu tiên, phim đã lập kỷ lục phòng vé với tổng doanh thu hơn 100 tỷ đồng và nhận được cơn mưa lời khen, lời tôn vinh là siêu phẩm của điện ảnh Việt, nhưng cũng không ít lời góp ý, bàn luận về nhiều vấn đề của phim. Riêng ở khâu xử lý ánh sáng, phim có lẽ sẽ còn thu hút nhiều lượt khán giả đến rạp khi biết rằng: Ngay cả ánh trăng hắt qua tán rừng soi xuống chiến trường cũng rất thật, tuyệt đối không có chuyện bị ngược sáng, thừa sáng do dùng đèn pha như hầu hết các phim trước đây. Nhà sản xuất đã phải sắm một giàn với 5 chiếc khinh khí cầu trị giá gần nửa tỷ đồng, căng dây neo, cầu và một giàn đèn Led lớn lên không trung để tạo ra hiệu ứng ánh trăng cần thiết và trung thực [4].



Hình 5. Một cảnh quay ngược sáng trong phim “Địa đạo - Mặt trời trong bóng tối”



Hình 6. Một cảnh quay có thiết lập ánh sáng tạo ven trong phim “Địa đạo - Mặt trời trong bóng tối”

5. Kiến nghị giải pháp nâng cao hiệu quả vận dụng ánh sáng trong việc định hình thẩm mỹ cho hình ảnh trong các sản phẩm truyền thông

Ứng dụng công nghệ ánh sáng tiên tiến trong truyền thông đa phương tiện: (1) Sử dụng HDR (High Dynamic Range) để cải thiện dải màu và độ tương phản, giúp hình ảnh chân thực hơn. (2) Sử dụng Ánh sáng động và tương tác (Interactive Lighting). Ánh sáng động là kỹ thuật sử dụng ánh sáng có khả năng thay đổi theo thời gian về cường độ, màu sắc, góc chiếu - hướng đổ bóng hay hiệu ứng để tạo bầu không khí chuyển động, tăng kịch tính, tương phản chiều sâu và áp dụng công nghệ cảm biến ánh sáng để thay đổi ánh sáng theo hành vi người xem hoặc môi trường thực tế thông qua cảm biến (Ví dụ, trong triển lãm nghệ thuật, người xem bước vào một vùng sáng, lập tức ánh sáng chuyển động và thay đổi màu theo vị trí họ đứng). (3) Công nghệ CGI và AI trong mô phỏng ánh sáng, trí tuệ nhân tạo (AI) có thể giúp tối ưu ánh sáng trong hậu kỳ (như các công cụ của Adobe, Unreal Engine).

Nâng cao kỹ thuật chiếu sáng trong sản xuất hình ảnh và video: Sử dụng ánh sáng ba điểm/Three-point lighting trong nhiếp ảnh, quay phim để tạo chiều sâu và tập trung thị giác. Tận dụng ánh sáng tự nhiên một cách có kiểm soát để mang lại cảm giác chân thực, thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào ánh sáng nhân tạo. Kết hợp các nguồn sáng nhiều lớp (Multi-layered lighting) trong thiết kế đồ họa để tạo hiệu ứng thị giác hấp dẫn.

Tích hợp ánh sáng và màu sắc để định hình phong cách hình ảnh: Áp dụng lý thuyết màu sắc/Color Theory kết hợp ánh sáng để truyền tải cảm xúc phù hợp (ví dụ: ánh sáng xanh lạnh trong viễn tưởng, ánh sáng vàng ấm áp trong phim tình cảm). Sử dụng ánh sáng để nhấn mạnh thương hiệu trong truyền thông quảng cáo, giúp tạo bản sắc thị giác nhất quán.

Đào tạo và nâng cao nhận thức về ánh sáng trong thiết

kể truyền thông: Tổ chức workshop về kỹ thuật ánh sáng cho các nhà thiết kế, nhiếp ảnh gia, đạo diễn hình ảnh. Xây dựng thư viện trực quan về các mẫu ánh sáng tiêu biểu để hỗ trợ người làm truyền thông dễ dàng tham khảo.

Nghiên cứu và phát triển các xu hướng chiếu sáng mới. Ứng dụng ánh sáng sinh học/Biophilic Lighting: Điều chỉnh ánh sáng dựa trên nhịp sinh học con người để tăng cường trải nghiệm và cảm xúc. Khai thác công nghệ ánh sáng thông minh/Smart Lighting, sử dụng ánh sáng LED có thể lập trình để thay đổi theo ngữ cảnh truyền thông.

6. Kết luận

Ánh sáng là yếu tố cơ bản định hình hình ảnh và làm giàu tính thẩm mỹ cho hình ảnh. Thế nhưng, làm giàu tính thẩm mỹ cho hình ảnh đến mức độ nào thì điều ấy còn tùy thuộc vào phương tiện thiết bị chụp hình, quay phim, chỉnh sửa phim, ảnh, thiết bị chiếu sáng... và tùy thuộc vào tay nghề, cá tính sáng tạo của đạo diễn, nhà quay phim, kỹ thuật viên dựng phim, nghệ sĩ nhiếp ảnh và cả kịch bản. Hơn thế nữa, giá trị nghệ thuật mà ánh sáng mang lại cho hình ảnh không đơn điệu, một chiều, mà như một con dao hai lưỡi. Sử dụng ánh sáng đúng, đậm chất “Mỹ học”, ánh sáng sẽ cất lên những giai điệu không lời, nhưng có tác dụng chấp cánh cho màu sắc của hình ảnh, ngôn ngữ hình ảnh xuyên thấu vào thị giác người xem, đưa cảm xúc của người xem hòa theo tình tiết, nhịp đập của cốt truyện được kể bằng hình ảnh. Ngược lại, sử dụng ánh sáng không đúng, hoặc dư sáng, hoặc thiếu sáng... hình ảnh ấy không nên sử dụng làm nguyên liệu cho bất kỳ sản phẩm truyền thông đa phương tiện nào. Nhận thức rõ điều đó, nhà sản xuất, người sáng tạo nội dung số sẽ chú trọng đầu tư và không ngừng sáng tạo về ánh sáng, xem ánh sáng là một trong những yếu tố cốt lõi trong suốt quá trình tổ chức sản xuất các sản phẩm truyền thông đa phương tiện, từ khâu phác thảo ý tưởng kể câu chuyện, đến khâu làm kịch bản văn học, kịch bản phân cảnh, xây dựng storyboard, thiết kế và lắp đặt chiếu sáng tại hiện trường, quay phim, làm hậu kỳ, theo dõi chỉ số

rating về sản phẩm,... Phép cộng của những điều đó không chỉ góp phần mang lại nhiều giá trị nghệ thuật cho hình thức và nội dung các sản phẩm truyền thông đa phương tiện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Chris Heckmann (2025), “What is Chiaroscuro in Film? Definition, Techniques, & Examples”, trên trang: <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-chiaroscuro-definition-examples/> (truy cập ngày 14/04/2025).

[2] Phạm Hải (2024), “Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng đã ra đi trong vòng tay nhân dân”, trên trang: <https://vietnamnet.vn/tong-bi-thu-nguyen-phu-trong-da-ra-di-trong-vong-tay-nhan-dan-2306175.html>, (Tư liệu ảnh, truy cập ngày 14/04/2025).

[3] Jennifer Coleman Dowling (2018), (dịch Vũ Lan Dung, Nguyễn Thế Hoàng), *Khám phá đa phương tiện*, Nxb Bách khoa, Hà Nội.

[4] Nguyễn Hồng Lam (2025), “Khốc liệt của chiến tranh, siêu phẩm cho hòa bình”, trên trang: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=122199517712041944&id=61551258330297&rid=61551258330297&id=61551258330297&id=61551258330297 (truy cập ngày 07/04/2025).

[5] Hà Nguyễn Lâm (2024), “Lắng”, TVC quảng cáo Tai nghe Baseus Bowie E2, trên trang: <https://www.youtube.com/watch?v=adjs7kWK8lw>.

[6] Lê Minh (2008), *10 bí quyết hình ảnh*, Nxb Văn hóa Sài Gòn, Tp.Hồ Chí Minh.

[7] Lê Võ Thiện Nhân (2025), “Độc lập – Tự do – Hạnh phúc”, trên trang: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=2160903964341524&id=100012658231185&rid=ttDYx4ks1nG2d72I# (Tư liệu ảnh, truy cập ngày 01/05/2025).

[8] Nhụy Phim (2025), “Nghiep quyen”, trên trang: https://www.youtube.com/watch?v=kKlKehs_nhY&t=496s (truy cập ngày 26/04/2025).

[9] Bùi Minh Sơn (2019), *Căn bản kỹ thuật nhiếp ảnh*, Nxb Thời Đại, Hà Nội.



[10] Minh Tùng, Phương Lan, Minh Sơn (2011), *Từ vựng Điện ảnh Anh - Pháp - Việt*, Nxb Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh.

[11] Lê Thành (2009), *Hướng dẫn sử dụng máy ảnh kỹ thuật số và xử lý ảnh số*, Nxb Phương Đông, Tp. Hồ Chí Minh.

[12] tuanlionsg (2023), “Daguerreotypes: Nhiếp ảnh khởi đầu”, trên trang: <https://tuanlionsg.com/daguerreotypes-nhung-buc-anh-dau-tien/> (truy cập ngày 18/04/2025).

[13] Ulrika Wänström Lindh, Monica Billger (2021), “Light Distribution and Perceived Spaciousness: Light Patterns in Scale Models”, trên trang: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/22/12424>.

Thông tin về tác giả

	<p>Nhà báo ThS. Nguyễn Đức Dũng</p> <ul style="list-style-type: none">- 1991: Tốt nghiệp cử nhân ngành Ngữ văn, Trường Đại học Tổng hợp Huế.- 2014: Tốt nghiệp Thạc sĩ Báo chí học, Học viện Báo chí - Tuyên truyền, Hà Nội.- 2023: Tốt nghiệp Cử nhân Ngôn ngữ Anh, Đại học Đà Nẵng.- 2023 đến nay: Giảng viên Khoa Truyền thông sáng tạo, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành.- Lĩnh vực quan tâm: Giảng dạy và tác nghiệp trong lĩnh vực báo chí, nhiếp ảnh, quay phim, phát thanh, truyền hình, truyền thông đa phương tiện.- Điện thoại: 09.15.61.89.86.
	<p>Hoà sĩ ThS. Nguyễn Thị Phương Dung</p> <ul style="list-style-type: none">- 2002: Tốt nghiệp cử nhân Sư phạm Mỹ thuật, Trường Cao đẳng Sư phạm Đà Lạt, Lâm Đồng.- 2015: Tốt nghiệp cử nhân Thiết kế Đồ họa, Trường Đại học Công nghệ Sài Gòn.- 2017: Tốt nghiệp Thạc sĩ Mỹ thuật tạo hình, Trường Đại học Mỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh.- Giảng viên giảng dạy ngành: Sư phạm Mỹ thuật, Thiết kế Đồ họa, Truyền thông đa phương tiện, Điện ảnh.- Lĩnh vực quan tâm: Giáo dục, nghệ thuật, thiết kế, truyền thông, điện ảnh.- Điện thoại: 09.08.18.52.53.

BÁO ĐẢNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

PARTY NEWSPAPER IN THE DIGITAL ERA

Trần Thị Bích Thủy*, Chu Thị Thu Huyền, Dương Thị Vân Linh

Trường Chính trị Trần Phú Hà Tĩnh

Tran Thi Bích Thủy*, Chu Thị Thu Huyền, Duong Thi Van Linh

Tran Phu Political School; tranbichthuytctp@gmail.com, huyenthucx@gmail.com, duonglinh311@gmail.com

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Trần Thị Bích Thủy (tranbichthuytctp@gmail.com)

Tóm tắt - Trong xã hội hiện đại, báo chí ngày càng thể hiện vai trò đặc biệt quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế - xã hội. Trong cuộc đấu tranh chính trị, tư tưởng ngày càng tinh vi và phức tạp, bối cảnh toàn cầu hóa và môi trường truyền thông số hiện nay, báo Đảng với chức năng nhiệm vụ của mình gặp rất nhiều khó khăn, hạn chế trong việc tiếp cận độc giả. Để phát huy vai trò của báo Đảng trong kỷ nguyên số, việc đổi mới phương thức truyền tải thông tin, cải tiến nội dung, kết nối chặt chẽ với độc giả và đảm bảo tính chính xác, uy tín của thông tin sẽ giúp báo Đảng duy trì, phát triển mạnh mẽ trong kỷ nguyên số.

Từ khóa - Báo chí; báo chí cách mạng; báo Đảng; vai trò của báo chí, kỷ nguyên số.

1. Đặt vấn đề

Điều 4 Luật Báo chí năm 2016 nêu rõ: báo chí ở nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là phương tiện thông tin thiết yếu đối với đời sống xã hội; là cơ quan ngôn luận của cơ quan Đảng, cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp; là diễn đàn của Nhân dân. Trong quá trình lãnh đạo cách mạng, Đảng ta luôn luôn coi truyền thông đại chúng là phương tiện, vũ khí sắc bén để tuyên truyền, cổ vũ, động viên, tập hợp, tổ chức và vận động nhân dân thực hiện những chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước. Báo chí luôn bám sát định hướng chính trị của Đảng, tuyên truyền kịp thời, sâu rộng các sự kiện trọng đại của đất nước như các kỳ đại hội Đảng, các hội nghị Trung ương, các kỳ họp Quốc hội... Với ưu thế của mỗi loại hình, các đài phát thanh, truyền hình, báo in, báo điện tử, tạp chí... đã đưa các nghị quyết của Đảng vào cuộc sống, góp phần nâng cao trình độ nhận thức chính trị cho các tầng lớp Nhân dân. Báo chí là kênh thông tin quan trọng, là phương tiện, là công cụ đắc lực giúp Đảng, Nhà nước trong việc lãnh đạo, quản lý, điều hành đất nước.

Là diễn đàn của Nhân dân, báo Đảng luôn bám sát thực tiễn, phản ánh tiến trình vận động của cuộc sống, kịp thời nắm bắt và phản ánh tâm tư, nguyện vọng của các tầng lớp Nhân dân. Thông qua báo chí nói chung, hệ thống báo Đảng nói riêng, Nhân dân được tự do bày tỏ tâm tư, ý kiến của mình với Đảng, với Nhà nước. Mặt khác, Nhân dân thể hiện sự tin tưởng vào cơ quan ngôn luận bằng những hành động thiết thực như phát hiện, đấu tranh chống tiêu cực thông qua báo chí. Rất nhiều sự kiện, vụ việc nghiêm trọng người dân không dám phản ánh với cơ quan công quyền,

Abstract - In modern society, journalism increasingly plays a particularly important role in the process of socio-economic development. In the context of increasingly sophisticated and complex political and ideological struggles, globalization, and the current digital media environment, Party newspapers face many difficulties and limitations in reaching readers due to their specific functions and duties. To enhance the role of Party newspapers in the digital age, it is essential to innovate methods of information delivery, improve content, strengthen connections with readers, and ensure the accuracy and credibility of information, thereby helping Party newspapers maintain and grow strongly in the digital era.

Keywords – Journalism; revolutionary journalism; party newspapers; the role of journalism; digital age.

mà phản ánh với báo chí, thông qua báo chí cung cấp thông tin, chuyển ý kiến tới các cơ quan Đảng và Nhà nước. Báo chí đã thực sự là cầu nối giữa Đảng với dân, giữa dân với Đảng. Nhân dân tin tưởng và ngày càng tìm đến với diễn đàn báo chí nhiều hơn, qua đó báo chí có điều kiện định hướng đúng đắn dư luận xã hội. Báo chí là diễn đàn để nhân dân trao đổi, bày tỏ ý kiến, nguyện vọng chính đáng của mình, góp phần tham gia vào giải quyết các vấn đề của đất nước.

Hiện nay, việc nghiên cứu vai trò, vị trí, thuận lợi, khó khăn... của Báo Đảng trong kỷ nguyên số đã có nhiều tác giả đề cập trong các bài báo như: “Báo chí trong kỷ nguyên số” đăng trên Người làm báo, “Xây dựng kỷ nguyên mới của báo chí cách mạng Việt Nam” đăng trên Công thông tin điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, “Vai trò của người làm báo trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội của báo chí nước ta hiện nay” của tác giả Phạm Việt Dũng - Thư ký Chi hội Nhà báo Tạp chí Cộng sản...

Từ những nguồn thông tin đó, cùng sự hiểu biết của mình trong lĩnh vực báo chí, tác giả mạnh dạn chọn đề tài “Báo Đảng trong kỷ nguyên số để nghiên cứu” với mong muốn đưa ra cách tiếp cận mới, thấy được vai trò, vị trí của báo Đảng trong kỷ nguyên số, thuận lợi, khó khăn khi duy trì vai trò cơ quan ngôn luận của Đảng trong bối cảnh cơ hội, ưu thế và thách thức, hạn chế đan xen. Qua nghiên cứu, tác giả mạnh dạn đề xuất một số giải pháp nhằm đưa báo Đảng thích ứng nhanh với công nghệ số.

2. Bối cảnh ra đời và đặc điểm của báo Đảng (báo chí cách mạng) Việt Nam

2.1. Bối cảnh ra đời báo chí cách mạng Việt Nam

Sự ra đời của báo chí cách mạng Việt Nam (báo Đảng)

gắn liền với quá trình đấu tranh giành độc lập, tự do cho dân tộc và phát triển tư tưởng cách mạng. Báo chí cách mạng Việt Nam ra đời không chỉ là sự phản ánh của xã hội đương thời mà còn là công cụ quan trọng trong việc tuyên truyền, giáo dục, vận động quần chúng và cổ vũ cuộc đấu tranh giành độc lập dân tộc.

Vào đầu thế kỷ XX, Việt Nam dưới ách đô hộ của thực dân Pháp, xã hội bị áp bức, bóc lột. Trong bối cảnh đó, nhu cầu về một hình thức truyền thông mới để nâng cao nhận thức chính trị và đấu tranh cho quyền lợi của Nhân dân trở nên cấp bách. Đặc biệt, sau khi phong trào yêu nước của các chiến sĩ và cách mạng nổ ra mạnh mẽ, báo chí trở thành công cụ quan trọng trong việc truyền tải các tư tưởng cách mạng và cổ vũ tinh thần yêu nước của người dân.

Ra đi tìm đường cứu nước, tìm đến với chủ nghĩa Mác - Lênin, Nguyễn Ái Quốc đã thấy được vai trò quan trọng của báo chí nên từ rất sớm, Người đã quan tâm đến việc viết báo, xuất bản báo, xem báo chí là phương tiện quan trọng, hiệu quả để vận động, tập hợp lực lượng, tổ chức thực hiện mục tiêu cách mạng một cách nhanh chóng, sâu rộng và hiệu quả. Bác cũng chính là người đã sáng lập ra tờ báo đầu tiên của nền báo chí cách mạng Việt Nam.

Từ những năm 60 thế kỷ XIX, ở Việt Nam đã xuất hiện một số tờ báo tại Sài Gòn, Hà Nội và một vài địa phương khác. Các tờ báo này tập hợp nhiều nhà văn, nhà báo, nhà trí thức theo từng nhóm nhỏ, nhưng có các khuynh hướng chính trị khác nhau. Đến ngày 21/6/1925, tại Quảng Châu, Trung Quốc, lãnh tụ Nguyễn Ái Quốc đã sáng lập tờ báo Thanh Niên, đây là dấu mốc đánh dấu sự hình thành của nền báo chí cách mạng Việt Nam. Từ khi tờ báo “Thanh niên” ra đời, Báo này có vai trò rất lớn trong việc tuyên truyền về cách mạng giải phóng dân tộc, kêu gọi đoàn kết giữa các tầng lớp xã hội, đặc biệt là tầng lớp thanh niên, trong cuộc đấu tranh chống thực dân và phong kiến.

Sau khi Đảng Cộng sản Việt Nam được thành lập (năm 1930), báo chí cách mạng Việt Nam có sự chuyển mình mạnh mẽ dưới sự lãnh đạo của Đảng. Những tờ báo cách mạng, đặc biệt là Báo Thanh niên, Báo Cộng sản và Báo Đời mới trở thành kênh tuyên truyền chủ yếu cho các cuộc vận động cách mạng.

Trong những năm tháng kháng chiến chống thực dân Pháp (1946-1954), báo chí cách mạng càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Các tờ báo như Báo Nhân Dân đã trở thành tiếng nói chính thức của Đảng Cộng sản Việt Nam, tuyên truyền về các chiến lược, chiến thuật quân sự, các phong trào cách mạng và cổ vũ tinh thần chiến đấu của Nhân dân.

Sau khi đất nước chia cắt thành hai miền, báo chí cách mạng tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong cuộc kháng chiến chống Mỹ. Các tờ báo như Báo Quân đội Nhân dân, Báo Cứu quốc và các ấn phẩm do chính quyền miền Bắc phát hành đã góp phần lớn vào việc truyền tải các thông tin về các chiến thắng quân sự, các phong trào yêu nước và các chính sách của Đảng.

2.2. Một số đặc điểm cơ bản của báo Đảng

Báo Đảng tập trung vào việc tuyên truyền các chủ trương, chính sách, nghị quyết của Đảng, cũng như các

chiến lược, kế hoạch phát triển đất nước. Các báo này cung cấp thông tin về những vấn đề chính trị, xã hội, kinh tế mà Đảng đang quan tâm, qua đó giúp người dân nắm bắt thông tin chính xác và kịp thời về các vấn đề quan trọng trong đất nước.

Báo Đảng cũng có vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức chính trị và tư tưởng của người dân, nhất là trong việc khẳng định vai trò lãnh đạo của Đảng và bảo vệ các giá trị tư tưởng của Chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong giai đoạn cách mạng hiện nay.

Báo chí của các cơ quan Đảng được quản lý, điều hành bởi các cơ quan Đảng như Ban Tuyên giáo Trung ương, các Tỉnh ủy, Thành ủy hoặc các cơ quan lãnh đạo Đảng tại địa phương.

Một số báo Đảng nổi bật ở Việt Nam: Báo Nhân Dân, Cơ quan ngôn luận của Đảng Cộng sản Việt Nam, Báo Quân đội Nhân dân: Cơ quan tuyên truyền của Bộ Quốc phòng Việt Nam, Báo Thanh Niên (mặc dù thuộc hệ thống báo chí công cộng nhưng cũng có sự ảnh hưởng từ Đảng và phục vụ các mục tiêu chính trị của Đảng) và hệ thống báo địa phương của 63 tỉnh, thành trong cả nước.

3. Vai trò của báo Đảng trong giai đoạn cách mạng hiện nay

3.1. Tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm của Đảng Cộng sản Việt Nam về vai trò của báo chí cách mạng

Báo chí cách mạng có vai trò quan trọng trong quá trình xây dựng xã hội xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam và luôn được đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước. Để phát huy vai trò quan trọng của báo chí, Đảng ta luôn quán triệt và vận dụng sáng tạo tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí cách mạng, trong đó nhấn mạnh vai trò của báo chí trong xây dựng, chỉnh đốn Đảng và hệ thống chính trị trong sạch, vững mạnh gắn với phát huy sức mạnh, quyền làm chủ của Nhân dân. Báo chí cách mạng Việt Nam do Chủ tịch Hồ Chí Minh sáng lập, rèn luyện và trong quá trình trưởng thành suốt gần một thế kỷ qua đã có những cống hiến to lớn cho sự nghiệp cách mạng giải phóng dân tộc, xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam. Những cống hiến to lớn của báo chí cách mạng Việt Nam có được chính là do đã thấm nhuần sâu sắc tư tưởng Hồ Chí Minh về tính đảng và tính nhân dân của báo chí. Trên tinh thần đó, báo chí cách mạng mới có đường lối chính trị đúng và khi có đường lối chính trị đúng thì các nội dung và hình thức thể hiện của báo chí mới đúng, phục vụ đắc lực cho sự nghiệp cách mạng của Đảng và của dân tộc.

Tư tưởng Hồ Chí Minh về vai trò, vị trí của báo chí cách mạng: là người đặt nền móng cho sự ra đời của nền báo chí cách mạng Việt Nam, làm tiền đề cho sự sáng lập một chính đảng cách mạng ở Việt Nam đầu thế kỷ XX, Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn nhấn mạnh đến việc quán triệt tính đảng gắn với tính nhân dân của báo chí cách mạng Việt Nam: “Báo chí của ta thì cần phải phục vụ nhân dân lao động, phục vụ chủ nghĩa xã hội, phục vụ cho đấu tranh thực hiện thống nhất nước nhà, cho hòa bình thế giới” [1]. Nhấn mạnh đến tính nhân dân của báo chí, Người chỉ rõ: “Đối tượng của tờ báo là đại đa số dân chúng” [2]; do đó, để phục vụ tốt nhân dân, thì cách viết bài báo phải đơn giản, dễ hiểu, ngôn ngữ

phải trong sáng; viết để phục vụ Nhân dân thì nhất định phải chọn cái gì có lợi cho dân và phục vụ sự nghiệp cách mạng. Báo chí cách mạng Việt Nam luôn tuân thủ vai trò và trách nhiệm của mình trong tuyên truyền, lấy việc phục vụ Nhân dân làm tiêu chí cao nhất cho hoạt động, suy rộng ra là phục vụ mọi công việc của Đảng, của đất nước. Người chỉ rõ: “Không riêng gì viết sách viết báo, mà công tác gì muốn làm tốt đều phải coi trọng ý kiến của Nhân dân” [3].

Nhấn mạnh đến việc nâng cao tính đảng của báo chí cách mạng, trong “Thư gửi lớp học viết báo Huỳnh Thúc Kháng”, Chủ tịch Hồ Chí Minh chỉ đạo: “Tờ báo của chúng ta có mấy điểm chính: 1. Nhiệm vụ của tờ báo là tuyên truyền, cổ động, huấn luyện, giáo dục, và tổ chức dân chúng, để đưa dân chúng đến mục đích chung. 2. Mục đích là kháng chiến và kiến quốc. Để đi đến kháng chiến thắng lợi, kiến quốc thành công, thì 3. Tôn chỉ của tờ báo là đoàn kết toàn dân, thi đua ái quốc. Vì vậy, 4. Đối tượng của tờ báo là đại đa số dân chúng. Một tờ báo không được đại đa số dân chúng ham chuộng, thì không xứng đáng là một tờ báo. Muốn được dân chúng ham chuộng, coi tờ báo ấy là tờ báo của mình, thì 5. Nội dung tức là các bài báo phải giản đơn, dễ hiểu, phổ thông, thiết thực, hoạt bát. Và 6. Hình thức tức là cách sắp đặt các bài, cách in phải sạch sẽ, sáng sủa. Hiện nay, các báo ta thường có những khuyết điểm sau đây: Về mặt tuyên truyền thì không kịp thời và chính trị suông quá nhiều” [4]. Cùng với việc khẳng định tính nguyên tắc của báo chí cách mạng Việt Nam, Chủ tịch Hồ Chí Minh còn nêu yêu cầu mang tính chỉ đạo đối với những người làm báo: “Tất cả những người làm báo (người viết, người in, người sửa bài, người phát hành, v.v.) phải có lập trường chính trị vững chắc. Chính trị phải làm chủ. Đường lối chính trị đúng thì những việc khác mới đúng được. Cho nên các báo chí của ta đều phải có đường lối chính trị đúng” [5].

Cùng với việc nhấn mạnh vai trò của báo chí trong việc thực hiện nhiệm vụ cách mạng Việt Nam, Người cũng chỉ rõ, báo chí phải luôn gắn với sự nghiệp cách mạng thế giới. Như vậy, trong tư tưởng Hồ Chí Minh, tính đảng, tính nhân dân còn gắn kết với tinh thần của chủ nghĩa quốc tế cao cả. Chỉ ra vai trò của báo chí trong thực hiện cách mạng giải phóng dân tộc gắn với hừng ứng phong trào đấu tranh cho hòa bình thế giới, Chủ tịch Hồ Chí Minh nêu rõ, báo chí cần tham gia tuyên truyền “chống thực dân đế quốc, chống phong kiến địa chủ, tuyên truyền độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội” [6], vì thế mà: “Đối với những người viết báo chúng ta, cái bút là vũ khí sắc bén, bài báo là tờ lịch cách mạng để động viên quần chúng đoàn kết đấu tranh, chống chủ nghĩa thực dân cũ và mới, chống chủ nghĩa đế quốc, đứng đầu là đế quốc Mỹ, vì độc lập dân tộc, tiến bộ xã hội và hòa bình thế giới” [9]. Như vậy, nói một cách khái quát, đường lối chính trị đúng đắn đã định hướng về nội dung và hình thức thể hiện của báo chí cách mạng, cũng như định hướng cho việc xây dựng đội ngũ cán bộ làm báo có bản lĩnh của người làm công tác tư tưởng của Đảng, phục vụ Nhân dân, bảo vệ lợi ích dân tộc, phục vụ đắc lực cho sự nghiệp cách mạng của Đảng và của dân tộc.

Quan điểm của Đảng Cộng sản Việt Nam về vai trò của báo chí cách mạng: trên cơ sở những văn kiện của Đảng ta, có thể thấy những quan điểm sau đây cần được nhận thức,

quán triệt và thực hiện trong quá trình quản lý Nhà nước về báo chí cũng như hoạt động báo chí.

- Công tác báo chí là một bộ phận cấu thành hữu cơ trong bộ máy hoạt động của Đảng ta, là yếu tố cấu thành hoạt động tư tưởng, lý luận. Không chỉ là yếu tố cấu thành hữu cơ, báo chí là vũ khí xung kích trên mặt trận tư tưởng, lý luận. Báo chí có vai trò quan trọng đối với công tác tư tưởng, lý luận và tổ chức. Quan điểm này đã được thể hiện xuyên suốt trong hoạt động của Mác-Ăngghen, Lênin và Chủ tịch Hồ Chí Minh cũng như trong lịch sử đấu tranh cách mạng của Đảng ta. Báo chí là bộ phận hữu cơ và đặt dưới sự lãnh đạo toàn diện và trực tiếp của Đảng.

- Báo chí nước ta phải góp phần tích cực vào tuyên truyền lý luận Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và đường lối, quan điểm, chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước. Báo chí phải góp phần tích cực xây dựng lý tưởng xã hội vì mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh”, góp phần ổn định chính trị tư tưởng, bình ổn đời sống tinh thần để huy động nguồn lực phát triển kinh tế-xã hội, nâng cao chất lượng cuộc sống. Xây dựng lý tưởng xã hội, tuyên truyền tư tưởng của Đảng là một công việc lâu dài, khó khăn, phức tạp, nhất là trong tình hình hiện nay, cho nên đòi hỏi phải kiên trì, sự nhiệt thành, trung thành, hiểu biết và tính chuyên nghiệp cao.

- Báo chí là tiếng nói của Đảng, Nhà nước, của tổ chức chính trị - xã hội và là diễn đàn của Nhân dân, đặt dưới sự lãnh đạo trực tiếp của Đảng, sự quản lý của Nhà nước và hoạt động trong khuôn khổ pháp luật; phải bảo đảm tính tư tưởng, tính chân thật, tính nhân dân, tính chiến đấu và tính đa dạng của hoạt động báo chí. Báo chí của ta là cơ quan của Đảng, Nhà nước, các tổ chức chính trị - xã hội - nghề nghiệp đặt dưới sự lãnh đạo toàn diện, triệt để của Đảng và quản lý của Nhà nước.

- Đảng lãnh đạo báo chí bằng việc định hướng chính trị, bằng việc thông qua nhà nước, thông qua công tác tổ chức - cán bộ, thông qua giám sát, kiểm tra hoạt động thường xuyên trong thực tiễn. Quản lý Nhà nước về báo chí còn bằng sức mạnh của cả hệ thống chính trị dưới sự lãnh đạo của Đảng.

- “Cán bộ báo chí cũng là chiến sĩ cách mạng. Cây bút, trang giấy là vũ khí sắc bén của họ”. Mỗi nhà báo là một cán bộ hoạt động trong lĩnh vực công tác tư tưởng - văn hóa của Đảng, là nhà truyền thông - vận động xã hội dưới sự lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước. Nhà báo là chủ thể tích cực trong quá trình hoạt động báo chí cũng như quản lý nhà nước về báo chí.

3.2. Vai trò của báo Đảng trong giai đoạn cách mạng hiện nay

Với sự lớn mạnh của các cơ quan báo chí, đến nay cả nước có gần 884 cơ quan báo chí, gồm: 812 báo, tạp chí và 72 đài phát thanh truyền hình. Trong 812 báo, tạp chí có 137 báo (73 báo địa phương và 64 báo trung ương); 675 tạp chí (323 tạp chí khoa học, 275 tạp chí thuộc tổ chức hội, 77 tạp chí thuộc cơ quan bộ, ngành, tôn giáo). Trong 72 cơ quan hoạt động phát thanh truyền hình, gồm: 02 Đài quốc gia (Đài Tiếng nói Việt Nam - VOV và Đài Truyền hình Việt Nam - VTV); 64 Đài phát thanh truyền hình tỉnh, thành phố, 01 Đài Truyền hình Kỹ thuật số VTC trực thuộc

VOV và 05 đơn vị hoạt động truyền hình (Bảo Nhân Dân, Quốc hội Việt Nam, Truyền hình An ninh, Truyền hình Thông tấn - Vnews, Trung tâm Phát thanh - Truyền hình Quân Đội). Có 03 Đài/Đơn vị là VTV, Vnews và Đài Truyền hình TP HCM được cấp giấy phép biên tập kênh truyền hình nước ngoài, để biên tập 49 kênh truyền hình nước ngoài. (Bộ Thông tin và Truyền thông và Hội Nhà báo Việt Nam - dự thảo báo cáo Công tác báo chí năm 2024 và phương hướng, mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp năm 2025).

Báo chí cách mạng Việt Nam phát triển nhanh, mạnh, toàn diện cả về số lượng và chất lượng, luôn bám sát vào thực tiễn phát triển đất nước. Về số lượng, cơ quan báo chí không ngừng tăng lên, cùng với sự gia tăng về số đầu báo, tạp chí, đài phát thanh, truyền hình, ấn phẩm, chương trình. Về chất lượng, nội dung, hình thức, công nghệ in, truyền tải thông tin ngày càng nâng lên; qua đó, mở rộng phạm vi phát hành, phạm vi phủ sóng. Đặc biệt, số lượng nhà báo và những người làm việc trong các cơ quan báo chí cũng tăng lên để đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ ngày càng cao hơn trước. Cùng với đó, số lượng công chúng báo chí, nhất là ở nước ngoài cũng tăng theo. Các điều kiện về nguồn lực tài chính, cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật báo chí từng bước được nâng lên. Đây chính là cơ sở cho sự phát triển lớn mạnh của báo chí, để phát huy vai trò và sự ảnh hưởng xã hội của báo chí đối với công cuộc đổi mới, phát triển đất nước, đặc biệt là đối với công cuộc xây dựng Đảng và Nhà nước trong sạch, vững mạnh, phát huy quyền làm chủ của Nhân dân.

Trong gia đoạn hiện nay, báo chí cách mạng, đặc biệt là báo Đảng, đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong quá trình xây dựng và phát triển đất nước. Các vai trò cơ bản của báo chí cách mạng hiện nay bao gồm:

Thứ nhất, định hướng tư tưởng và chính trị: báo Đảng là kênh truyền thông quan trọng để truyền đạt các chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước. Nó giúp người dân hiểu rõ các quan điểm, mục tiêu, và chiến lược phát triển đất nước. Qua đó, báo chí góp phần định hướng tư tưởng, xây dựng niềm tin và sự đồng thuận xã hội.

Thứ hai, tuyên truyền, giáo dục và nâng cao nhận thức cộng đồng: báo chí cách mạng không chỉ cung cấp thông tin mà còn giúp giáo dục và nâng cao nhận thức của người dân về các vấn đề chính trị, kinh tế, xã hội. Báo chí cũng là công cụ để tuyên truyền các giá trị văn hóa, đạo đức và truyền thống tốt đẹp của dân tộc, giúp bảo vệ và phát huy bản sắc văn hóa.

Thứ 3, giám sát, đấu tranh chống tham nhũng và tiêu cực: báo Đảng có vai trò quan trọng trong việc giám sát các hoạt động của các cơ quan, tổ chức và cá nhân trong xã hội. Báo chí có thể phát hiện, phản ánh những sai phạm, tiêu cực, tham nhũng và đấu tranh để đẩy lùi các hành vi này, góp phần bảo vệ sự công bằng, minh bạch trong xã hội.

Thứ tư, khuyến khích và động viên tinh thần xây dựng đất nước: báo chí cách mạng cũng là kênh để động viên, khích lệ những thành tựu của đất nước trong các lĩnh vực như kinh tế, văn hóa, giáo dục, khoa học công nghệ. Các bài viết và phóng sự sẽ giúp thúc đẩy tinh thần lao động

sáng tạo, xây dựng và phát triển đất nước của mỗi người dân.

Thứ năm, tăng cường sự gắn kết giữa Đảng, Nhà nước và nhân dân: báo chí cách mạng là cầu nối giữa Đảng, Nhà nước và Nhân dân, giúp lãnh đạo Đảng hiểu rõ hơn về những tâm tư nguyện vọng của người dân. Đồng thời, báo chí cũng giúp người dân hiểu rõ các quyết sách, chỉ đạo của Đảng và Nhà nước, từ đó tăng cường sự đồng thuận xã hội, tạo động lực chung cho sự phát triển.

Thứ sáu, thúc đẩy sự tham gia của nhân dân vào công cuộc xây dựng đất nước: báo chí có thể tạo ra các diễn đàn, chương trình đối thoại, giao lưu để người dân có thể tham gia đóng góp ý tưởng, phản hồi về các chính sách của Đảng và Nhà nước, qua đó tăng cường vai trò của người dân trong công cuộc xây dựng đất nước.

Nhìn chung, báo chí cách mạng, nhất là báo Đảng, có vai trò rất lớn trong việc tuyên truyền, xây dựng và phát triển các giá trị cốt lõi của đất nước, góp phần thúc đẩy sự nghiệp cách mạng và phát triển bền vững.

4. Một số hạn chế của báo Đảng trong xu thế kỷ nguyên số

Trong kỷ nguyên số, báo Đảng đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức do sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, truyền thông và thay đổi trong thói quen tiêu thụ thông tin của công chúng. Hiện nay, báo Đảng phải đối mặt với một số khó khăn như:

- Cạnh tranh với các phương tiện truyền thông khác.

Với sự phát triển mạnh mẽ của Internet và mạng xã hội, các tờ báo Đảng phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các phương tiện truyền thông không chính thức, đặc biệt là các nền tảng mạng xã hội như Facebook, YouTube, Twitter và các trang web tin tức trực tuyến. Các phương tiện truyền thông này có khả năng cung cấp thông tin nhanh chóng, đa dạng và dễ tiếp cận, trong khi báo Đảng lại thường có thông tin chính thức, đôi khi không kịp thời hoặc không thu hút người đọc như các phương tiện truyền thông khác.

- Thay đổi thói quen tiêu thụ thông tin của công chúng.

Trong kỷ nguyên số, thói quen tiêu thụ thông tin của người dân đã thay đổi mạnh mẽ. Người dùng ngày càng thích tiêu thụ thông tin ngắn gọn, dễ dàng và nhanh chóng thông qua các ứng dụng di động, mạng xã hội và video. Báo Đảng, với nội dung sâu sắc và đôi khi mang tính chính trị, không phải lúc nào cũng phù hợp với nhu cầu tiêu thụ thông tin tức thì của công chúng, đặc biệt là giới trẻ.

- Khó khăn trong việc tiếp cận độc giả trẻ.

Báo Đảng đối mặt với thử thách trong việc thu hút và giữ chân độc giả trẻ, đối tượng có xu hướng tiếp cận thông tin qua các nền tảng số như mạng xã hội, ứng dụng di động hoặc video thay vì đọc báo giấy truyền thống. Điều này yêu cầu các tờ báo Đảng phải đổi mới phương thức truyền tải thông tin, kết hợp với công nghệ để làm cho nội dung hấp dẫn hơn đối với thế hệ trẻ.

- Áp lực từ sự phát triển công nghệ và yêu cầu đổi mới.

Công nghệ số yêu cầu các cơ quan báo chí phải không ngừng cải tiến, đổi mới để theo kịp xu hướng phát triển của truyền thông và công nghệ. Việc duy trì hệ thống báo chí

truyền thông, đồng thời phát triển báo điện tử, các ứng dụng di động và các nền tảng tương tác là một thách thức lớn đối với các tờ báo Đảng, đặc biệt là về nguồn lực, đào tạo nhân sự và ngân sách đầu tư.

- Vấn đề về tính chính xác và uy tín.

Trong bối cảnh thông tin trên Internet có thể dễ dàng bị xuyên tạc hoặc giả mạo, báo Đảng phải đối mặt với thách thức trong việc duy trì tính chính xác và uy tín. Các thông tin từ các kênh truyền thông không chính thống, mạng xã hội có thể nhanh chóng làm giảm uy tín của các cơ quan báo chí chính thống nếu không được kiểm soát chặt chẽ. Việc giữ vững sự tin cậy và đảm bảo chất lượng thông tin trong môi trường số ngày nay là một bài toán khó.

- Bảo mật thông tin và chống lại tin giả.

Một vấn đề khác là bảo mật thông tin và đối phó với tin giả. Các báo Đảng cần phải bảo vệ các thông tin nhạy cảm và đảm bảo rằng các thông tin được công bố là chính xác, không bị lợi dụng hoặc xuyên tạc. Tin giả (fake news) và thông tin sai lệch là một trong những thách thức lớn nhất đối với báo chí nói chung trong kỷ nguyên số và báo Đảng cũng không phải là ngoại lệ.

- Đảm bảo tính phản biện và tự do ngôn luận trong khuôn khổ chính trị

Báo Đảng thường bị giới hạn bởi các nguyên tắc và đường lối của Đảng, điều này có thể khiến các bài viết thiếu sự đa dạng trong quan điểm và ý tưởng. Trong khi đó, xã hội ngày nay yêu cầu một nền báo chí đa chiều, có tính phản biện cao hơn. Việc duy trì sự cân bằng giữa tuân thủ nguyên tắc chính trị và đảm bảo tự do ngôn luận, phản biện là một thách thức lớn đối với các tờ báo Đảng.

- Vấn đề tài chính và nguồn lực.

Việc duy trì hoạt động của báo Đảng trong kỷ nguyên số đòi hỏi các khoản đầu tư lớn về công nghệ, nhân sự và các chiến lược truyền thông số. Tuy nhiên, các tờ báo Đảng thường gặp khó khăn về ngân sách và nguồn lực để thực hiện các đổi mới này, nhất là khi so với các đơn vị truyền thông thương mại có khả năng đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ.

Báo Đảng trong kỷ nguyên số phải đối mặt với nhiều khó khăn, bao gồm sự cạnh tranh gay gắt từ các phương tiện truyền thông không chính thức, thay đổi thói quen tiêu thụ thông tin của công chúng, yêu cầu về sự đổi mới công nghệ và vấn đề bảo mật và chất lượng thông tin. Để tồn tại và phát triển, báo Đảng cần phải chủ động đổi mới, áp dụng công nghệ số, cải thiện chất lượng nội dung và tìm cách tiếp cận hiệu quả với các độc giả trẻ trong bối cảnh mới.

5. Một số giải pháp phát huy vai trò của báo Đảng trong kỷ nguyên số

Trong kỷ nguyên số, việc phát huy vai trò của báo Đảng là một nhiệm vụ quan trọng, giúp tăng cường sự lãnh đạo của Đảng, củng cố niềm tin của nhân dân, đồng thời nâng cao hiệu quả thông tin, tuyên truyền trong việc xây dựng và phát triển đất nước.

5.1. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông

Phát triển nền tảng báo chí đa phương tiện: trong kỷ

nguyên số, báo Đảng cần đẩy mạnh việc xây dựng các nền tảng báo chí đa phương tiện như website, ứng dụng di động, và các nền tảng mạng xã hội để cung cấp thông tin nhanh chóng, chính xác và dễ dàng tiếp cận đối với mọi tầng lớp nhân dân.

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và phân tích dữ liệu: sử dụng các công nghệ như AI và phân tích dữ liệu lớn để thu thập, xử lý và đưa ra các thông tin, phân tích chính xác, từ đó cải thiện chất lượng nội dung và tạo ra các sản phẩm báo chí phù hợp với nhu cầu đa dạng của độc giả.

“Theo Chiến lược Chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 của Thủ tướng Chính phủ, một trong những mục tiêu chủ yếu đến năm 2025 là 50% cơ quan báo chí có nền tảng phân tích, xử lý dữ liệu tổng hợp tập trung, ứng dụng AI để tối ưu hóa hoạt động và đến năm 2030, mục tiêu này đạt 90% cơ quan báo chí” [8].



Hình 1. Nhiều cơ quan báo chí đã nhanh chóng áp dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo vào hoạt động để sản xuất ra các sản phẩm báo chí công nghệ mới

5.2. Đổi mới nội dung và hình thức tuyên truyền

Tăng cường thông tin đa chiều, chính xác và minh bạch: báo Đảng cần cung cấp thông tin phong phú, đa chiều về các vấn đề kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa, an ninh quốc phòng, qua đó nâng cao sự hiểu biết và nhận thức của người dân về các chính sách, chủ trương của Đảng và Nhà nước.

Phát triển nội dung dễ tiếp cận: việc xây dựng các bài viết, video, infographic hoặc podcast với nội dung dễ hiểu và hấp dẫn sẽ giúp tiếp cận được nhiều đối tượng độc giả, đặc biệt là giới trẻ và người dân ở vùng sâu, vùng xa.

Tăng cường thông tin phản biện xã hội: báo Đảng cũng cần mạnh dạn đăng tải các bài viết phản biện, góp ý xây dựng chính sách để thúc đẩy việc cải cách và phát triển đất nước, đồng thời phát huy vai trò giám sát, phòng chống tham nhũng, tiêu cực.

Theo dõi báo chí cả nước trong những năm gần đây, Trường khoa Truyền thông Trường Đại học Hoa Sen (Thành phố Hồ Chí Minh), tiến sĩ Trần Bá Dung nhận thấy hầu hết các tờ báo địa phương đã có sự bất nhịp và hòa mình vào dòng chảy - xu hướng phát triển của báo chí hiện đại. Đó là xu hướng báo chí đa phương tiện (trong cách làm báo) và xu hướng tòa soạn hội tụ (trong tổ chức vận hành cơ quan báo chí). Về mặt công nghệ làm báo, hầu hết các báo địa phương đã thực sự chuyển đổi số [9].

Đào tạo và phát triển năng lực chuyên môn: đội ngũ phóng viên và biên tập viên cần được đào tạo bài bản về

nghiệp vụ báo chí, kỹ năng sử dụng công nghệ mới và kiến thức về các vấn đề chính trị, kinh tế, xã hội để đáp ứng yêu cầu tuyên truyền trong thời đại số.

Tạo môi trường làm việc hiện đại, sáng tạo: để phát huy tối đa hiệu quả công việc, các cơ quan báo chí cần tạo điều kiện thuận lợi cho đội ngũ phóng viên và biên tập viên, khuyến khích họ đổi mới, sáng tạo trong việc xây dựng các sản phẩm báo chí phù hợp với thị hiếu của người đọc.

Cùng với đó, tờ báo cần có đội ngũ phóng viên có tư chất phản biện, có kiến thức ở nhiều mặt, nhất là về chủ trương, chính sách, pháp luật, văn hóa địa phương...; có kỹ năng thu thập, xử lý thông tin và viết bài phản biện.

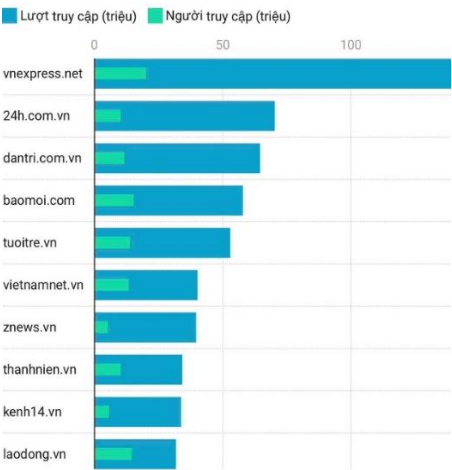
5.3. **Đẩy mạnh tương tác với độc giả**

Tăng cường đối thoại và tương tác trực tiếp với độc giả: các cơ quan báo chí cần tạo ra các không gian tương tác với người dân qua các kênh trực tuyến, như mạng xã hội, website, diễn đàn, bình luận trực tiếp, để người dân có thể tham gia phản hồi, đóng góp ý kiến và đặt câu hỏi về các vấn đề xã hội, chính trị.

Khuyến khích người dân tham gia xây dựng nội dung: các kênh thông tin có thể mở các cuộc thi, chương trình bình luận hoặc khảo sát để khuyến khích người dân tham gia vào quá trình sáng tạo nội dung, từ đó nâng cao tính tương tác và gắn kết giữa báo chí và cộng đồng.

TOP 10 website tin tức tại Việt Nam theo lượt truy cập - Tháng 01/2025

Theo số liệu của SimilarWeb được ONECMS Blog tổng hợp ngày 7/2/2025.



Hình 2. Bảng thống kê lượt truy cập của độc giả báo địa phương Tháng 02/2025. (Theo ONECMS - Phần mềm tòa soạn hội tụ đa phương tiện).

Bảng dữ liệu tổng hợp TOP 10 website tin tức Việt Nam - Tháng 01/2025

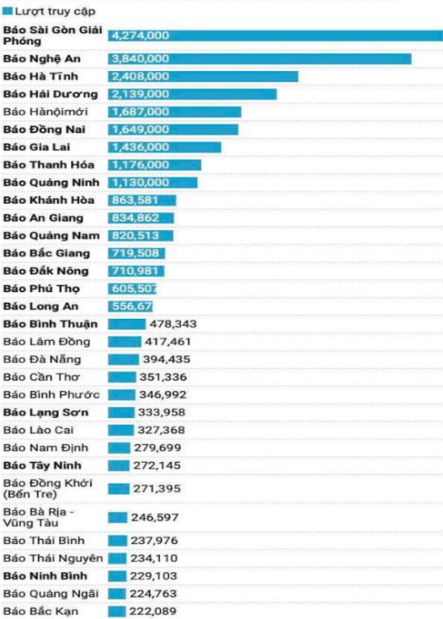
Theo số liệu của SimilarWeb được ONECMS Blog tổng hợp ngày 7/2/2025.

Website	Thị phần lưu lượng (%)	Tăng trưởng so với tháng trước (%)	Lượt truy cập (triệu)	Người truy cập (triệu)
vnexpress.net	15.3%	-4.8%	144.1	20.3
24h.com.vn	7.5%	0.5%	7...	1...
dantri.com.vn	6.8%	-3.8%	6...	11...
baomoi.com	6.1%	-2.3%	57...	15.3
tuoitre.vn	5.6%	-3.0%	53.0	14.0
vietnamnet.vn	4.3%	-5.3%	40.3	13.4
znews.vn	4.2%	70.3%	39.8	5.2
thanhnien.vn	3.6%	-2.7%	34.3	1...
canh14.vn	3.6%	-0.3%	33.8	5.8
laodong.vn	3.4%	0.1%	31.8	14.7

Hình 3. Bảng thống kê lượt truy cập của độc giả báo địa phương Tháng 02/2025. (Theo ONECMS - Phần mềm tòa soạn hội tụ đa phương tiện).

TOP 32 báo Đảng địa phương tháng 02/2025 theo lượng truy cập

Theo số liệu công khai trên SimilarWeb được ONECMS Blog tổng hợp ngày 14/03/2025. Tên báo bởi đảm thể hiện số liệu từ Google Analytics.



Hình 4. Bảng thống kê lượt truy cập của độc giả báo địa phương Tháng 02/2025. (Theo ONECMS - Phần mềm tòa soạn hội tụ đa phương tiện).

Từ Bảng Dữ liệu tổng hợp TOP 10 website tin tức Việt Nam (hình 2, hình 3, hình 4) chúng ta thấy được các tờ báo Đảng ở địa phương và các tờ báo thuộc hệ thống báo Đảng được độc giả truy cập lớn, qua đó khẳng định vị thế, vai trò

của báo Đảng trong bối cảnh mới.

5.4. Tăng cường bảo vệ thông tin chính thống

Chống tin giả và thông tin sai lệch, đảm bảo chất lượng thông tin: trong kỷ nguyên số, việc xuất hiện các tin giả, thông tin sai lệch là một thách thức lớn đối với báo chí, do đó, các cơ quan báo chí đảng cần chủ động cung cấp thông tin minh bạch, công bằng về các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, tăng cường các biện pháp kiểm soát chất lượng thông tin, phát hiện và phản bác thông tin sai lệch, đồng thời cung cấp thông tin chính thống và chính xác cho người dân, tránh những hiểu lầm hoặc suy diễn sai lệch trong xã hội.

Đảm bảo chất lượng thông tin: báo Đảng cần nỗ lực duy trì tính chính xác và đáng tin cậy của các thông tin được đăng tải, đặc biệt trong bối cảnh thông tin sai lệch, tin giả đang tràn lan trên Internet. Việc kiểm tra và xác minh thông tin kỹ lưỡng trước khi công bố là yếu tố quan trọng để bảo vệ uy tín của báo Đảng.

Theo Tiến sĩ Đỗ Anh Đức (Viện Đào tạo báo chí và truyền thông, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội), không ít tờ báo ở Việt Nam và trong suy nghĩ của nhiều người làm báo cũng như quản lý báo chí, cho rằng cần phải thêm “gia vị” vào tin tức, phải biết cách “giật tit”, “câu view” thì mới có nhiều người xem, mới có được “traffic” (lưu lượng truy cập) và ảnh hưởng. Nhiều tờ báo cũng đang trả nhuận bút theo lượt xem, tương tác. Nhưng cách làm này cũng mang lại nhiều rủi ro và bất cập. Báo chí nói chung có thể phải trả giá đắt nếu chạy theo lượt “view”, phải hạ chuẩn giá trị nghề nghiệp và dần mất niềm tin, cũng như sự tôn trọng của độc giả.

5.5. Thực hiện công tác tuyên truyền về những vấn đề lớn của đất nước

Tuyên truyền về các chủ trương, chính sách phát triển kinh tế - xã hội: báo Đảng cần làm tốt công tác tuyên truyền, giới thiệu những chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển kinh tế, xóa đói giảm nghèo, bảo vệ môi trường, bảo vệ an ninh quốc gia... Đặc biệt là tuyên truyền về các chiến lược, kế hoạch phát triển đất nước trong bối cảnh hội nhập quốc tế; tuyên truyền về bảo vệ chủ quyền quốc gia.

5.6. Phát huy vai trò của báo chí trong xây dựng Đảng, phát triển xã hội, xây dựng thương hiệu báo Đảng

Tăng cường thông tin về công tác xây dựng Đảng: báo Đảng có thể phát huy vai trò trong việc thông tin về các cuộc đấu tranh chống tham nhũng, tiêu cực, nâng cao tính minh bạch trong công tác Đảng và phát triển những mô hình hay trong việc thực hiện các chủ trương, chính sách của Đảng gắn với việc thực hiện Chỉ thị số 43-CT/TW, ngày 08/4/2020 của Ban Bí thư, về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với hoạt động của Hội Nhà báo Việt Nam trong tình hình mới.

Chỉ đạo, hướng dẫn công tác tuyên truyền ở các cấp, các ngành: các cơ quan báo chí cần có sự chỉ đạo, hướng dẫn công tác tuyên truyền hiệu quả từ Trung ương đến địa phương, các cơ quan, đơn vị, nhằm tạo ra một sự thống nhất trong công tác truyền thông và tuyên truyền chính trị.

Xây dựng uy tín và thương hiệu báo Đảng mạnh mẽ: để

tạo sự khác biệt và giữ vững niềm tin của độc giả, báo Đảng cần tập trung xây dựng một thương hiệu uy tín, chất lượng, có trách nhiệm với xã hội và gắn liền với các giá trị văn hóa, tư tưởng của Đảng.

Đảm bảo tính độc lập và công bằng trong thông tin: mặc dù là cơ quan tuyên truyền của Đảng, báo Đảng cũng cần tạo ra sự công bằng trong việc đưa tin và phản ánh các vấn đề xã hội, tránh sự đơn điệu trong thông tin và khuyến khích các cuộc đối thoại cởi mở.

5.7. Tăng cường hợp tác quốc tế

Hợp tác với các cơ quan báo chí quốc tế: báo Đảng có thể hợp tác với các cơ quan báo chí quốc tế để học hỏi kinh nghiệm, chia sẻ thông tin, đồng thời đưa các chủ trương, chính sách của Đảng ra thế giới, tăng cường sự hiểu biết và giao lưu văn hóa.

6. Kết luận

Trong sự nghiệp xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam hiện nay, thực hiện mục tiêu xây dựng, chỉnh đốn Đảng và hệ thống chính trị trong sạch, vững mạnh gắn với phát huy sức mạnh, quyền làm chủ của Nhân dân luôn đòi hỏi phải không ngừng phát huy vai trò của cả hệ thống chính trị, cũng như của toàn xã hội; trong đó, báo chí có vị trí và vai trò quan trọng. Hiện nay, trong kỷ nguyên số, các cơ quan báo chí cần nhanh chóng đổi mới phương thức hoạt động, áp dụng công nghệ tiên tiến, nâng cao chất lượng nội dung và tương tác với độc giả, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ hiện đại giúp tối ưu hóa các hoạt động cũng như sản xuất tin bài; sử dụng các dạng thức sản phẩm truyền thông mới đồng thời bảo vệ thông tin chính thống và đấu tranh với thông tin sai lệch. Điều quan trọng là mỗi cơ quan báo chí, căn cứ vào điều kiện thực tế ở đơn vị để chuyển mình nhằm thúc đẩy phát triển, khẳng định vị trí, thương hiệu, uy tín cũng như nguồn thu nhập và tạo lập các giá trị mới của riêng mình trong bối cảnh nền báo chí đang hướng tới kỷ nguyên chuyển đổi số mạnh mẽ. Những giải pháp không chỉ giúp củng cố niềm tin của nhân dân vào Đảng và Nhà nước, mà còn góp phần quan trọng vào công cuộc xây dựng và phát triển đất nước trong thời đại số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Hồ Chí Minh: Toàn tập, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, t. 12, tr. 166.
- [2] Hồ Chí Minh: Toàn tập, Sdd, t. 6, tr. 102.
- [3] Hồ Chí Minh: Toàn tập, Sdd, t. 15, tr. 668.
- [4] Hồ Chí Minh: Toàn tập, Sdd, t. 6, tr. 102.
- [5] Hồ Chí Minh: Toàn tập, Sdd, t. 12, tr. 166.
- [6] Hồ Chí Minh: Toàn tập, Sdd, t. 12, tr. 171.
- [7] Hồ Chí Minh: Toàn tập, Sdd, t. 14, tr. 540.
- [8] Quyết định số 348/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.
- [9] Hải Yến. Báo Đảng địa phương trong “Dòng chảy” của báo chí hiện đại, Đồng Nai online, ngày 20/06/2024 Chỉ thị 08 của Bộ Chính trị khóa VII về tăng cường công tác quản lý báo chí và xuất bản.
- [10] Chỉ thị số 22-CT/TW của Bộ Chính trị tiếp tục đổi mới và tăng cường sự lãnh đạo, quản lý công tác báo chí, xuất bản; ngày 17-10-1997.
- [11] Nguyễn Văn Dũng, *Báo chí và dư luận xã hội*; Nxb Lao Động; H. 2011.
- [12] Nguyễn Văn Dũng, *Cơ sở lý luận báo chí*; Nxb Lao Động; H. 2012.
- [13] Nhiều tác giả, C. Mác, Lê-nin, Hồ Chí Minh, ...bản về báo chí; Nxb

Chính trị-Hành chính; H. 2011.

[14] Luật sửa đổi, bổ sung một số điều luật báo chí năm 1989.

[15] Luật Báo chí 2016.

[16] Nghị định của Chính phủ Số 51/2002/NĐ-CP ngày 26/4/2002, quy định chi tiết thi hành Luật Báo chí, Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Báo chí.

[17] Nghị quyết TW 5 (khoa X): “Về công tác tư tưởng, lý luận và báo chí trước yêu cầu mới”.

[18] Nghị quyết số 16-NQ/TW, ngày 1-8-2007, của Hội nghị Trung ương




5 khóa X, “Về công tác tư tưởng, lý luận và báo chí trước yêu cầu mới” nhấn mạnh vai trò quan trọng của báo chí với sự nghiệp cách mạng của dân tộc.

[19] Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XI.

[20] Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XII.

[21] Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII.

Thông tin về tác giả

	<p>Trần Thị Bích Thủy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tóm tắt quá trình đào tạo: + Tốt nghiệp Học viện Báo chí và Tuyên truyền năm 2004. + Tốt nghiệp Thạc sỹ Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn năm 2015. - Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên Khoa Lý luận cơ sở - Trường Chính trị Trần Phú Hà Tĩnh. - Lĩnh vực quan tâm: <ul style="list-style-type: none"> + Vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh vào các lĩnh vực đời sống xã hội. + Vận dụng, triển khai quan điểm của Đảng, chính sách Pháp luật của Nhà nước và cuộc sống. + Phân ánh các vấn đề của đời sống xã hội thông qua báo chí (Cộng tác viên của Báo Hà Tĩnh, Báo Nga.com, Đài phát thanh và truyền hình tỉnh Hà Tĩnh và các đài phát thanh truyền hình các huyện trong tỉnh Hà Tĩnh). - Điện thoại: 0986889972.
	<p>Chu Thị Thu Huyền:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tóm tắt quá trình đào tạo: + Tốt nghiệp Đại học Vinh năm 2002. + Tốt nghiệp Thạc sỹ Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh năm 2011. - Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên Khoa Xây dựng Đảng, Trường Chính trị Trần Phú Hà Tĩnh. - Lĩnh vực quan tâm: <ul style="list-style-type: none"> + Xây dựng Đảng. + Nghiên cứu các vấn đề thực tiễn phát sinh trong đời sống xã hội. + Nghiên cứu các điểm nóng chính trị xã hội và nguyên nhân phát sinh các điểm nóng chính trị xã hội và giải pháp giải quyết. - Tóm tắt công việc hiện tại: <ul style="list-style-type: none"> Tốt nghiệp Đại học Vinh năm 2002. Tốt nghiệp Thạc sỹ chính trị học tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh năm 2011. Phó trưởng Khoa Xây dựng Đảng. - Điện thoại: 0912976898.
	<p>Dương Thị Vân Linh:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tóm tắt quá trình đào tạo: + Tốt nghiệp Trường Đại học Quy Nhơn 2016. + Tốt nghiệp Thạc sỹ Trường Đại học Kinh tế Huế 2011. - Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên Khoa Lý luận cơ sở - Trường Chính trị Trần Phú Hà Tĩnh. - Lĩnh vực quan tâm: <ul style="list-style-type: none"> + Nghiên cứu các chính sách, chương trình kinh tế, xã hội của tỉnh và việc vận dụng triển khai trong thực tế ở các đại phương đươn vị, vùng miền. + Góp ý và các đề án của tỉnh về lĩnh vực kinh tế, xã hội. - Điện thoại: 0919660964.

BẢO MẬT DỮ LIỆU CỦA GIẢNG VIÊN VÀ SINH VIÊN KHI THAM GIA HOẠT ĐỘNG GIÁO DỤC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

DATA SECURITY OF LECTURERS AND STUDENTS WHEN PARTICIPATING IN EDUCATIONAL ACTIVITIES IN THE DIGITAL AGE

Bùi Quốc Việt, Lê Thị Thuý*

Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh

Bui Quoc Viet, Le Thi Thuy*

University of Sport Ho Chi Minh city; vietqb@upes.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Bùi Quốc Việt (email: vietqb@upes.edu.vn)*

Tóm tắt - Bài báo này phân tích các khía cạnh liên quan đến bảo mật dữ liệu khi tham gia hoạt động giáo dục trong kỷ nguyên số (KNS). Trong bối cảnh chuyển đổi số, việc bảo mật dữ liệu trở thành yếu tố quan trọng để đảm bảo quyền riêng tư và an toàn thông tin của cá nhân cũng như tổ chức. Công nghệ thông tin (CNTT) đóng vai trò then chốt trong việc xây dựng môi trường làm việc minh bạch, công bằng và hiện đại. Bài báo này là kết quả nghiên cứu được khảo sát từ 55 giảng viên và 243 sinh viên, tổng hợp số liệu, phân tích và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao nhận thức cũng như trang bị thêm kiến thức về bảo mật dữ liệu trong hoạt động giáo dục trong kỷ nguyên số cho giảng viên, sinh viên, hệ thống và quản trị hệ thống.

Từ khóa - Bảo mật; dữ liệu; Công nghệ thông tin; giáo dục; kỷ nguyên số.

1. Đặt vấn đề

Bảo mật dữ liệu trong hoạt động giáo dục trong kỷ nguyên số nói riêng và CNTT nói chung ngày càng trở thành mối quan tâm lớn trong thời đại số hiện nay. Việc gia tăng các cuộc tấn công mạng, rò rỉ thông tin cá nhân và sự phát triển của trí tuệ nhân tạo đặt ra những thách thức về bảo vệ dữ liệu. Đồng thời, các vấn đề như sao chép nghiên cứu, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và sử dụng thông tin sai mục đích cũng đặt ra yêu cầu cấp bách về quy tắc ứng xử trong môi trường số [3]. Bài viết này nhằm tổng hợp các nghiên cứu trước đó, khảo sát và phân tích số liệu liên quan và đề xuất giải pháp nâng cao bảo mật dữ liệu trong hoạt động CNTT.

Phương pháp và đối tượng nghiên cứu: nghiên cứu này sử dụng phương pháp tổng hợp tài liệu, khảo sát, thống kê và phân tích nhằm cung cấp thông tin về bảo mật dữ liệu khi tham gia hoạt động CNTT của giảng viên và sinh viên.

Khách thể nghiên cứu: trong bài viết này chúng tôi khảo sát giảng viên và sinh viên tại các trường đại học tại TP.HCM, khảo sát về việc quan tâm đến vấn đề Bảo mật dữ liệu khi tham gia hoạt động CNTT: 1- Giảng viên của 05 trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh, những giảng viên là đồng nghiệp của chúng tôi, trong đó có 01 trường chính nơi chúng tôi làm việc và 04 trường còn lại là trường thỉnh giảng. Vì bảo mật thông tin cho người thực hiện khảo sát, chúng tôi chỉ trình bày trong bài viết này về số lượng được tổng hợp là 55 giảng viên tham gia cho ý kiến, giảng viên tham gia dạy chuyên ngành Giáo dục thể chất, ngành Công nghệ thông tin và ngành Truyền thông đa phương tiện; 2- Sinh viên thuộc 02 trường có ngành Giáo dục thể

Abstract - This article analyzes aspects related to data security when participating in educational activities in the digital age. In the context of digital transformation, data security has become an important factor to ensure the privacy and information security of individuals as well as organizations. Information technology (IT) plays a key role in building a transparent, fair and modern working environment. The article is the result of a study conducted on 55 lecturers and 243 students, synthesizing data, analyzing and proposing solutions to raise awareness as well as to supplement knowledge about data security in educational activities for lecturers, students, systems and system administrators.

Keywords - Security; data; IT; education; digital age.

chất và ngành Truyền thông đa phương tiện, tổng số lượng khảo sát thu được là 243 sinh viên.

2. Kết quả nghiên cứu và khảo sát

2.1. Bảo mật dữ liệu khi tham gia hoạt động CNTT

Khi tham gia vào các hoạt động CNTT, người dùng cần hiểu rõ những vấn đề liên quan đến bảo mật dữ liệu để đảm bảo an toàn thông tin cá nhân và tổ chức. Dưới đây là những điểm quan trọng cần lưu ý:

Xác thực và bảo vệ tài khoản: theo [4], việc bảo mật tài khoản bắt đầu từ việc thiết lập một mật khẩu mạnh, tối thiểu 12 ký tự, bao gồm chữ hoa, chữ thường, số và ký tự đặc biệt. Điều này giúp giảm khả năng bẻ khóa mật khẩu bởi các phương pháp tấn công như brute force. Bên cạnh đó, bắt xác thực hai yếu tố (2FA) là một biện pháp cần thiết để gia tăng lớp bảo vệ bổ sung. Theo [5] của Cục An toàn thông tin, Bộ Thông tin và Truyền thông cũng khuyến nghị người dùng không chia sẻ thông tin đăng nhập và thường xuyên thay đổi mật khẩu để bảo đảm tài khoản không bị xâm nhập. Việc bảo vệ tài khoản hiệu quả đóng vai trò quan trọng trong việc ngăn chặn các cuộc tấn công nhắm vào hệ thống thông tin.

Quản lý quyền truy cập: theo báo cáo [6], quản lý quyền truy cập hiệu quả dựa trên nguyên tắc "cấp quyền khi cần thiết". Điều này nghĩa là chỉ những người thực sự cần truy cập vào một hệ thống hoặc tệp dữ liệu mới được cấp quyền, giúp giảm thiểu nguy cơ lạm dụng quyền. Các tổ chức cũng cần tiến hành kiểm tra định kỳ danh sách người dùng được phép truy cập để phát hiện và loại bỏ các quyền không còn cần thiết. Ngoài ra, [7] đề xuất rằng việc sử dụng các công cụ hỗ trợ quản lý quyền truy cập, chẳng hạn như Microsoft

Active Directory hoặc Okta, sẽ giúp tự động hóa quá trình quản lý và kiểm soát quyền một cách chính xác, bảo đảm dữ liệu được bảo vệ an toàn.

Mã hóa dữ liệu: mã hóa là một phương pháp bảo mật hiệu quả để bảo vệ thông tin nhạy cảm trong quá trình lưu trữ và truyền tải. Theo [8], các công nghệ mã hóa như AES-256 và giao thức bảo mật SSL/TLS là những tiêu chuẩn vàng hiện nay. Khi gửi thông tin qua mạng, sử dụng giao thức HTTPS (dựa trên SSL/TLS) sẽ đảm bảo rằng dữ liệu không bị đánh cắp hoặc sửa đổi trong quá trình truyền tải. Báo cáo từ [9] cũng khuyến nghị sử dụng các phần mềm mã hóa như VeraCrypt và BitLocker để bảo vệ dữ liệu trên máy tính cá nhân. Quy trình thực hiện bao gồm việc chọn ổ đĩa cần mã hóa, thiết lập mật khẩu và lưu trữ mã hóa ở một nơi an toàn như thiết bị USB hoặc tài khoản bảo mật.

Nhận diện rủi ro và bảo vệ trước tấn công mạng: việc nhận diện rủi ro là bước đầu tiên để bảo vệ trước các cuộc tấn công mạng. Các dạng tấn công phổ biến mà người dùng cần nhận biết bao gồm phishing (email giả mạo), malware (phần mềm độc hại) và ransomware (mã độc tống tiền). Cảnh giác không nhấp vào đường link đáng ngờ hoặc tải tập tin từ nguồn không tin cậy là biện pháp quan trọng. Đồng thời, cài đặt các phần mềm diệt virus như Kaspersky, Norton, hoặc Microsoft Defender và cập nhật thường xuyên là cách giảm thiểu các nguy cơ bị tấn công.

Sao lưu và khôi phục dữ liệu: bảo vệ dữ liệu khỏi mất mát đòi hỏi phải thực hiện sao lưu định kỳ. Theo nghiên cứu của [10], việc sao lưu dữ liệu không chỉ giúp người dùng khôi phục thông tin sau sự cố mà còn giảm thiểu tác động từ các cuộc tấn công mạng như ransomware. Hệ thống sao lưu có thể được triển khai bằng cách sử dụng các giải pháp đám mây như Google Drive, OneDrive hoặc các thiết bị lưu trữ ngoại tuyến như ổ cứng di động. Báo cáo cũng khuyến nghị kiểm tra khả năng khôi phục dữ liệu định kỳ để đảm bảo rằng quá trình khôi phục không gặp trục trặc và dữ liệu được bảo toàn nguyên vẹn.

Nâng cao nhận thức về an toàn thông tin: theo báo cáo của [9], nâng cao nhận thức là nền tảng để giảm thiểu các rủi ro bảo mật trong môi trường công nghệ số. Người dùng nên tham gia các khóa học từ các tổ chức uy tín như OWASP hoặc NIST, nơi cung cấp kiến thức chi tiết về bảo mật dữ liệu. [8] cũng nhấn mạnh vai trò của các buổi hội thảo và hướng dẫn thực hành để áp dụng kiến thức vào thực tế. Ngoài ra, tổ chức cần cập nhật thông tin về các phương thức tấn công mới, cung cấp tài liệu chi tiết và công cụ minh họa để người dùng luôn sẵn sàng đối phó với các nguy cơ an ninh mạng.

Bảng 1. Mức độ quan tâm của giảng viên về Bảo mật dữ liệu khi tham gia hoạt động giáo dục trong KNS

STT	Nội dung	Giảng viên quan tâm	Tỷ lệ (%)
1	Nâng cao nhận thức về an toàn thông tin	33/55	60,00
2	Truy cập thành công	48/55	87,27
3	Sao lưu và khôi phục dữ liệu	46/55	83,64

4	Mã hóa dữ liệu	35/55	63,64
5	Nhận diện rủi ro và bảo vệ trước tấn công mạng	28/55	50,91
6	Xác thực và bảo vệ tài khoản	50/55	90,91

Mức độ quan tâm cao: xác thực và bảo vệ tài khoản được giảng viên quan tâm nhiều nhất với 50/55 người (90,91%), cho thấy đây là nội dung then chốt trong bảo mật thông tin. Điều này phản ánh nhận thức cao về tầm quan trọng của việc bảo vệ tài khoản để ngăn chặn truy cập trái phép. Truy cập thành công cũng nhận được sự chú ý đáng kể với 48/55 người (87,27%), chứng tỏ rằng giảng viên đánh giá cao việc đảm bảo quyền truy cập an toàn vào hệ thống. Sao lưu và khôi phục dữ liệu chiếm 46/55 người (83,64%), phản ánh mối quan tâm lớn đến việc bảo vệ dữ liệu trong trường hợp có sự cố xảy ra.

Mức độ quan tâm trung bình: mã hóa dữ liệu nhận được sự chú ý từ 35/55 người (63,64%), chứng tỏ rằng việc bảo vệ thông tin bằng phương pháp mã hóa đã có nhận thức tương đối tốt nhưng chưa đạt mức cao. Nâng cao nhận thức về an toàn thông tin được 33/55 người (60,00%) quan tâm, phản ánh nhu cầu nâng cao hiểu biết về bảo mật vẫn còn cần được đẩy mạnh trong môi trường giáo dục.

Mức độ quan tâm thấp: nhận diện rủi ro và bảo vệ trước tấn công mạng có mức độ quan tâm thấp nhất, chỉ 28/55 người (50,91%), cho thấy giảng viên chưa thực sự đặt trọng tâm vào việc nhận diện các mối đe dọa bảo mật. Điều này có thể xuất phát từ việc chưa trực tiếp đối mặt với các hình thức tấn công mạng hoặc chưa có đủ thông tin về các nguy cơ tiềm ẩn. Việc tăng cường đào tạo và nâng cao nhận thức về bảo vệ trước tấn công mạng có thể giúp cải thiện khả năng phòng tránh các mối đe dọa và bảo vệ hệ thống hiệu quả hơn.

Nhìn chung, giảng viên quan tâm nhiều nhất đến xác thực và bảo vệ tài khoản, truy cập thành công và sao lưu dữ liệu, cho thấy họ ưu tiên các biện pháp bảo mật cơ bản để duy trì tính an toàn trong hệ thống giáo dục và công nghệ. Để cải thiện hơn nữa, cần có sự nâng cao nhận thức về rủi ro tấn công mạng, đồng thời đẩy mạnh triển khai các phương pháp mã hóa dữ liệu.

Bảng 2. Mức độ quan tâm của sinh viên về Bảo mật dữ liệu khi tham gia hoạt động giáo dục trong KNS

STT	Nội dung	Sinh viên quan tâm	Tỷ lệ (%)
1	Nâng cao nhận thức về an toàn thông tin	130/243	53,50
2	Truy cập thành công	224/243	92,18
3	Sao lưu và khôi phục dữ liệu	132/243	54,32
4	Mã hóa dữ liệu	45/243	18,52
5	Nhận diện rủi ro và bảo vệ trước tấn công mạng	199/243	81,89
6	Xác thực và bảo vệ tài khoản	135/243	55,56

Mức độ quan tâm cao: truy cập thành công là nội dung được quan tâm nhiều nhất với 224/243 sinh viên (92,18%),

thể hiện rằng quyền truy cập hệ thống một cách dễ dàng và an toàn là yếu tố quan trọng hàng đầu đối với sinh viên. Nhận diện rủi ro và bảo vệ trước tấn công mạng cũng thu hút sự chú ý lớn với 199/243 sinh viên (81,89%), phản ánh sự nhận thức cao về nguy cơ bị tấn công và nhu cầu bảo vệ thông tin cá nhân khỏi các mối đe dọa là một ưu tiên lớn đối với nhóm khảo sát.

Mức độ quan tâm trung bình: nâng cao nhận thức về an toàn thông tin nhận được sự quan tâm từ 130/243 sinh viên (53,50%), cho thấy hơn một nửa số người tham gia khảo sát nhận thức được tầm quan trọng của việc hiểu về bảo mật thông tin nhưng chưa hoàn toàn đánh giá đây là nội dung then chốt. Sao lưu và khôi phục dữ liệu có tỷ lệ quan tâm là 132/243 sinh viên (54,32%), xác thực và bảo vệ tài khoản, với 135/243 sinh viên (55,56%) phản ánh rằng sinh viên cũng quan tâm đến vấn đề bảo vệ dữ liệu khỏi mất mát và xác thực - bảo vệ tài khoản nhưng có thể chưa đặt ưu tiên cao.

Mức độ quan tâm thấp: mã hóa dữ liệu có mức độ quan tâm thấp nhất với chỉ 45/243 sinh viên (18,52%), cho thấy sinh viên chưa thực sự nhận thức rõ tầm quan trọng của việc áp dụng mã hóa để bảo vệ thông tin. Điều này có thể xuất phát từ việc chưa hiểu rõ các lợi ích của mã hóa hoặc thiếu kiến thức về cách sử dụng công cụ này trong thực tế. Việc thúc đẩy giáo dục về mã hóa và cung cấp các giải pháp để sử dụng có thể cải thiện sự quan tâm đối với nội dung này.

Sinh viên quan tâm nhiều nhất đến truy cập thành công, nhận diện rủi ro tấn công mạng và xác thực bảo vệ tài khoản, phản ánh sự chú trọng vào các biện pháp bảo mật cơ bản để bảo vệ thông tin cá nhân và hệ thống. Việc tăng cường giáo dục về mã hóa dữ liệu và an toàn thông tin sẽ là hướng đi cần thiết để đảm bảo nhận thức toàn diện hơn trong môi trường số hóa.

2.2. Đề xuất giải pháp

2.2.1. Đề xuất giải pháp đối với giảng viên

Các vấn đề giảng viên đã quan tâm và ở mức độ cao thì chúng tôi không đề xuất giải pháp, ở đây chúng tôi đề xuất giải pháp cho giảng viên ở mức độ quan tâm trung bình và quan tâm thấp gồm: Nâng cao nhận thức về an toàn thông tin, mã hóa dữ liệu, nhận diện rủi ro và bảo vệ trước tấn công mạng.

Giải pháp để nâng cao nhận thức về an toàn thông tin: theo [4], việc nâng cao nhận thức về an toàn thông tin cần bắt đầu từ việc giáo dục cơ bản về các mối đe dọa phổ biến như phishing, mã độc và ransomware. Các khóa học trực tuyến từ những tổ chức uy tín như OWASP và NIST được khuyến nghị để giúp giảng viên hiểu rõ về bảo mật thông tin. Tác giả nghiên cứu, việc xây dựng thói quen bảo vệ dữ liệu, như sử dụng mật khẩu mạnh và không chia sẻ thông tin nhạy cảm, là yếu tố cốt lõi để giảm nguy cơ an ninh. Ngoài ra, cần thực hiện các buổi hội thảo và cung cấp tài liệu hướng dẫn chi tiết về cách ứng phó với các rủi ro bảo mật, dựa trên tình huống thực tế.

Giải pháp cho mã hóa dữ liệu: theo [8], mã hóa dữ liệu đóng vai trò quan trọng trong việc bảo vệ thông tin trước các nguy cơ truy cập trái phép. Các phần mềm như

VeraCrypt và BitLocker được đánh giá là hiệu quả trong việc mã hóa dữ liệu. Tác giả đề xuất các bước thực hiện với BitLocker như sau: truy cập Settings để kích hoạt tính năng BitLocker; chọn ổ đĩa cần mã hóa và tạo mật khẩu mạnh; lưu mã khóa dự phòng ở nơi an toàn để sử dụng khi cần. Báo cáo này cũng lưu ý rằng các tổ chức nên tổ chức các buổi đào tạo thực hành để giảng viên hiểu rõ cách sử dụng các công cụ mã hóa trong công việc hàng ngày.

Giải pháp để nhận diện rủi ro và bảo vệ trước tấn công mạng: theo phân tích của [3], việc nhận diện các dấu hiệu nguy cơ như email lừa đảo và tệp tin độc hại cần được phổ biến thông qua các khóa học đào tạo ngắn hạn. Khuyến nghị giảng viên sử dụng các phần mềm bảo mật mạnh như Kaspersky hoặc Microsoft Defender, kết hợp với kiểm tra định kỳ bằng công cụ như Snort hoặc Wireshark để phát hiện lỗ hổng. Ngoài ra, tổ chức các buổi diễn tập thực tế giúp giảng viên cải thiện khả năng phản ứng trước các tình huống khẩn cấp. Các nghiên cứu đã chứng minh rằng sự chuẩn bị và thực hành này có thể giảm đáng kể nguy cơ bị tấn công mạng.

2.2.2. Đề xuất giải pháp đối với sinh viên

Giải pháp cho Xác thực và bảo vệ tài khoản: sinh viên cần sử dụng mật khẩu mạnh với độ dài tối thiểu 12 ký tự, bao gồm chữ hoa, chữ thường, số và ký tự đặc biệt để tăng cường bảo mật. Bắt xác thực hai yếu tố (2FA) cho các tài khoản quan trọng như email, tài khoản học tập và mạng xã hội. Không nên sử dụng cùng một mật khẩu cho nhiều tài khoản khác nhau và cần thay đổi mật khẩu định kỳ. Theo [5] nhấn mạnh rằng việc ghi chú mật khẩu ở nơi an toàn và không chia sẻ thông tin đăng nhập sẽ giảm thiểu nguy cơ bị xâm nhập trái phép.

Giải pháp cho Sao lưu và khôi phục dữ liệu: sinh viên nên sử dụng các công cụ sao lưu như Google Drive, OneDrive hoặc Dropbox để lưu trữ các tài liệu học tập và dữ liệu cá nhân. Bên cạnh đó, có thể sử dụng ổ cứng di động hoặc USB để tạo bản sao lưu ngoại tuyến. [4] gợi ý rằng việc kiểm tra khả năng khôi phục dữ liệu định kỳ là cần thiết để đảm bảo dữ liệu không bị mất mát. Cần lưu ý bảo mật thiết bị lưu trữ bằng mã hóa hoặc mật khẩu để tránh rủi ro đánh cắp.

Giải pháp để Nâng cao nhận thức về an toàn thông tin: sinh viên cần tham gia các khóa học ngắn hạn về bảo mật dữ liệu, chẳng hạn như các khóa học từ OWASP hoặc các buổi hội thảo tại trường học. Theo [7], việc đọc tài liệu hướng dẫn từ các tổ chức uy tín hoặc truy cập thông tin từ các nguồn đáng tin cậy trên mạng cũng giúp nâng cao nhận thức hiệu quả. Ngoài ra, sinh viên cần thường xuyên cập nhật các phương pháp bảo mật mới để tránh bị ảnh hưởng bởi các mối đe dọa công nghệ ngày càng tinh vi.

Giải pháp cho Mã hóa dữ liệu: mã hóa dữ liệu là phương pháp bảo vệ thông tin quan trọng trong học tập và đời sống số. Sinh viên có thể sử dụng các phần mềm như VeraCrypt, BitLocker để mã hóa ổ đĩa cá nhân. Theo [9], sinh viên nên thực hiện mã hóa dữ liệu trước khi lưu trữ hoặc gửi thông qua mạng internet. Các bước cơ bản với BitLocker bao gồm: chọn ổ đĩa cần mã hóa, thiết lập mật khẩu và lưu khóa dự phòng. Mã hóa giúp bảo vệ dữ liệu khỏi sự truy cập trái phép, đặc biệt trong trường hợp thiết

bị bị thất lạc hoặc đánh cắp.

2.2.3. Đề xuất giải pháp đối với hệ thống và quản trị hệ thống

Để đảm bảo bảo mật dữ liệu trong hệ thống, cần xây dựng một kiến trúc bảo mật toàn diện với các lớp bảo vệ như tường lửa, mã hóa và hệ thống phát hiện xâm nhập. Việc quản lý quyền truy cập nên dựa trên nguyên tắc "ít quyền nhất" và triển khai xác thực đa yếu tố (MFA) nhằm hạn chế rủi ro từ truy cập trái phép. Hệ thống giám sát và ghi nhật ký đóng vai trò quan trọng trong việc phát hiện sớm và điều tra các hành vi bất thường, đồng thời nên tận dụng AI để tự động hóa quy trình này. Bên cạnh đó, các quản trị viên cần được đào tạo thường xuyên để nâng cao năng lực bảo mật và tăng cường khả năng ứng phó sự cố. Cập nhật và vá lỗi định kỳ là yếu tố không thể thiếu để khắc phục các lỗ hổng bảo mật, đồng thời các cuộc kiểm tra bảo mật định kỳ, như kiểm tra thâm nhập và đánh giá rủi ro, giúp hệ thống duy trì độ an toàn cao trước các mối đe dọa. Những biện pháp này tạo nên một hệ thống bảo mật mạnh mẽ và linh hoạt, đảm bảo dữ liệu luôn được bảo vệ tối ưu [11].

Xây dựng kiến trúc bảo mật toàn diện: hệ thống cần được thiết kế với một kiến trúc bảo mật nhiều lớp nhằm ngăn chặn các mối đe dọa từ nhiều phương diện. Điều này bao gồm việc sử dụng tường lửa để kiểm soát lưu lượng mạng, mã hóa dữ liệu để bảo vệ thông tin nhạy cảm, và triển khai hệ thống phát hiện xâm nhập (IDS) để giám sát và phản ứng nhanh với các hành vi bất thường. Ngoài ra, việc sử dụng các biện pháp bảo vệ bổ sung như mạng phân đoạn có thể hạn chế sự lan truyền của các cuộc tấn công nếu chúng xảy ra. Mọi thành phần của hệ thống nên được tích hợp với nhau một cách đồng bộ, tạo ra một lớp bảo vệ toàn diện [12].

Quản lý quyền truy cập một cách chi tiết: quyền truy cập vào hệ thống cần được quản lý chặt chẽ dựa trên nguyên tắc "ít quyền nhất" (least privilege), đảm bảo rằng mỗi người dùng chỉ được truy cập vào các tài nguyên cần thiết cho công việc của họ. Việc triển khai hệ thống xác thực đa yếu tố (MFA) là một biện pháp hiệu quả giúp đảm bảo rằng chỉ có những người dùng được xác minh đúng danh tính mới có thể truy cập vào hệ thống. Đồng thời, việc phân quyền chi tiết cũng cần đi kèm với giám sát liên tục để phát hiện bất kỳ sự lạm dụng quyền [13].

Giám sát và ghi nhật ký toàn diện: việc triển khai hệ thống giám sát và ghi nhật ký đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong bảo mật dữ liệu. Các công cụ giám sát không chỉ giúp theo dõi hoạt động của hệ thống mà còn hỗ trợ phát hiện sớm những hành vi bất thường, từ đó giảm thiểu thời gian và chi phí xử lý sự cố. Bên cạnh đó, các nhật ký hệ thống cần được lưu trữ và bảo mật một cách cẩn thận để phục vụ cho việc phân tích và điều tra khi cần. Ngoài ra, việc triển khai công nghệ AI để tự động hóa quy trình giám sát có thể tăng cường hiệu quả, cho phép nhận diện các mẫu hành vi nguy hiểm tiềm tàng [14].

Đào tạo và nâng cao nhận thức về bảo mật cho quản trị viên: quản trị viên hệ thống cần liên tục được cập nhật kiến thức về các phương pháp bảo mật mới nhất và các nguy cơ mạng hiện đại. Điều này có thể được thực hiện

thông qua các khóa học chuyên sâu, hội thảo, hoặc các buổi thực hành về kịch bản ứng phó sự cố thực tế. Việc nâng cao nhận thức về bảo mật không chỉ giúp các quản trị viên tăng cường kỹ năng mà còn tạo ra môi trường làm việc nơi bảo mật luôn được ưu tiên hàng đầu. Đồng thời, các quản trị viên cần được khuyến khích hợp tác và chia sẻ kiến thức giữa các đội nhóm để tối ưu hóa năng lực bảo vệ hệ thống [15].

Cập nhật và vá lỗi thường xuyên: cập nhật hệ thống phần mềm là một yếu tố không thể thiếu để giảm thiểu các rủi ro bảo mật. Các nhà quản trị cần xây dựng lịch trình rõ ràng cho việc cập nhật, bao gồm cả các bản vá lỗi của hệ điều hành, ứng dụng, và các thiết bị phần cứng. Bên cạnh việc cập nhật, cũng cần kiểm tra và xác minh tính tương thích của các bản vá trước khi triển khai để tránh gây ảnh hưởng tới hoạt động của hệ thống. Điều này đòi hỏi sự phối hợp giữa nhiều bộ phận, từ đội ngũ phát triển phần mềm cho đến đội ngũ bảo trì hệ thống [16].

Thực hiện kiểm tra bảo mật định kỳ và chuyên sâu: việc tổ chức kiểm tra bảo mật định kỳ, bao gồm kiểm tra thâm nhập và đánh giá rủi ro, là rất quan trọng để xác định và khắc phục các lỗ hổng tiềm tàng. Các cuộc kiểm tra này cần được thực hiện bởi các chuyên gia bảo mật hoặc bên thứ ba độc lập để đảm bảo tính khách quan và hiệu quả. Ngoài ra, hệ thống cần được kiểm tra khả năng chịu tải dưới các tình huống giả lập tấn công mạng, nhằm đảm bảo rằng nó có thể hoạt động ổn định và bảo vệ dữ liệu trong mọi trường hợp. Sau mỗi cuộc kiểm tra, cần lập báo cáo chi tiết và triển khai các biện pháp sửa chữa phù hợp.

3. Kết luận

Sinh viên cần thực hành các biện pháp bảo mật đã được đề xuất để bảo vệ thông tin cá nhân và tài liệu học tập. Hãy ưu tiên sử dụng mật khẩu mạnh và xác thực hai yếu tố để tăng cường bảo mật tài khoản. Đồng thời, đừng quên sao lưu dữ liệu định kỳ để giảm thiểu rủi ro mất mát thông tin. Đặc biệt, sinh viên cần chủ động tìm hiểu về các công nghệ bảo mật như mã hóa và cách nhận diện các rủi ro tấn công mạng để bảo vệ tốt hơn trong môi trường số hóa.

Đối với giảng viên, việc hướng dẫn sinh viên thực hiện các biện pháp bảo mật là vô cùng quan trọng. Các giảng viên nên tổ chức các buổi hội thảo hoặc đào tạo về an toàn thông tin, giúp sinh viên hiểu rõ tầm quan trọng của bảo mật trong học tập và công việc. Cả giảng viên và sinh viên nên thực hiện các biện pháp bảo vệ như quản lý quyền truy cập, sử dụng phần mềm bảo mật và mã hóa dữ liệu. Việc phối hợp giữa nhà trường và cá nhân sẽ tạo nên môi trường học tập an toàn và giảm thiểu nguy cơ từ các rủi ro công nghệ.

Bảo mật dữ liệu trong CNTT là yếu tố then chốt để đảm bảo sự phát triển bền vững của ngành công nghệ thông tin trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số mạnh mẽ. Khi các hệ thống thông tin ngày càng mở rộng, rủi ro liên quan đến bảo mật dữ liệu và hành vi thiếu đạo đức trong lĩnh vực CNTT cũng gia tăng. Những vi phạm như đánh cắp dữ liệu cá nhân, tấn công mạng, sử dụng AI cho mục đích sai trái hay vi phạm quyền sở hữu trí tuệ đang trở thành những vấn đề đáng lo ngại [9]. Để giải quyết những thách thức này, cần có một hệ thống giải pháp đồng bộ, bao gồm

xây dựng các quy định pháp lý chặt chẽ, nâng cao nhận thức cộng đồng và phát triển công nghệ bảo mật tiên tiến.

Việc phát triển bảo mật dữ liệu trong CNTT không chỉ là trách nhiệm của các chuyên gia và doanh nghiệp mà còn đòi hỏi sự chung tay của chính phủ và toàn thể cộng đồng. Chính phủ cần đóng vai trò dẫn dắt trong việc ban hành luật lệ, đồng thời giám sát việc thực thi các chính sách liên quan đến bảo vệ dữ liệu. Các doanh nghiệp công nghệ phải có trách nhiệm áp dụng các tiêu chuẩn an toàn thông tin và xây dựng văn hóa số trong nội bộ tổ chức. Ngoài ra, người dùng cũng cần nâng cao nhận thức về quyền riêng tư và chủ động thực hiện các biện pháp bảo vệ dữ liệu cá nhân.



Trong tương lai, khi công nghệ tiếp tục tiến hóa với sự phát triển mạnh mẽ của AI, blockchain và điện toán đám mây, việc đảm bảo rằng quyền riêng tư và lợi ích của con người luôn được đặt lên hàng đầu là điều kiện tiên quyết để phát triển bền vững [2]. Một thế giới công nghệ bền vững không chỉ bảo vệ thông tin cá nhân mà còn thúc đẩy các giá trị nhân văn, góp phần xây dựng một xã hội số công bằng, minh bạch và đáng tin cậy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Nguyễn Thanh Hà, *Giải pháp bảo vệ dữ liệu CNTT tại các trường đại*

học, Đại học Quốc gia Hà Nội, 2021.
[2] Lê Hoàng Nam, *An ninh mạng và bảo vệ dữ liệu*, Khoa học, 2022.
[3] Nguyễn Văn Việt, *Bảo mật trong môi trường số*, Khoa học và Kỹ thuật, 2023.
[4] Nguyễn Văn Hùng, *An toàn thông tin*, Thông tin và Truyền thông, 2021.
[5] Cục An toàn thông tin, *Hướng dẫn sử dụng an toàn các phần mềm - công cụ dạy - học trực tuyến*, Cục An toàn thông tin - Bộ Thông tin và Truyền Thông, 2021.
[6] Phạm Thu Trang, *Quản lý quyền truy cập hiệu quả*, Công ty cổ phần Tin học MiMi, 2022
[7] Trần Trung Hiếu, *Hướng dẫn cài đặt Active Directory Domain Services trên Windows Server 2022*, Master Learning Hub, 2022.
[8] Đỗ Thị Bắc, *Mã hóa tốc độ cao và Ứng dụng*, Đại học Thái Nguyên, 2024.
[9] Nguyễn Văn Hòa, *Sử dụng phần mềm mã hóa VeraCrypt và BitLocker để bảo vệ dữ liệu trên máy tính cá nhân*, Thông tin và Truyền thông, 2023.
[10] Nguyễn Minh Tuấn, *Sao lưu và phục hồi dữ liệu*, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP.HCM, 2021.
[11] Nguyễn Thị Lê Quỳên, *An ninh hệ thống*, Tài nguyên số Thư viện Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật - Đại học Đà Nẵng, 2019.
[12] Cape Town, *Database Security - Chapter 12*, Database Security, 2019.
[13] Michael E. Whitman Herbert J. Mattord, *Principles of Information Security*, Cengage Learning, 2021.
[14] National Institute of Standards and Technology (NIST), *Cybersecurity Framework*, NIST Cybersecurity Framework, 2018.
[15] US Department of Defense, *Cybersecurity Resource and Reference Guide*, Cybersecurity Resource Guide, 2020.
[16] William Stallings, *Network Security Essentials: Applications and Standards*, Pearson Education, 2017.

Thông tin về tác giả

	<p>Bùi Quốc Việt:</p> <ul style="list-style-type: none">- Quá trình đào tạo và nghiên cứu: tốt nghiệp Kỹ sư Công nghệ thông tin năm 2001, hoàn thành Thạc sĩ năm 2010 tại Đại học Dalarna, Thụy Điển. Các lĩnh vực nghiên cứu bao gồm: công nghệ thông tin, đồ họa, âm thanh, video, mã nguồn mở, quản lý, giáo dục và quản trị.- Công việc hiện tại: đảm nhiệm vị trí Trưởng khoa Đại cương -Y Sinh tại Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh.- Lĩnh vực quan tâm: công nghệ thông tin, đồ họa, âm thanh, video, mã nguồn mở, quản lý, giáo dục và quản trị.- Điện thoại: 0913191957.
	<p>Lê Thị Thuý:</p> <ul style="list-style-type: none">- Quá trình học tập và nghiên cứu: Năm 2010, tốt nghiệp Cử nhân Sư phạm Tin học tại Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh. Năm 2021, hoàn thành chương trình Thạc sĩ chuyên ngành Công nghệ Thông tin tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành.- Công việc hiện tại: giảng viên tại Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh.- Lĩnh vực quan tâm: ứng dụng công nghệ thông tin trong giảng dạy và học tập, cùng với nghiên cứu các phương pháp giảng dạy hiệu quả ở bậc đại học.- Điện thoại: 0972636117.

CHIẾN LƯỢC QUẢN TRỊ KHỦNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG TRONG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

CRISIS COMMUNICATION MANAGEMENT STRATEGIES IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Hoàng Bá Đại Nghĩa¹, Nguyễn Vũ Huy Hoàng²

¹Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng

²Trường Cao đẳng FPT Polytechnic cơ sở Đồng Nai

Hoang Ba Dai Nghia¹, Nguyen Vu Huy Hoang

¹ University of Technology and Education, The University of Danang ; Email hbdnghia@ute.udn.vn

² FPT Polytechnic College Dong Nai Campus; Email hoangnv3@fe.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Vu Huy Hoang (email: hoangnv3@fe.edu.vn)

Tóm tắt - Bài báo này phân tích chiến lược quản trị khủng hoảng truyền thông trong lĩnh vực giáo dục đại học. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt và sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông số, các cơ sở giáo dục đại học đang đối mặt với nhiều thách thức liên quan đến xây dựng hình ảnh, quản lý danh tiếng và ứng phó với khủng hoảng. Bài viết tổng hợp các mô hình quản trị khủng hoảng truyền thông hiệu quả, phân tích các loại hình khủng hoảng thường gặp và đề xuất quy trình quản trị khủng hoảng toàn diện. Qua phân tích tổng hợp, bài viết đề xuất các trường đại học cần xây dựng chiến lược truyền thông bài bản dựa trên định vị thương hiệu rõ ràng, thiết lập hệ thống cảnh báo sớm và phát triển kế hoạch ứng phó khủng hoảng linh hoạt. Đồng thời, việc duy trì tính minh bạch, xây dựng mối quan hệ bền vững với các bên liên quan và tích hợp quản trị khủng hoảng với chiến lược phát triển tổng thể là những yếu tố quan trọng trong quản trị truyền thông giáo dục đại học.

Từ khóa - Quản trị khủng hoảng truyền thông; danh tiếng trường đại học; truyền thông chiến lược; truyền thông giáo dục đại học; quản lý rủi ro truyền thông.

Abstract - This paper analyzes crisis communication management strategies in higher education. In the context of increasing competition and the robust development of digital media, higher education institutions face numerous challenges related to image building, reputation management, and crisis response. The research synthesizes effective crisis communication management models in higher education, analyzes common types of crises, and proposes a comprehensive crisis management process. Through synthesis analysis, the paper suggests that universities need to develop systematic communication strategies based on clear brand positioning, establish early warning systems, and develop flexible crisis response plans. Simultaneously, maintaining transparency, building sustainable relationships with stakeholders, and integrating crisis management with overall development strategies are important factors in higher education communication management.

Keywords - Crisis communication management; university reputation; strategic communication; higher education communication; communication risk management.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và số hóa, các cơ sở giáo dục đại học đang đối mặt với môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Theo thống kê của Bộ Giáo dục và Đào tạo [3], tại Việt Nam hiện có 243 cơ sở giáo dục đại học, tạo ra áp lực cạnh tranh lớn trong việc thu hút sinh viên, nguồn lực tài chính và nhân tài. Đồng thời, sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội và truyền thông số đã làm thay đổi căn bản cách thức các tổ chức giao tiếp với công chúng, đòi hỏi các trường đại học phải có chiến lược truyền thông chuyên nghiệp và hiệu quả hơn [7].

Bên cạnh đó, các cơ sở giáo dục đại học cũng đứng trước nguy cơ cao về khủng hoảng truyền thông. Nghiên cứu [9] chỉ ra rằng lĩnh vực giáo dục đại học đặc biệt nhạy cảm với các sự cố truyền thông do tính chất phức tạp của hoạt động, sự tham gia của nhiều bên liên quan và kỳ vọng cao từ xã hội. Các khủng hoảng như bê bối học thuật, các vấn đề liên quan đến an toàn trong môi trường đại học (campus), tranh cãi về chất lượng đào tạo, hay các sự cố trên mạng xã hội đều có thể gây tổn hại nghiêm trọng đến danh tiếng dài hạn của một trường đại học.

Tại Việt Nam, mặc dù nhiều trường đại học đã bắt đầu chú trọng đến công tác truyền thông, nhưng vẫn còn thiếu một cách tiếp cận hệ thống và chiến lược để quản trị truyền thông và đặc biệt là quản trị khủng hoảng. Đặng Thị Việt Hòa và cộng sự [11] chỉ ra rằng nhiều trường còn lúng túng khi đối mặt với các tình huống khủng hoảng, dẫn đến những phản ứng không phù hợp và làm trầm trọng thêm vấn đề.

Do đó, nghiên cứu về chiến lược quản trị khủng hoảng truyền thông trong giáo dục đại học không chỉ mang tính cấp thiết mà còn có ý nghĩa thực tiễn sâu sắc. Bài báo này nhằm mục đích phân tích các mô hình quản trị khủng hoảng truyền thông hiệu quả, xác định các loại hình khủng hoảng thường gặp và đề xuất quy trình quản trị khủng hoảng toàn diện phù hợp với bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam.

2. Tổng quan về quản trị khủng hoảng truyền thông trong giáo dục đại học

2.1. Vai trò và đặc điểm của truyền thông trong giáo dục đại học

Truyền thông trong giáo dục đại học được định nghĩa là "nỗ lực có kế hoạch và liên tục nhằm thiết lập và duy trì

thiện chí và hiểu biết lẫn nhau giữa một tổ chức giáo dục và các đối tượng công chúng của tổ chức đó" [18], [25]. Khác với marketing thuần túy, truyền thông trong giáo dục đại học không chỉ tập trung vào việc thu hút sinh viên mà còn hướng đến việc xây dựng và quản lý danh tiếng tổng thể của tổ chức.

Theo nghiên cứu của Wilcox và Cameron [35], truyền thông trong giáo dục đại học có các đặc điểm riêng biệt sau:

- Thứ nhất, đa dạng các nhóm công chúng: bao gồm sinh viên, phụ huynh, giảng viên, nhà tuyển dụng, cựu sinh viên, chính phủ và cộng đồng. Mỗi nhóm có nhu cầu thông tin và kỳ vọng khác nhau;

- Thứ hai, tính phức tạp của thông điệp: cân bằng giữa các giá trị học thuật, kết quả nghiên cứu và tính thực tiễn của giáo dục. Thông điệp cần đảm bảo tính chính xác học thuật nhưng vẫn phải dễ hiểu với nhiều đối tượng;

- Thứ ba, đặc thù về tổ chức: cấu trúc quản trị phức tạp với nhiều bên tham gia vào quá trình ra quyết định, yêu cầu sự phối hợp giữa nhiều phòng ban;

- Thứ tư, tính nhạy cảm cao: liên quan đến các vấn đề giáo dục, nghiên cứu khoa học và phát triển nguồn nhân lực quốc gia, do đó bất kỳ vấn đề nào cũng dễ nhận được sự quan tâm của dư luận.

Vai trò của truyền thông trong giáo dục đại học ngày càng quan trọng trong bối cảnh hiện nay. Nghiên cứu của Chapleo và O'Sullivan [6] đã chỉ ra ba vai trò chính của truyền thông trong các trường đại học:

1. Xây dựng và quản lý danh tiếng: truyền thông giúp định vị thương hiệu, nâng cao uy tín và quản lý nhận thức của các bên liên quan về trường đại học;

2. Tạo dựng quan hệ với các bên liên quan: truyền thông tạo điều kiện cho việc xây dựng mối quan hệ tích cực và bền vững với sinh viên, giảng viên, đối tác và cộng đồng;

3. Hỗ trợ các mục tiêu chiến lược của tổ chức: truyền thông hỗ trợ việc đạt được các mục tiêu về tuyển sinh, phát triển nguồn lực và nâng cao vị thế của trường.

2.2. Khái niệm và đặc điểm của khủng hoảng truyền thông trong giáo dục đại học

Khủng hoảng truyền thông trong giáo dục đại học được định nghĩa là "một sự kiện không dự đoán trước có khả năng gây nguy hại đến danh tiếng, hình ảnh và hoạt động của một cơ sở giáo dục đại học" [9]. Theo Benoit [2], khủng hoảng truyền thông thường xuất hiện khi có sự chú ý tiêu cực từ truyền thông, công chúng hoặc các bên liên quan về một vấn đề liên quan đến hoạt động của trường đại học.

Khủng hoảng truyền thông trong giáo dục đại học có những đặc điểm sau:

- Thứ nhất, tính bất ngờ: khủng hoảng thường xuất hiện đột ngột và khó dự đoán, dù có thể có những dấu hiệu cảnh báo sớm nếu được quan sát cẩn thận;

- Thứ hai, tính cấp bách: đòi hỏi phản ứng nhanh chóng trong khoảng thời gian rất ngắn, thường là trong vòng giờ đầu tiên sau khi khủng hoảng xảy ra;

- Thứ ba, tính đe dọa: có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến danh tiếng và hoạt động của tổ chức trong cả ngắn hạn và dài hạn;

- Thứ tư, tính lan tỏa: với sự phát triển của truyền thông số, khủng hoảng dễ dàng lan truyền rộng rãi trên các nền tảng truyền thông trong thời gian rất ngắn;

- Thứ năm, tính phức tạp: liên quan đến nhiều bên và khó kiểm soát, đặc biệt trong môi trường giáo dục đại học với nhiều đối tượng công chúng.

Nghiên cứu của Zdziarski và cộng sự [36] về khủng hoảng trong giáo dục đại học đã chỉ ra rằng các trường đại học đặc biệt dễ bị tổn thương trước các cuộc khủng hoảng vì tính chất mở của môi trường campus, sự hiện diện của nhiều đối tượng khác nhau (sinh viên, giảng viên, nhân viên, khách) và sự chú ý cao từ công chúng đối với các vấn đề liên quan đến giáo dục.

Tại Việt Nam, Đặng Thị Việt Hòa và cộng sự [11] cũng chỉ ra rằng đặc điểm của khủng hoảng truyền thông trong môi trường đại học còn chịu ảnh hưởng bởi bối cảnh văn hóa và xã hội cụ thể, như việc tôn trọng các giá trị giáo dục truyền thống và kỳ vọng cao của xã hội với các cơ sở giáo dục.

3. Các yếu tố nền tảng trong quản trị khủng hoảng truyền thông đại học

Quản trị khủng hoảng truyền thông trong giáo dục đại học cần được xây dựng trên các yếu tố nền tảng vững chắc để đảm bảo hiệu quả khi khủng hoảng xảy ra. Phần này phân tích bốn yếu tố nền tảng quan trọng, đồng thời làm rõ mối quan hệ giữa chiến lược truyền thông và quản trị khủng hoảng - coi quản trị khủng hoảng là một phần không thể tách rời của chiến lược truyền thông tổng thể.

3.1. Xây dựng định vị thương hiệu rõ ràng

Một trong những nền tảng quan trọng nhất của quản trị khủng hoảng truyền thông hiệu quả là việc xây dựng định vị thương hiệu rõ ràng. Nghiên cứu của Hemsley-Brown và Oplatka [16] đã chỉ ra rằng các trường đại học cần xác định và truyền thông một cách nhất quán về điểm khác biệt và giá trị cốt lõi của mình để tạo nền tảng vững chắc cho việc quản lý danh tiếng khi khủng hoảng xảy ra.

Chapleo [5] xác định ba yếu tố quan trọng trong việc xây dựng định vị thương hiệu đại học hiệu quả để hỗ trợ quản trị khủng hoảng:

1. Tính xác thực: phải dựa trên các điểm mạnh và giá trị thực sự của trường, giúp xây dựng niềm tin từ các bên liên quan và tạo vốn thiện chí khi khủng hoảng xảy ra;

2. Tính khác biệt: phải tạo ra sự phân biệt rõ ràng với các trường đại học khác, giúp khẳng định vị thế riêng biệt và tạo sự gắn kết từ công chúng mục tiêu;

3. Tính liên quan: phải có ý nghĩa và giá trị đối với các bên liên quan, đảm bảo rằng thông điệp truyền thông trong khủng hoảng được tiếp nhận một cách tích cực.

Theo nghiên cứu của Phạm Thị Huệ [26] về thương hiệu các trường đại học Việt Nam, việc xây dựng định vị thương hiệu rõ ràng không chỉ giúp thu hút sinh viên mà còn tạo ra "bộ đệm" để bảo vệ danh tiếng khi xảy ra các sự cố truyền thông. Trường đại học có định vị thương hiệu

manh sẽ dễ dàng vượt qua khủng hoảng hơn nhờ vào sự tin tưởng và ủng hộ của các bên liên quan.

3.2. *Phát triển chiến lược nội dung đa nền tảng*

Trong thời đại số, chiến lược nội dung đóng vai trò then chốt trong quản trị khủng hoảng truyền thông giáo dục đại học. Theo nghiên cứu của Ashley và Tuten [1], các trường đại học cần phát triển nội dung có giá trị, hấp dẫn và phù hợp với từng nền tảng truyền thông để sẵn sàng đối phó với khủng hoảng.

Constantinides và Stagno [7] đề xuất mô hình PESO (Paid, Earned, Shared, Owned) cho chiến lược nội dung của các trường đại học trong quản trị khủng hoảng:

- Thứ nhất, Paid Media (Truyền thông trả phí): bao gồm quảng cáo trên báo chí, truyền hình, digital marketing. Trong khủng hoảng, kênh này giúp kiểm soát thông điệp và định hướng nhận thức;

- Thứ hai, Earned Media (Truyền thông kiếm được): là những bài viết, chia sẻ từ báo chí và truyền thông về trường. Trong khủng hoảng, mối quan hệ tốt với báo chí sẽ giúp truyền tải thông điệp chính xác;

- Thứ ba, Shared Media (Truyền thông chia sẻ): bao gồm nội dung trên mạng xã hội, diễn đàn. Đây là kênh quan trọng để theo dõi và phản ứng nhanh với khủng hoảng;

- Thứ tư, Owned Media (Truyền thông sở hữu): gồm website, blog, ấn phẩm của trường. Đây là kênh chính thức để trường kiểm soát hoàn toàn thông điệp trong khủng hoảng.

Nguyễn Thị Thanh Huyền trong nghiên cứu [22] về chiến lược truyền thông số của các trường đại học Việt Nam cho rằng, chiến lược nội dung đa nền tảng không chỉ giúp xây dựng hình ảnh trong thời bình mà còn là công cụ quan trọng để ứng phó với khủng hoảng. Tác giả phân tích rằng các trường đại học cần xây dựng "ngân hàng nội dung" sẵn sàng cho các tình huống khủng hoảng, với thông điệp được chuẩn bị cho từng kênh truyền thông và từng nhóm đối tượng.

3.3. *Xây dựng mối quan hệ với các bên liên quan*

Quản trị khủng hoảng truyền thông hiệu quả trong giáo dục đại học đòi hỏi việc xây dựng mối quan hệ bền vững với nhiều bên liên quan khác nhau. Nghiên cứu của Hon và Grunig [17] chỉ ra rằng chất lượng mối quan hệ giữa tổ chức và công chúng là yếu tố quyết định hiệu quả của việc quản trị khủng hoảng.

Theo Brønn và Brønn [4], các trường đại học cần xây dựng chiến lược quan hệ riêng biệt cho các nhóm công chúng khác nhau để tạo nền tảng cho quản trị khủng hoảng:

- Thứ nhất, đối với sinh viên và phụ huynh: cần tập trung xây dựng mối quan hệ dựa trên trải nghiệm học tập và giá trị giáo dục, tạo kênh liên lạc hai chiều để có thể truyền thông nhanh chóng và hiệu quả khi khủng hoảng xảy ra;

- Thứ hai, đối với giảng viên và nhân viên: cần xây dựng văn hóa tổ chức và gắn kết nội bộ, đảm bảo họ trở thành "đại sứ thương hiệu" và hỗ trợ trường trong các tình huống khủng hoảng;

- Thứ ba, đối với cựu sinh viên: cần duy trì kết nối và phát triển mạng lưới hỗ trợ, họ có thể trở thành nguồn lực

quan trọng bảo vệ danh tiếng của trường khi xảy ra khủng hoảng.

- Thứ tư, đối với doanh nghiệp và nhà tuyển dụng: cần tăng cường hợp tác trong đào tạo và nghiên cứu, tạo mối quan hệ đối tác chiến lược có thể hỗ trợ trường trong các tình huống khủng hoảng;

- Thứ năm, đối với cộng đồng địa phương: cần thể hiện trách nhiệm xã hội và đóng góp cho cộng đồng, xây dựng thiện cảm để được ủng hộ khi khủng hoảng xảy ra.

Trần Thị Phương Thảo và Đặng Thị Thúy Hằng [30] trong nghiên cứu về quản lý mối quan hệ công chúng của các trường đại học Việt Nam nhấn mạnh rằng, trong bối cảnh cạnh tranh hiện nay, việc xây dựng mối quan hệ với các bên liên quan không chỉ là hoạt động thường xuyên mà còn là biện pháp phòng ngừa khủng hoảng hiệu quả. Các tác giả chỉ ra rằng nhiều khủng hoảng truyền thông của các trường đại học Việt Nam được giảm thiểu nhờ vào mối quan hệ tốt đẹp đã được xây dựng từ trước với sinh viên, cựu sinh viên và đối tác.

3.4. *Tích hợp truyền thông với chiến lược phát triển tổng thể*

Quản trị khủng hoảng truyền thông không nên là hoạt động riêng biệt mà cần được tích hợp với chiến lược phát triển tổng thể của trường đại học. Nghiên cứu của Wæraas và Solbakk [34] chỉ ra rằng các hoạt động quản trị khủng hoảng hiệu quả phải phản ánh đúng tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi của tổ chức.

Gruning và Hunt [14] đề xuất mô hình "Truyền thông chiến lược" (Strategic Communication) trong đó quản trị khủng hoảng truyền thông được tích hợp vào quá trình lập kế hoạch chiến lược của tổ chức và đóng vai trò quan trọng trong việc đạt được các mục tiêu tổng thể. Mô hình này nhấn mạnh mối quan hệ giữa chiến lược phát triển và quản trị khủng hoảng thông qua:

1. Sự phù hợp chiến lược (Strategic Alignment): đảm bảo các kế hoạch quản trị khủng hoảng phải phù hợp với chiến lược phát triển tổng thể của trường;

2. Trách nhiệm chia sẻ (Shared Responsibility): xác định quản trị khủng hoảng là trách nhiệm của toàn bộ tổ chức, không chỉ của bộ phận truyền thông;

3. Lồng ghép trong quy trình (Process Integration): tích hợp quản trị khủng hoảng vào các quy trình ra quyết định và hoạt động thường ngày;

4. Phân bổ nguồn lực (Resource Allocation): đảm bảo nguồn lực đầy đủ cho việc chuẩn bị và ứng phó với khủng hoảng.

Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh giáo dục đại học, nơi quản trị khủng hoảng không chỉ là công cụ ứng phó mà còn là yếu tố then chốt trong việc xây dựng danh tiếng học thuật, thu hút nhân tài và đảm bảo sự phát triển bền vững của tổ chức.

4. Các loại hình khủng hoảng truyền thông trong giáo dục đại học

Phần này phân tích các loại hình khủng hoảng truyền thông thường gặp trong môi trường giáo dục đại học, với việc tích hợp các ví dụ từ thực tiễn Việt Nam để làm rõ bối

cảnh cụ thể và đặc thù của vấn đề.

4.1. Khủng hoảng liên quan đến chất lượng đào tạo và học thuật

Một trong những loại khủng hoảng nghiêm trọng nhất đối với các trường đại học là những vấn đề liên quan đến chất lượng đào tạo và tính liêm chính học thuật. Theo nghiên cứu của Macfarlane và cộng sự [20], các khủng hoảng này thường bao gồm:

- Thứ nhất, bối cảnh gian lận học thuật: đạo văn, gian lận trong nghiên cứu, mua bán bằng cấp và các hành vi vi phạm đạo đức học thuật khác. Những vấn đề này trực tiếp tấn công vào giá trị cốt lõi và uy tín học thuật của cơ sở giáo dục;
- Thứ hai, tranh cãi về chất lượng đào tạo: bao gồm phản ánh về chương trình học lỗi thời, giảng viên thiếu trình độ, cơ sở vật chất không đáp ứng hoặc thực tế không đúng với quảng cáo tuyển sinh;
- Thứ ba, vấn đề liên quan đến kiểm định và xếp hạng: như việc mất kiểm định, tụt hạng nghiêm trọng hoặc không đạt các tiêu chuẩn đảm bảo chất lượng quốc gia và quốc tế;
- Thứ tư, tỷ lệ sinh viên thất nghiệp cao: khi sinh viên tốt nghiệp không đáp ứng nhu cầu thị trường lao động, gây ra nghi ngờ về tính thực tiễn và hiệu quả của chương trình đào tạo.

Những khủng hoảng này đặc biệt nguy hiểm vì chúng tấn công trực tiếp vào lý do tồn tại của cơ sở giáo dục. Theo Vũ Hoàng Linh và Phạm Thị Ly [32], trong bối cảnh Việt Nam, các vấn đề về chất lượng đào tạo càng trở nên nghiêm trọng hơn do kỳ vọng xã hội cao đối với giáo dục đại học, cũng như xu hướng cạnh tranh gay gắt trong tuyển sinh. Các tác giả phân tích một số trường hợp khủng hoảng tại các trường đại học Việt Nam liên quan đến việc quảng cáo quá mức về tỷ lệ việc làm của sinh viên sau tốt nghiệp hoặc tranh cãi về chất lượng chương trình liên kết quốc tế.

4.2. Khủng hoảng liên quan đến hành vi của sinh viên, giảng viên và nhân viên

Hành vi của các thành viên trong cộng đồng trường đại học cũng là nguồn gốc phổ biến của khủng hoảng truyền thông. Theo Coombs và Holladay [10], các khủng hoảng này thường bao gồm:

- Thứ nhất, hành vi sai trái của giảng viên: như quấy rối tình dục, phân biệt đối xử, lạm dụng quyền lực hoặc các hành vi vi phạm đạo đức nghề nghiệp;
- Thứ hai, hành vi tiêu cực của sinh viên: bao gồm bạo lực, phân biệt chủng tộc, gây rối trật tự, sử dụng chất cấm hoặc các hoạt động vi phạm pháp luật khác;
- Thứ ba, vấn đề về quản lý: như tham nhũng, thiếu minh bạch trong tuyển sinh hoặc tài chính, lạm dụng ngân sách hoặc các vi phạm trong quản trị đại học;
- Thứ tư, xung đột nội bộ: bao gồm tranh chấp giữa các bộ phận, đình công, biểu tình hoặc mâu thuẫn giữa các nhóm lợi ích trong trường.

Các khủng hoảng này thường nhận được sự chú ý cao từ truyền thông và có thể lan truyền nhanh chóng trên mạng xã hội. Tại Việt Nam, theo nghiên cứu của Đinh Thị Thúy Hằng [12], các khủng hoảng liên quan đến hành vi cá nhân

trong môi trường đại học thường trở nên phức tạp hơn do yếu tố văn hóa và kỳ vọng xã hội. Tác giả phân tích một số trường hợp khủng hoảng truyền thông tại các trường đại học Việt Nam liên quan đến tranh cãi về đạo đức và trách nhiệm của giảng viên, cũng như các vụ việc liên quan đến hành vi không phù hợp của sinh viên trên mạng xã hội đã ảnh hưởng đến danh tiếng của nhà trường.

Nguyễn Thị Phương Thảo [21] cũng chỉ ra rằng, trong bối cảnh mạng xã hội phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam, các hành vi cá nhân dù nhỏ cũng có thể nhanh chóng trở thành vấn đề khủng hoảng truyền thông lớn cho cả trường đại học, đòi hỏi các cơ sở giáo dục phải có chiến lược quản lý khủng hoảng chủ động và toàn diện.

4.3. Khủng hoảng liên quan đến an toàn campus

An toàn campus là vấn đề quan trọng đối với mọi cơ sở giáo dục đại học. Zdziarski và cộng sự [36] đã xác định các loại khủng hoảng an toàn phổ biến trong môi trường đại học:

- Thứ nhất, thảm họa tự nhiên: như bão, lũ lụt, động đất ảnh hưởng đến cơ sở vật chất của trường, đe dọa đến sự an toàn của sinh viên và nhân viên;
- Thứ hai, sự cố bạo lực: bao gồm các tình huống xả súng, tấn công, bạo lực học đường hoặc các hành vi bạo lực khác trong khuôn viên trường;
- Thứ ba, tai nạn nghiêm trọng: như hỏa hoạn, sập đổ công trình, tai nạn trong phòng thí nghiệm hoặc các sự cố liên quan đến cơ sở hạ tầng;
- Thứ tư, vấn đề y tế công cộng: bao gồm dịch bệnh, ngộ độc thực phẩm, ô nhiễm môi trường hoặc các mối đe dọa sức khỏe khác.

Các trường đại học cần có kế hoạch ứng phó với những tình huống này không chỉ về mặt vận hành mà còn về mặt truyền thông. Theo Trần Quang Huy [29], trong bối cảnh Việt Nam, các khủng hoảng liên quan đến an toàn campus đặc biệt nhạy cảm do mối quan tâm lớn của phụ huynh đối với sự an toàn của con em họ. Tác giả phân tích một số trường hợp khủng hoảng truyền thông liên quan đến vấn đề an toàn tại các trường đại học Việt Nam, bao gồm các sự cố về vệ sinh an toàn thực phẩm trong ký túc xá, các vấn đề liên quan đến sức khỏe sinh viên và đặc biệt là ứng phó với đại dịch Covid-19.

Đặng Thị Việt Hòa và cộng sự [11] nhấn mạnh rằng, trong thời kỳ hậu đại dịch, các trường đại học Việt Nam đã nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc quản trị khủng hoảng liên quan đến an toàn campus. Các tác giả cho rằng những trường đại học đã có kế hoạch truyền thông khủng hoảng rõ ràng về các vấn đề an toàn đã thành công hơn trong việc duy trì niềm tin từ sinh viên và phụ huynh, cũng như giảm thiểu các tác động tiêu cực đến hoạt động của trường.

4.4. Khủng hoảng trên không gian số và mạng xã hội

Với sự phát triển của công nghệ số, các trường đại học ngày càng phải đối mặt với những loại hình khủng hoảng mới trên không gian số. Theo nghiên cứu của Roshan và cộng sự [28], các khủng hoảng này bao gồm:

- Thứ nhất, khủng hoảng lan truyền trên mạng xã hội:

khi thông tin tiêu cực, đúng hoặc sai, lan truyền nhanh chóng trên các nền tảng mạng xã hội, tạo ra áp lực truyền thông lớn cho trường đại học;

- Thứ hai, rò rỉ thông tin: bao gồm lộ dữ liệu cá nhân của sinh viên, giảng viên hoặc thông tin nội bộ nhạy cảm của trường, gây tổn hại đến uy tín và niềm tin;

- Thứ ba, tấn công mạng: như hack website, tấn công DDoS, mã độc tống tiền (ransomware) hoặc các hình thức tấn công mạng khác, gây gián đoạn hoạt động và làm lộ thông tin;

- Thứ tư, thông tin sai lệch: bao gồm tin giả, thông tin bịa đặt về trường đại học hoặc xuyên tạc các chính sách, quyết định của trường.

Đặc điểm của các khủng hoảng này là tốc độ lan truyền nhanh, khó kiểm soát và có thể xuất phát từ nhiều nguồn khác nhau. Theo Nguyễn Thị Thu Hương và Lê Quốc Thái [23], trong bối cảnh Việt Nam, mạng xã hội đã trở thành "mặt trận" chính trong các cuộc khủng hoảng truyền thông của các trường đại học. Các tác giả phân tích rằng sự phổ biến của Facebook, TikTok và các nền tảng mạng xã hội khác tại Việt Nam đã làm cho các khủng hoảng truyền thông lan truyền nhanh chóng và khó kiểm soát hơn.

5. Quy trình quản trị khủng hoảng truyền thông cho các trường đại học

5.1. Giai đoạn trước khủng hoảng: Dự báo và chuẩn bị

Quản trị khủng hoảng hiệu quả bắt đầu từ trước khi khủng hoảng xảy ra. Theo mô hình của Coombs và Holladay [9], giai đoạn trước khủng hoảng bao gồm các hoạt động quan trọng sau:

Xác định các khủng hoảng tiềm ẩn: Fink [13] đề xuất phương pháp "Audit khủng hoảng" (Crisis Audit) để xác định các rủi ro truyền thông mà trường đại học có thể gặp phải. Quy trình này bao gồm:

- Thứ nhất, liệt kê tất cả các khủng hoảng có thể xảy ra dựa trên lịch sử của tổ chức và ngành giáo dục đại học;

- Thứ hai, đánh giá khả năng xảy ra và mức độ tác động của từng loại khủng hoảng;

- Thứ ba, ưu tiên các khủng hoảng có nguy cơ cao và tác động lớn để tập trung nguồn lực phòng ngừa.

Thiết lập hệ thống cảnh báo sớm: Theo Ulmer và cộng sự [31], các trường đại học cần xây dựng hệ thống giám sát để phát hiện sớm các dấu hiệu khủng hoảng thông qua:

- Thứ nhất, giám sát truyền thông và mạng xã hội để theo dõi các đề cập đến trường đại học;

- Thứ hai, thiết lập kênh báo cáo nội bộ để nhân viên và sinh viên có thể báo cáo các vấn đề tiềm ẩn;

- Thứ ba, phân tích dữ liệu và xu hướng dư luận để nhận diện các mối đe dọa truyền thông tiềm tàng.

Xây dựng kế hoạch quản lý khủng hoảng: Mô hình của Heath [15] đề xuất kế hoạch quản lý khủng hoảng toàn diện bao gồm:

- Thứ nhất, thành lập đội ngũ quản lý khủng hoảng với thành viên từ các phòng ban khác nhau;

- Thứ hai, phân công trách nhiệm rõ ràng và xây dựng quy trình ra quyết định nhanh chóng;

- Thứ ba, xây dựng quy trình ứng phó chi tiết cho từng loại khủng hoảng đã xác định;

- Thứ tư, chuẩn bị các thông điệp mẫu và xác định kênh truyền thông phù hợp cho từng tình huống;

- Thứ năm, thực hiện đào tạo và diễn tập ứng phó khủng hoảng thường xuyên để đảm bảo sự sẵn sàng.

Tại Việt Nam, theo nghiên cứu của Vũ Phương Thảo [34], các trường đại học đang dần nhận thức được tầm quan trọng của việc chuẩn bị trước khủng hoảng, nhưng nhiều trường vẫn thiếu kế hoạch toàn diện. Tác giả chỉ ra rằng chỉ khoảng 30% các trường đại học được khảo sát có kế hoạch quản trị khủng hoảng bài bản và chỉ 15% thực hiện các hoạt động diễn tập thường xuyên.

5.2. Giai đoạn trong khủng hoảng: Ứng phó và quản lý

Khi khủng hoảng xảy ra, cách thức ứng phó của trường đại học sẽ có tác động quyết định đến mức độ thiệt hại và khả năng phục hồi. Coombs [8] đề xuất quy trình ứng phó gồm các bước sau:

Đánh giá khủng hoảng:

- Thứ nhất, xác định bản chất và mức độ nghiêm trọng của khủng hoảng dựa trên thông tin khách quan;

- Thứ hai, đánh giá tác động tiềm tàng đến các bên liên quan, bao gồm sinh viên, giảng viên, nhân viên và cộng đồng;

- Thứ ba, xác định thông tin cần thiết và nguồn thông tin đáng tin cậy để ra quyết định phù hợp.

Kích hoạt đội ngũ quản lý khủng hoảng:

- Thứ nhất, triệu tập đội ngũ quản lý khủng hoảng theo quy trình đã thiết lập trước;

- Thứ hai, phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng thành viên dựa trên vai trò đã xác định;

- Thứ ba, thiết lập trung tâm chỉ huy khủng hoảng với đầy đủ phương tiện liên lạc và nguồn lực cần thiết.

Chiến lược truyền thông khủng hoảng: Benoit [2] đề xuất các chiến lược truyền thông ứng phó khủng hoảng bao gồm:

1. Chiến lược phủ nhận: phủ nhận trách nhiệm hoặc đổ lỗi cho bên khác (chỉ áp dụng khi tổ chức thực sự không liên quan);

2. Chiến lược giảm thiểu: giải thích, biện minh hoặc đưa ra lý do để giảm nhẹ mức độ nghiêm trọng của vấn đề;

3. Chiến lược khắc phục: đề xuất giải pháp, cam kết sửa chữa sai lầm và ngăn chặn tái diễn;

4. Chiến lược nhận trách nhiệm: xin lỗi và chấp nhận trách nhiệm đối với khủng hoảng;

5. Chiến lược chuyển hướng: nhấn mạnh thành tựu tích cực trong quá khứ và các giá trị cốt lõi của tổ chức.

Lựa chọn chiến lược phù hợp phụ thuộc vào bản chất của khủng hoảng, mức độ trách nhiệm của tổ chức, và kỳ vọng của các bên liên quan. Nghiên cứu của Coombs và Holladay [9] chỉ ra rằng chiến lược nhận trách nhiệm và khắc phục thường mang lại hiệu quả tốt nhất trong bối cảnh giáo dục đại học, đặc biệt khi tổ chức có liên quan đến khủng hoảng.

Nguyên tắc truyền thông trong khủng hoảng: Ulmer và cộng sự [31] đề xuất các nguyên tắc truyền thông hiệu quả trong khủng hoảng:

- Thứ nhất, phản ứng nhanh chóng: cung cấp thông tin đầu tiên trong vòng một giờ nếu có thể để kiểm soát câu chuyện;

- Thứ hai, duy trì tính nhất quán: đảm bảo thông điệp thống nhất trên mọi kênh truyền thông và từ mọi nguồn phát ngôn;

- Thứ ba, minh bạch và trung thực: chia sẻ những gì đã biết, thừa nhận những gì chưa biết và tránh phỏng đoán;

- Thứ tư, thể hiện sự đồng cảm: thể hiện quan tâm đến những người bị ảnh hưởng và đặt lợi ích của họ lên hàng đầu;

- Thứ năm, tập trung vào hành động: ưu tiên thông tin về các biện pháp đang được thực hiện để giải quyết vấn đề;

- Thứ sáu, chọn người phát ngôn phù hợp: người có thẩm quyền, đáng tin cậy và có kỹ năng giao tiếp tốt.

Đặng Thị Việt Hòa và cộng sự [11] khi phân tích các trường hợp khủng hoảng truyền thông tại các trường đại học Việt Nam nhận thấy rằng nhiều trường còn chậm trong phản ứng ban đầu, dẫn đến việc mất kiểm soát thông tin. Các tác giả nhấn mạnh tầm quan trọng của tính kịp thời và sự chủ động trong ứng phó khủng hoảng, đặc biệt trong bối cảnh mạng xã hội phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam.

5.3. Giai đoạn sau khủng hoảng: Phục hồi và học hỏi

Quản trị khủng hoảng không kết thúc khi khủng hoảng đã qua đi. Giai đoạn sau khủng hoảng đóng vai trò quan trọng trong việc phục hồi danh tiếng và rút ra bài học kinh nghiệm.

Phục hồi danh tiếng: Benoit [2] đề xuất các chiến lược phục hồi danh tiếng bao gồm:

- Thứ nhất, chứng minh cam kết thay đổi thông qua hành động cụ thể, không chỉ bằng lời nói;

- Thứ hai, duy trì truyền thông nhất quán về các nỗ lực cải thiện và thay đổi tích cực;

- Thứ ba, xây dựng lại niềm tin thông qua minh bạch và trách nhiệm giải trình trong mọi hoạt động;

- Thứ tư, tái định vị thương hiệu tập trung vào các giá trị tích cực và bài học từ khủng hoảng.

Đánh giá quá trình quản lý khủng hoảng: Coombs [8] đề xuất quy trình đánh giá toàn diện:

- Thứ nhất, phân tích hiệu quả của các chiến lược ứng phó đã áp dụng trong quá trình khủng hoảng;

- Thứ hai, thu thập phản hồi từ các bên liên quan về cách thức tổ chức đã quản lý khủng hoảng;

- Thứ ba, đánh giá tác động của khủng hoảng đến danh tiếng và hoạt động của tổ chức;

- Thứ tư, xác định điểm mạnh và điểm yếu trong quá trình quản lý để cải thiện trong tương lai.

Cập nhật kế hoạch quản lý khủng hoảng: Fink [13] nhấn mạnh tầm quan trọng của việc học hỏi từ khủng hoảng:

- Thứ nhất, cập nhật danh sách khủng hoảng tiềm ẩn dựa trên kinh nghiệm mới;

- Thứ hai, điều chỉnh quy trình ứng phó dựa trên bài học từ thực tế khủng hoảng đã xảy ra;

- Thứ ba, tăng cường đào tạo cho đội ngũ quản lý khủng hoảng với trọng tâm vào các điểm yếu đã phát hiện;

- Thứ tư, đầu tư vào các biện pháp phòng ngừa khủng hoảng mới, đặc biệt là những loại khủng hoảng đã từng xảy ra.

Theo nghiên cứu của Phạm Quang Huy và Trần Thị Thanh Huyền [25] về quản trị khủng hoảng trong các trường đại học Việt Nam, giai đoạn sau khủng hoảng thường không được chú trọng đúng mức. Các tác giả chỉ ra rằng nhiều trường đại học coi khủng hoảng là "đã qua" khi không còn xuất hiện trên truyền thông, mà không thực hiện đánh giá toàn diện hoặc xây dựng các biện pháp phòng ngừa dài hạn.

6. Mô hình triển khai quản trị truyền thông và khủng hoảng cho các trường đại học Việt Nam

6.1. Thành lập bộ phận truyền thông và quản trị khủng hoảng chuyên nghiệp

Để quản trị truyền thông và khủng hoảng hiệu quả, các trường đại học Việt Nam cần thành lập bộ phận truyền thông chuyên nghiệp với cơ cấu phù hợp. Theo mô hình của Grunig và Hunt [14], bộ phận truyền thông trong trường đại học nên bao gồm:

- Thứ nhất, trưởng bộ phận truyền thông: người này cần tham gia vào quá trình ra quyết định chiến lược của trường và có quyền tiếp cận trực tiếp với lãnh đạo cấp cao;

- Thứ hai, chuyên viên nội dung: phát triển và quản lý nội dung trên các kênh truyền thông, đảm bảo tính nhất quán và chất lượng thông điệp;

- Thứ ba, chuyên viên quan hệ báo chí: xây dựng và duy trì mối quan hệ với truyền thông để có thể liên hệ nhanh chóng khi cần;

- Thứ tư, chuyên viên truyền thông số: quản lý các nền tảng truyền thông số và mạng xã hội, đảm bảo sự hiện diện trực tuyến hiệu quả của trường;

- Thứ năm, chuyên viên quản trị khủng hoảng: xây dựng và triển khai kế hoạch quản lý khủng hoảng, giám sát các rủi ro tiềm ẩn.

Đồng thời, cần thành lập Ủy ban Quản lý Khủng hoảng bao gồm:

- Lãnh đạo trường (Hiệu trưởng hoặc Phó Hiệu trưởng);

- Trưởng bộ phận truyền thông;

- Đại diện các phòng ban chức năng (đào tạo, nhân sự, tài chính);

- Chuyên gia pháp lý hoặc phụ trách Phòng Pháp chế;

- Đại diện sinh viên và giảng viên.

Theo nghiên cứu của Đặng Thị Việt Hòa và cộng sự [11], các trường đại học Việt Nam đang đối mặt với thách thức trong việc xây dựng bộ phận truyền thông chuyên nghiệp do hạn chế về ngân sách và nhân lực có chuyên môn. Các tác giả đề xuất mô hình phù hợp với bối cảnh Việt Nam, trong đó các trường có thể bắt đầu với một bộ phận nhỏ nhưng chuyên nghiệp, đồng thời tận dụng các

nguồn lực nội bộ như giảng viên và sinh viên ngành truyền thông.

Nguyễn Văn Dũng [24] cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc nâng cao vị thế của bộ phận truyền thông trong cơ cấu tổ chức của các trường đại học Việt Nam. Tác giả chỉ ra rằng bộ phận này cần được xem là một phần của bộ máy quản lý chiến lược, không chỉ đơn thuần là đơn vị hỗ trợ, để có thể thực hiện hiệu quả vai trò quản trị khủng hoảng.

6.2. Xây dựng kế hoạch quản trị khủng hoảng phù hợp với bối cảnh Việt Nam

Dựa trên nghiên cứu của Coombs [8] và phân tích bối cảnh Việt Nam của Đặng Thị Việt Hòa và cộng sự [11], các trường đại học Việt Nam cần xây dựng kế hoạch quản trị khủng hoảng phù hợp bao gồm:

Phân tích bối cảnh và rủi ro đặc thù:

- Thứ nhất, khủng hoảng liên quan đến chất lượng đào tạo và kiểm định: đặc biệt quan trọng trong bối cảnh cạnh tranh tuyển sinh gay gắt và yêu cầu ngày càng cao về chất lượng giáo dục;

- Thứ hai, khủng hoảng liên quan đến quy chế tuyển sinh và học phí: vấn đề nhạy cảm trong bối cảnh kinh tế - xã hội Việt Nam, dễ tạo ra phản ứng tiêu cực từ sinh viên và phụ huynh;

- Thứ ba, khủng hoảng liên quan đến hành vi của giảng viên và sinh viên: bao gồm các vấn đề về đạo đức, kỷ luật, và trách nhiệm xã hội trong môi trường học thuật;

- Thứ tư, khủng hoảng trên mạng xã hội và tin giả: đặc biệt phổ biến trong bối cảnh Việt Nam với tỷ lệ người dùng mạng xã hội cao.

Xác định quy trình phản ứng nhanh:

- Thứ nhất, cơ chế báo cáo và thông báo khủng hoảng: xác định rõ ai cần được thông báo, bằng phương thức nào, trong khung thời gian nào;

- Thứ hai, quy trình đánh giá mức độ nghiêm trọng của khủng hoảng: phân loại khủng hoảng thành các cấp độ khác nhau để có phản ứng phù hợp;

- Thứ ba, phương thức kích hoạt đội ngũ quản lý khủng hoảng: bao gồm các quy trình liên lạc khẩn cấp và phân công nhiệm vụ;

- Thứ tư, kênh truyền thông chính thức và phương thức phát ngôn: xác định người phát ngôn và kênh truyền thông chính thức để đảm bảo thông điệp nhất quán.

Phát triển kịch bản ứng phó:

- Thứ nhất, xây dựng kịch bản chi tiết cho các loại khủng hoảng phổ biến với các bước ứng phó cụ thể;

- Thứ hai, phát triển các thông điệp mẫu và câu trả lời cho câu hỏi thường gặp, có thể điều chỉnh nhanh chóng khi khủng hoảng xảy ra;

- Thứ ba, thiết lập hướng dẫn truyền thông trên các nền tảng khác nhau, đặc biệt chú trọng đến mạng xã hội;

- Thứ tư, chuẩn bị các biện pháp khắc phục và phục hồi danh tiếng dựa trên các tình huống khác nhau.

Vũ Hoàng Linh và Phạm Thị Ly [21] nhấn mạnh tầm

quan trọng của việc xây dựng kế hoạch quản trị khủng hoảng phù hợp với bối cảnh văn hóa - xã hội Việt Nam. Các tác giả chỉ ra rằng khủng hoảng truyền thông trong giáo dục đại học Việt Nam thường có đặc điểm riêng do kỳ vọng xã hội, mối quan hệ truyền thống giữa thầy và trò, cũng như sự tôn trọng đối với các cơ sở giáo dục.

6.3. Tăng cường năng lực truyền thông trong khủng hoảng

Để nâng cao năng lực quản trị khủng hoảng, các trường đại học Việt Nam cần thực hiện các biện pháp sau:

Đào tạo và phát triển kỹ năng:

- Thứ nhất, tổ chức đào tạo về quản lý khủng hoảng cho lãnh đạo và nhân viên, tập trung vào các tình huống thực tế trong môi trường giáo dục đại học;

- Thứ hai, phát triển kỹ năng phát ngôn và trả lời phỏng vấn cho lãnh đạo và người phát ngôn, giúp họ tự tin và hiệu quả khi giao tiếp dưới áp lực;

- Thứ ba, tập huấn về quản lý truyền thông mạng xã hội trong tình huống khủng hoảng, bao gồm cách theo dõi, phản hồi và quản lý thông tin trên các nền tảng số;

- Thứ tư, thực hiện diễn tập ứng phó khủng hoảng định kỳ với các tình huống giả định để kiểm tra và cải thiện quy trình.

Xây dựng mạng lưới hỗ trợ:

- Thứ nhất, thiết lập mối quan hệ với các chuyên gia truyền thông và PR, có thể tư vấn và hỗ trợ trong các tình huống khủng hoảng phức tạp;

- Thứ hai, xây dựng mối quan hệ tích cực với báo chí và các cơ quan truyền thông, tạo điều kiện truyền thông hiệu quả khi cần;

- Thứ ba, phát triển mạng lưới cựu sinh viên, đối tác và các bên ủng hộ có thể giúp bảo vệ danh tiếng của trường trong khủng hoảng;

- Thứ tư, hợp tác với các cơ quan quản lý nhà nước liên quan để đảm bảo sự phối hợp và hỗ trợ khi cần thiết.

Ứng dụng công nghệ trong quản trị khủng hoảng:

- Thứ nhất, sử dụng công cụ giám sát mạng xã hội và phân tích dư luận để phát hiện sớm các vấn đề tiềm ẩn;

- Thứ hai, phát triển hệ thống thông báo và cảnh báo sớm, đảm bảo thông tin về khủng hoảng được truyền đạt nhanh chóng;

- Thứ ba, xây dựng cơ sở dữ liệu về khủng hoảng và bài học kinh nghiệm để tham khảo trong tương lai;

- Thứ tư, ứng dụng các giải pháp công nghệ mới trong theo dõi và phân tích xu hướng truyền thông.

Theo nghiên cứu của Lê Quốc Thái và Nguyễn Thị Thu Hương [19], các trường đại học Việt Nam đang gặp thách thức trong việc phát triển năng lực quản trị khủng hoảng do thiếu chuyên gia trong lĩnh vực này. Các tác giả đề xuất mô hình học tập và chia sẻ kinh nghiệm giữa các trường đại học, bao gồm việc tổ chức các hội thảo, tọa đàm và diễn đàn về quản trị khủng hoảng truyền thông trong giáo dục đại học.

Đặng Thị Việt Hòa và cộng sự [11] cũng nhấn mạnh

vai trò của đào tạo và phát triển kỹ năng trong việc nâng cao năng lực quản trị khủng hoảng. Các tác giả cho rằng các trường đại học Việt Nam cần đầu tư vào việc đào tạo đội ngũ chuyên nghiệp về truyền thông và quản trị khủng hoảng, đồng thời nâng cao nhận thức của toàn thể cán bộ, giảng viên và nhân viên về tầm quan trọng của vấn đề này.

6.4. Tích hợp quản trị khủng hoảng vào chiến lược phát triển

Để đảm bảo hiệu quả lâu dài, quản trị khủng hoảng cần được tích hợp vào chiến lược phát triển tổng thể của trường đại học. Theo Wæraas và Solbakk [34], điều này bao gồm:

Gắn kết quản trị khủng hoảng với tầm nhìn và sứ mệnh:

- Thứ nhất, đảm bảo chiến lược quản trị khủng hoảng phản ánh giá trị cốt lõi của trường, tạo sự nhất quán trong mọi hoạt động;

- Thứ hai, truyền thông nhất quán về định vị và lợi thế cạnh tranh, tạo nền tảng vững chắc để bảo vệ danh tiếng khi khủng hoảng xảy ra;

- Thứ ba, xây dựng thông điệp chính phù hợp với chiến lược phát triển dài hạn, không chỉ đáp ứng nhu cầu khẩn cấp.

Phát triển văn hóa quản trị rủi ro:

- Thứ nhất, nâng cao nhận thức về quản trị rủi ro truyền thông trong toàn trường, từ lãnh đạo đến nhân viên và sinh viên;

- Thứ hai, khuyến khích việc báo cáo sớm các vấn đề tiềm ẩn, tạo môi trường cởi mở và không đổ lỗi;

- Thứ ba, xây dựng cơ chế đánh giá và quản lý rủi ro truyền thông thường xuyên, xem đây là một phần của hoạt động quản trị.

Đo lường và đánh giá hiệu quả:

- Thứ nhất, phát triển hệ thống chỉ số đánh giá hiệu quả truyền thông và quản trị khủng hoảng;

- Thứ hai, thực hiện audit truyền thông định kỳ để đánh giá sức khỏe truyền thông của tổ chức;

- Thứ ba, đánh giá tác động của hoạt động truyền thông và quản trị khủng hoảng đến danh tiếng và thành công của trường.

Phạm Thị Huệ và Lê Quang Tú [27] đề xuất mô hình tích hợp quản trị khủng hoảng vào chiến lược phát triển đại học Việt Nam thông qua ba cấp độ: (1) Cấp chiến lược: đưa quản trị khủng hoảng vào kế hoạch chiến lược dài hạn; (2) Cấp tác nghiệp: phát triển quy trình và công cụ quản trị khủng hoảng; và (3) Cấp văn hóa: xây dựng văn hóa quản trị rủi ro và trách nhiệm trong toàn trường.

7. Kết luận

Quản trị khủng hoảng truyền thông là yếu tố cốt lõi trong chiến lược phát triển của các trường đại học Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt và truyền thông số phát triển. Các trường cần xây dựng chiến lược truyền thông dựa trên định vị thương hiệu rõ ràng, nội dung giá trị và mối quan hệ bền vững với sinh viên, giảng viên, cựu sinh viên và cộng đồng để phòng ngừa và ứng phó hiệu quả. Các khủng hoảng về học thuật, hành vi, an toàn campus hay mạng xã hội đòi hỏi quản lý nhanh chóng,

minh bạch, và đồng cảm. Quy trình toàn diện bao gồm dự báo, ứng phó và phục hồi giúp giảm thiểu tác động. Các trường cần đầu tư vào bộ phận truyền thông chuyên nghiệp, kế hoạch phù hợp, công nghệ giám sát và tích hợp quản trị khủng hoảng vào chiến lược phát triển. Với cam kết từ lãnh đạo và văn hóa minh bạch, quản trị khủng hoảng không chỉ bảo vệ danh tiếng mà còn tạo cơ hội phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ashley, C., & Tuten, T. (2021). *Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement*. Psychology & Marketing, 38(3), 25-37.
- [2] Benoit, W. L. (2021). *Accounts, excuses, and apologies: Image repair theory and research (3rd ed.)*. State University of New York Press.
- [3] Bộ Giáo dục và Đào tạo. (2023). *Thống kê giáo dục đại học năm học 2022-2023*.
- [4] Brønn, P. S., & Brønn, C. (2018). *A systems approach to understanding how reputation contributes to competitive advantage*. Corporate Reputation Review, 21(3), 80-97.
- [5] Chapleo, C. (2019). Brand 'infrastructure' in nonprofit organizations: Challenges to successful brand building? *Journal of Marketing Communications*, 25(3), 219-231.
- [6] Chapleo, C., & O'Sullivan, J. (2021). *Stakeholder analysis in higher education: A case study of reputation management at UK universities*. Perspectives: Policy and Practice in Higher Education, 25(4), 126-134.
- [7] Constantinides, E., & Stagno, M. C. Z. (2022). *Potential of the social media as instruments of higher education marketing: A segmentation study*. Journal of Marketing for Higher Education, 32(2), 159-176.
- [8] Coombs, W. T. (2020). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (6th ed.)*. Sage Publications.
- [9] Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2020). *Crisis and reputation management in the digital age: Theory and practice in higher education*. Routledge.
- [10] Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2022). *Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communication theory*. Management Communication Quarterly, 36(2), 185-206.
- [11] Đặng Thị Việt Hòa, Lê Vũ, & Đinh Hồng Nhung. (2024). *Đối phó với khủng hoảng truyền thông tại trường đại học*. Kỷ yếu hội thảo "Truyền thông trường đại học trước xu thế phát triển của trí tuệ nhân tạo" (tr. 78-83). NXB Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật - Đại học Đà Nẵng.
- [12] Đinh Thị Thủy Hằng. (2023). *Quản trị khủng hoảng truyền thông trong các trường đại học: Nghiên cứu trường hợp tại Việt Nam*. Tạp chí Nghiên cứu Truyền thông, 15(3), 45-57.
- [13] Fink, S. (2019). *Crisis communications: The definitive guide to managing the message (2nd ed.)*. McGraw-Hill Education.
- [14] Gruning, J. E., & Hunt, T. (2021). *Managing public relations in higher education (2nd ed.)*. Routledge.
- [15] Heath, R. L. (2022). *Crisis communication: Defining the beast and de-marginalizing key publics*. In W. T. Coombs & S. J. Holladay (Eds.), *The handbook of crisis communication (3rd ed., pp. 15-30)*. Wiley-Blackwell.
- [16] Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2017). *Market orientation in universities: A comparative study of two national higher education systems*. International Journal of Educational Management, 31(6), 304-320.
- [17] Hon, L. C., & Grunig, J. E. (2019). *Guidelines for measuring relationships in public relations (2nd ed.)*. Institute for Public Relations.
- [18] Kowalski, T. J. (2011). *Public relations in schools (5th ed.)*. Pearson.
- [19] Lê Quốc Thái & Nguyễn Thị Thu Hương. (2023). *Xây dựng năng lực quản trị khủng hoảng truyền thông cho các trường đại học Việt Nam*. Tạp chí Khoa học Giáo dục Việt Nam, 19(7), 125-132.
- [20] Macfarlane, B., Zhang, J., & Pun, A. (2023). *Academic integrity and crisis management: A review of international practices*. Studies in Higher Education, 48(2), 339-358.
- [21] Nguyễn Thị Phương Thảo. (2023). *Khủng hoảng truyền thông trên mạng xã hội và tác động đến danh tiếng của các trường đại học Việt*

Nam. Tạp chí Thông tin và Truyền thông, 11(4), 67-78.

[22] Nguyễn Thị Thanh Huyền. (2023). *Chiến lược truyền thông số cho các trường đại học Việt Nam: Nghiên cứu và đề xuất*. Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ, 6(3), 1345-1360.

[23] Nguyễn Thị Thu Hương & Lê Quốc Thái. (2023). *Quản trị khủng hoảng truyền thông trên mạng xã hội tại các trường đại học Việt Nam*. Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Nghiên cứu Chính sách và Quản lý, 39(2), 51-65.

[24] Nguyễn Văn Dũng. (2022). *Truyền thông đại học trong bối cảnh chuyển đổi số*. Tạp chí Thông tin và Truyền thông, 10(2), 56-69.

[25] Phạm Quang Huy & Trần Thị Thanh Huyền. (2023). *Đánh giá sau khủng hoảng: Bài học cho các trường đại học Việt Nam*. Tạp chí Giáo dục, 23(9), 140-147.

[26] Phạm Thị Huệ. (2022). *Xây dựng thương hiệu trường đại học Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh quốc tế*. Tạp chí Quản lý Giáo dục, 14(2), 24-35.

[27] Phạm Thị Huệ & Lê Quang Tú. (2023). *Mô hình tích hợp quản trị khủng hoảng vào chiến lược phát triển đại học Việt Nam*. Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, 39(1), 102-115.

[28] Roshan, M., Warren, M., & Carr, R. (2023). *Understanding the use of social media by organisations for crisis communication in higher education*. Computers in Human Behavior, 143, 450-461.

[29] Trần Quang Huy. (2022). *Quản trị khủng hoảng an toàn campus trong các trường đại học Việt Nam*. Tạp chí Quản lý Giáo dục, 14(3), 45-56.

[30] Trần Thị Phương Thảo & Đặng Thị Thúy Hằng. (2023). *Quản lý mối quan hệ công chúng của các trường đại học Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh*. Tạp chí Khoa học Xã hội và Nhân văn, 9(2), 79-91.

[31] Ulmer, R. R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2023). *Effective crisis communication: Moving from crisis to opportunity (5th ed.)*. Sage Publications.

[32] Vũ Hoàng Linh & Phạm Thị Ly. (2022). *Các khủng hoảng truyền thông về chất lượng đào tạo trong các trường đại học Việt Nam*. Tạp chí Khoa học Giáo dục Việt Nam, 18(6), 95-106.

[33] Vũ Phương Thảo. (2023). *Nghiên cứu thực trạng chuẩn bị cho khủng hoảng truyền thông tại các trường đại học Việt Nam*. Tạp chí Khoa học Truyền thông và Phát triển, 3(2), 145-157.

[34] Wæraas, A., & Solbakk, M. N. (2020). *Defining the essence of a university: Lessons from higher education branding*. Higher Education, 80(2), 225-241.

[35] Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2018). *Public relations: Strategies and tactics (11th ed.)*. Pearson.

[36] Zdziarski, E. L., Dunkel, N. W., & Rollo, J. M. (2020). *Campus crisis management: A comprehensive guide to planning, prevention, response, and recovery (3rd ed.)*.

Thông tin về tác giả



ThS. Hoàng Bá Đại Nghĩa

- Thạc sĩ ngành Kỹ thuật Điều khiển và Tự động hóa Trường Đại học Bách Khoa, Đại học Đà Nẵng.
- Tóm tắt công việc hiện tại: Phó Giám đốc Trung tâm Học liệu và Truyền thông, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng.
- Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông đa phương tiện.
- Điện thoại: 0917981020.
- Email: hbdnghia@ute.udn.vn.



ThS. Nguyễn Vũ Huy Hoàng

- Tốt nghiệp Thạc sĩ ngành Quản trị kinh doanh tại Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Trưởng bộ môn Kinh tế - FPT Polytechnic Đồng Nai.
- Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông, Marketing, mạng xã hội, Digital Marketing, xây dựng nhãn hiệu.
- Điện thoại: 0949124620.

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA GIÁO DỤC ĐẠI HỌC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF HIGHER EDUCATION IN THE DIGITAL AGE

Lê Ngọc Phương Trâm

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

Le Ngoc Phuong Tram

University of Economics, The University of Danang; tramlnp@due.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Le Ngoc Phuong Tram (email: tramlnp@due.edu.vn)

Tóm tắt – Nghiên cứu này khám phá những cơ hội và thách thức mà giáo dục đại học phải đối mặt trong kỷ nguyên số. Kỷ nguyên số, được đặc trưng bởi sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và truyền thông, đã mang lại những thay đổi sâu sắc trong mọi lĩnh vực của đời sống, bao gồm cả giáo dục. Nghiên cứu này sẽ phân tích những cơ hội mà kỷ nguyên số mang lại cho giáo dục đại học, như mở rộng khả năng tiếp cận giáo dục, cá nhân hóa trải nghiệm học tập, nâng cao chất lượng giảng dạy và nghiên cứu và tăng cường hợp tác quốc tế. Đồng thời, bài tham luận này cũng sẽ chỉ ra những thách thức mà giáo dục đại học phải đối mặt, như đảm bảo chất lượng đào tạo trực tuyến, bảo vệ bản quyền và sở hữu trí tuệ, giải quyết vấn đề khoảng cách số và thay đổi tư duy và văn hóa tổ chức. Cuối cùng, bài tham luận này sẽ đề xuất một số giải pháp và khuyến nghị để giúp các trường đại học tận dụng cơ hội, vượt qua thách thức trong kỷ nguyên số.

Từ khóa - Kỷ nguyên số; giáo dục đại học; cơ hội; thách thức; chuyển đổi số; công nghệ giáo dục.

2. Mở đầu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, thế giới đang chứng kiến sự trỗi dậy mạnh mẽ của kỷ nguyên số, hay còn gọi là Cách mạng Công nghiệp 4.0. Kỷ nguyên này được đặc trưng bởi sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), trí tuệ nhân tạo (AI), Internet of Things (IoT), dữ liệu lớn (Big Data), điện toán đám mây (Cloud Computing) và nhiều công nghệ tiên tiến khác. Những công nghệ này đã và đang tác động sâu sắc đến mọi lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội, từ sản xuất, kinh doanh, tài chính, ngân hàng đến y tế, giáo dục, văn hóa, giải trí và quản lý nhà nước.

Giáo dục đại học, với vai trò là trung tâm đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao và nghiên cứu khoa học tiên tiến, không thể đứng ngoài xu thế tất yếu này. Các trường đại học trên toàn thế giới đang nỗ lực chuyển đổi số (Digital Transformation) để thích ứng với những thay đổi của kỷ nguyên số. Chuyển đổi số trong giáo dục đại học không chỉ đơn thuần là việc ứng dụng công nghệ thông tin vào các hoạt động giảng dạy, học tập và quản lý, mà còn là sự thay đổi căn bản về tư duy, phương pháp, mô hình tổ chức và văn hóa hoạt động của nhà trường. Nó đòi hỏi các trường đại học phải tái cấu trúc lại chương trình đào tạo, nâng cao năng lực số cho đội ngũ giảng viên và sinh viên, xây dựng cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại, tạo ra môi trường học tập sáng tạo và linh hoạt và tăng cường hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước.

Abstract - This study explores the opportunities and challenges confronting higher education in the digital age. Characterized by the rapid advancement of information and communication technologies, the digital age has engendered profound transformations across all facets of life, including education. This research will analyze the opportunities afforded by the digital age to higher education, such as expanding access to education, personalizing the learning experience, enhancing the quality of teaching and research, and fostering international collaboration. Concurrently, this paper will identify the challenges faced by higher education, including ensuring the quality of online education, protecting copyright and intellectual property, addressing the digital divide, and transforming organizational mindsets and culture. Finally, this study will propose several solutions and recommendations to assist universities in capitalizing on opportunities and overcoming challenges in the digital age.

Keywords - Digital age; higher education, opportunities; challenges; digital transformation; educational technology.

Tuy nhiên, quá trình chuyển đổi số trong giáo dục đại học không phải là một quá trình dễ dàng. Các trường đại học đang phải đối mặt với nhiều thách thức, như thiếu nguồn lực tài chính, thiếu nhân lực có kỹ năng số, thiếu các mô hình và giải pháp phù hợp, và thiếu sự đồng thuận và cam kết từ các bên liên quan. Ngoài ra, còn có những lo ngại về chất lượng đào tạo trực tuyến, bảo mật thông tin, bản quyền và sở hữu trí tuệ và khoảng cách số giữa các vùng miền và các nhóm sinh viên.

Trong bối cảnh đó, việc nghiên cứu về cơ hội và thách thức của giáo dục đại học trong kỷ nguyên số là vô cùng cần thiết để có những định hướng phát triển phù hợp, nâng cao chất lượng đào tạo và nghiên cứu khoa học, đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động và xã hội, và góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước. Nghiên cứu này sẽ tập trung phân tích những cơ hội và thách thức mà giáo dục đại học đang gặp phải trong kỷ nguyên số, và đề xuất một số giải pháp và khuyến nghị để giúp các trường đại học tận dụng cơ hội và vượt qua thách thức, phát triển bền vững trong tương lai.

3. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

3.1. Một số khái niệm liên quan

3.1.1. Kỷ nguyên số (Digital Age)

Kỷ nguyên số là giai đoạn phát triển của xã hội loài người, trong đó công nghệ số được ứng dụng rộng rãi trong mọi lĩnh vực, tạo ra những thay đổi sâu sắc về kinh tế, xã

hội, văn hóa và môi trường [14]. Kỷ nguyên số còn được gọi là kỷ nguyên thông tin, kỷ nguyên mạng, hay kỷ nguyên hậu công nghiệp. Nó được đặc trưng bởi sự gia tăng nhanh chóng của dữ liệu, sự kết nối toàn cầu thông qua internet, sự phát triển của các thiết bị di động và sự lan rộng của các nền tảng truyền thông xã hội.

3.1.2. Chuyển đổi số (Digital Transformation) trong giáo dục đại học

Chuyển đổi số trong giáo dục đại học là quá trình ứng dụng công nghệ số để thay đổi căn bản các hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, quản lý và cung cấp dịch vụ, nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động [3]. Chuyển đổi số không chỉ là việc số hóa các tài liệu và quy trình, mà còn là việc tạo ra những mô hình và phương pháp mới, dựa trên tiềm năng của công nghệ số. Nó đòi hỏi sự thay đổi về tư duy, văn hóa và kỹ năng của tất cả các bên liên quan, từ lãnh đạo, giảng viên, sinh viên đến nhân viên quản lý và đối tác bên ngoài.

3.1.3. Công nghệ giáo dục (EdTech)

Công nghệ giáo dục là việc ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông vào giáo dục, nhằm cải thiện quá trình giảng dạy và học tập [8]. Công nghệ giáo dục bao gồm nhiều loại công cụ và ứng dụng khác nhau, như hệ thống quản lý học tập (LMS), phần mềm giảng dạy trực tuyến, ứng dụng học tập trên thiết bị di động, và các công nghệ hỗ trợ học tập khác.

3.2. Tổng quan các nghiên cứu liên quan

Đã có nhiều nghiên cứu trên thế giới và tại Việt Nam về cơ hội và thách thức của giáo dục đại học trong kỷ nguyên số. Các nghiên cứu này thường tập trung vào các khía cạnh như tác động của công nghệ đến phương pháp giảng dạy và học tập, vai trò của dữ liệu lớn trong việc cải thiện quản lý và ra quyết định và sự cần thiết phải phát triển các kỹ năng số cho sinh viên và giảng viên (Các nghiên cứu của UNESCO, World Bank, OECD, Bộ Giáo dục và Đào tạo).

Một số trường đại học hàng đầu trên thế giới đã triển khai thành công các mô hình chuyển đổi số, và có thể cung cấp những bài học kinh nghiệm quý giá cho các trường đại học khác. Ví dụ, Đại học Stanford đã xây dựng một hệ thống học tập trực tuyến mạnh mẽ, cho phép sinh viên truy cập các khóa học từ khắp nơi trên thế giới. Đại học Harvard đã sử dụng dữ liệu lớn để cá nhân hóa trải nghiệm học tập cho sinh viên. Và Đại học MIT đã tạo ra một môi trường học tập sáng tạo, khuyến khích sinh viên thử nghiệm các ý tưởng mới.

Quá trình chuyển đổi số trong giáo dục đại học chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố, như cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, nguồn nhân lực có kỹ năng số, chính sách hỗ trợ từ chính phủ và các tổ chức quốc tế và sự sẵn sàng chấp nhận thay đổi từ các bên liên quan. Các yếu tố này có thể tạo ra những cơ hội hoặc thách thức cho các trường đại học trong quá trình chuyển đổi số.

4. Cơ hội của giáo dục đại học trong kỷ nguyên số

Kỷ nguyên số đã mở ra một loạt các cơ hội chưa từng có cho giáo dục đại học, cho phép các trường đại học nâng cao chất lượng đào tạo, mở rộng phạm vi hoạt động và đáp

ứng tốt hơn nhu cầu của xã hội.

4.1. Mở rộng khả năng tiếp cận giáo dục

4.1.1. Đào tạo trực tuyến (Online learning)

Đào tạo trực tuyến cho phép sinh viên học tập mọi lúc, mọi nơi, chỉ cần có kết nối internet [11]. Điều này đặc biệt quan trọng đối với những sinh viên ở vùng sâu, vùng xa, hoặc những sinh viên có hoàn cảnh khó khăn không thể đến trường học trực tiếp. Đào tạo trực tuyến cũng cho phép các trường đại học mở rộng phạm vi tuyển sinh, thu hút sinh viên từ khắp nơi trên thế giới.

4.1.2. Học tập từ xa (Distance learning)

Học tập từ xa cho phép sinh viên học tập mà không cần đến lớp học truyền thống (Simonson và cộng sự, 2019). Học tập từ xa có thể được thực hiện thông qua nhiều hình thức khác nhau, như học qua truyền hình, học qua radio, học qua thư tín, hoặc học qua internet. Học tập từ xa đặc biệt phù hợp với những sinh viên muốn tự học hoặc muốn học tập theo tốc độ của riêng mình.

4.1.3. Học tập suốt đời (Lifelong learning)

Kỷ nguyên số tạo điều kiện cho mọi người học tập suốt đời, nâng cao kiến thức và kỹ năng để đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động [6]. Các trường đại học có thể cung cấp các khóa học ngắn hạn, các chương trình đào tạo liên tục, hoặc các tài liệu học tập trực tuyến để giúp mọi người học tập suốt đời.

4.2. Cá nhân hóa trải nghiệm học tập

4.2.1. Học tập thích ứng (Adaptive learning)

Học tập thích ứng sử dụng công nghệ để điều chỉnh nội dung và phương pháp học tập phù hợp với nhu cầu và khả năng của từng sinh viên [4]. Các hệ thống học tập thích ứng có thể theo dõi tiến độ học tập của sinh viên, xác định những điểm mạnh và điểm yếu của sinh viên và cung cấp cho sinh viên những tài liệu và bài tập phù hợp.

4.2.2. Học tập dựa trên năng lực (Competency-based learning)

Học tập dựa trên năng lực tập trung vào việc phát triển các kỹ năng và kiến thức cần thiết cho công việc, thay vì chỉ tập trung vào việc hoàn thành các khóa học [9]. Các chương trình học tập dựa trên năng lực thường được thiết kế với sự tham gia của các nhà tuyển dụng, để đảm bảo rằng sinh viên tốt nghiệp có đủ năng lực để đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động.

4.2.3. Học tập kết hợp (Blended learning)

Học tập kết hợp kết hợp giữa học tập trực tuyến và học tập trực tiếp, tạo ra một trải nghiệm học tập linh hoạt và hiệu quả [7]. Học tập kết hợp cho phép sinh viên tận dụng những ưu điểm của cả hai hình thức học tập, như tính tương tác và trực tiếp của học tập trực tiếp, và tính linh hoạt và tiện lợi của học tập trực tuyến.

4.3. Nâng cao chất lượng giảng dạy và nghiên cứu

Các công cụ và phương pháp giảng dạy hiện đại, như video bài giảng, trò chơi hóa, thực tế ảo và thực tế tăng cường, giúp giảng viên tạo ra các bài giảng hấp dẫn và sinh động hơn [10]. Các công cụ này cũng giúp sinh viên học tập một cách chủ động và tích cực hơn.

Các nền tảng trực tuyến cho phép giảng viên và sinh viên dễ dàng hợp tác và trao đổi thông tin, tạo ra một môi trường học tập tương tác và hỗ trợ [12]. Các nền tảng này cũng cho phép giảng viên và sinh viên kết nối với các chuyên gia và nhà nghiên cứu từ khắp nơi trên thế giới.

Internet cung cấp một nguồn tài liệu và thông tin phong phú, giúp giảng viên và sinh viên dễ dàng tiếp cận kiến thức mới nhất [2]. Các thư viện số, các cơ sở dữ liệu trực tuyến và các công cụ tìm kiếm thông minh giúp giảng viên và sinh viên tìm kiếm và sử dụng thông tin một cách hiệu quả.

4.4. Nâng cao chất lượng giảng dạy và nghiên cứu

Các nền tảng trực tuyến cho phép các trường đại học dễ dàng tham gia các dự án nghiên cứu quốc tế, chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm với các nhà khoa học trên toàn thế giới [1]. Các dự án nghiên cứu quốc tế giúp các trường đại học nâng cao năng lực nghiên cứu và đóng góp vào sự phát triển của khoa học và công nghệ.

Các chương trình trao đổi sinh viên và giảng viên trực tuyến cho phép sinh viên và giảng viên trải nghiệm môi trường học tập và văn hóa khác nhau, mở rộng tầm nhìn và nâng cao năng lực [16]. Các chương trình trao đổi trực tuyến có thể được thực hiện thông qua các nền tảng hội nghị trực tuyến, các khóa học trực tuyến, hoặc các dự án hợp tác trực tuyến.

Các trường đại học có thể xây dựng các chương trình đào tạo liên kết với các trường đại học nước ngoài, cung cấp cho sinh viên cơ hội nhận bằng cấp quốc tế [13]. Các chương trình đào tạo liên kết giúp sinh viên tiếp cận với kiến thức và kỹ năng tiên tiến, và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động quốc tế.

5. Thách thức của giáo dục đại học trong kỷ nguyên số

Bên cạnh những cơ hội to lớn, kỷ nguyên số cũng đặt ra không ít thách thức cho giáo dục đại học, đòi hỏi các trường đại học phải có những giải pháp sáng tạo và hiệu quả để vượt qua.

5.1. Đảm bảo chất lượng đào tạo trực tuyến

Chương trình đào tạo trực tuyến cần được thiết kế phù hợp với đặc điểm của môi trường học tập trực tuyến, đảm bảo tính tương tác, linh hoạt và hiệu quả [5]. Chương trình đào tạo trực tuyến cần phải có mục tiêu học tập rõ ràng, nội dung học tập hấp dẫn và phương pháp đánh giá phù hợp.

Trong môi trường đào tạo trực tuyến, việc xây dựng một hệ thống đánh giá khách quan, công bằng và tin cậy là vô cùng quan trọng để đảm bảo chất lượng đào tạo và đánh giá chính xác năng lực của sinh viên. Khác với hình thức đánh giá truyền thống, đánh giá trực tuyến đòi hỏi sự sáng tạo và áp dụng các phương pháp và công cụ phù hợp để giảm thiểu gian lận, đảm bảo tính xác thực và đánh giá toàn diện các kỹ năng và kiến thức của sinh viên.

Hệ thống hỗ trợ học tập trực tuyến cần cung cấp cho sinh viên các dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật, hỗ trợ học thuật và hỗ trợ tâm lý. Các dịch vụ này có thể được cung cấp thông qua nhiều kênh khác nhau, như email, điện thoại, chat trực tuyến và diễn đàn trực tuyến. Hệ thống hỗ trợ học tập hiệu quả sẽ giúp sinh viên vượt qua những khó khăn trong quá trình học tập trực tuyến và nâng cao khả năng thành công của họ.

Giảng viên cần được đào tạo và bồi dưỡng về các kỹ năng sư phạm trực tuyến, như kỹ năng thiết kế bài giảng điện tử, kỹ năng tương tác với sinh viên trực tuyến, kỹ năng sử dụng các công cụ và phương pháp giảng dạy trực tuyến và kỹ năng đánh giá kết quả học tập trực tuyến. Đội ngũ giảng viên có kỹ năng sư phạm trực tuyến sẽ giúp tạo ra những trải nghiệm học tập trực tuyến chất lượng cao cho sinh viên.

5.2. Bảo mật thông tin

Trong kỷ nguyên số, các trường đại học phải đối mặt với nguy cơ ngày càng tăng của các cuộc tấn công mạng, có thể gây ra những thiệt hại nghiêm trọng về tài chính, uy tín và hoạt động. Các cuộc tấn công mạng có thể nhắm vào hệ thống quản lý học tập (LMS), hệ thống quản lý sinh viên, hệ thống thư viện số, hoặc các hệ thống thông tin quan trọng khác của trường đại học.

Các trường đại học thu thập và lưu trữ một lượng lớn dữ liệu cá nhân của sinh viên, giảng viên và nhân viên, như tên, địa chỉ, số điện thoại, email, thông tin tài chính, và hồ sơ học tập. Nếu không được bảo vệ cẩn thận, những dữ liệu này có thể bị rò rỉ hoặc đánh cắp, gây ra những hậu quả nghiêm trọng cho các cá nhân liên quan.

Các trường đại học cần phải tuân thủ các quy định về bảo vệ quyền riêng tư của sinh viên, giảng viên và nhân viên. Điều này bao gồm việc thu thập và sử dụng dữ liệu cá nhân một cách minh bạch và có sự đồng ý của các cá nhân liên quan và bảo vệ dữ liệu cá nhân khỏi bị truy cập trái phép, sử dụng sai mục đích hoặc tiết lộ cho bên thứ ba.

Để bảo vệ thông tin khỏi các nguy cơ trên, các trường đại học cần phải triển khai các giải pháp bảo mật toàn diện, bao gồm:

- **Xây dựng chính sách bảo mật thông tin:** các trường đại học cần phải xây dựng một chính sách bảo mật thông tin rõ ràng và chi tiết, quy định về các biện pháp bảo vệ thông tin, trách nhiệm của các bên liên quan, và quy trình xử lý các sự cố bảo mật.
- **Triển khai các biện pháp kỹ thuật:** các trường đại học cần phải triển khai các biện pháp kỹ thuật để bảo vệ hệ thống và dữ liệu, như sử dụng tường lửa, phần mềm diệt virus, hệ thống phát hiện xâm nhập, mã hóa dữ liệu, và kiểm soát truy cập.
- **Nâng cao nhận thức về bảo mật thông tin:** các trường đại học cần phải nâng cao nhận thức về bảo mật thông tin cho sinh viên, giảng viên và nhân viên, thông qua các chương trình đào tạo, tập huấn và tuyên truyền.
- **Kiểm tra và đánh giá định kỳ:** các trường đại học cần phải kiểm tra và đánh giá định kỳ hiệu quả của các biện pháp bảo mật thông tin và thực hiện các điều chỉnh cần thiết để đảm bảo an toàn cho hệ thống và dữ liệu.

5.3. Giải quyết vấn đề khoảng cách số

Khoảng cách số là sự khác biệt về khả năng tiếp cận và sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) giữa các nhóm dân cư khác nhau trong xã hội. Khoảng cách số có thể tồn tại giữa các vùng miền, giữa các nhóm thu nhập, giữa các nhóm tuổi, giữa các giới tính và giữa các nhóm

dân tộc.

Khoảng cách số có thể gây ra những bất bình đẳng trong giáo dục đại học, khi những sinh viên không có điều kiện tiếp cận công nghệ thông tin và truyền thông sẽ gặp khó khăn trong việc học tập trực tuyến, sử dụng các tài liệu học tập số và tham gia các hoạt động học tập trực tuyến.

Khoảng cách số có thể do nhiều nguyên nhân khác nhau, như:

- **Thiếu cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin:** nhiều vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa còn thiếu cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, như đường truyền internet tốc độ cao, máy tính và thiết bị di động.
- **Thu nhập thấp:** nhiều gia đình có thu nhập thấp không có khả năng mua sắm các thiết bị công nghệ thông tin và trả tiền cho dịch vụ internet.
- **Thiếu kỹ năng số:** nhiều người, đặc biệt là người lớn tuổi, thiếu các kỹ năng số cần thiết để sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông một cách hiệu quả.
- **Thiếu nội dung phù hợp:** nhiều nội dung trực tuyến không phù hợp với nhu cầu và sở thích của các nhóm dân cư khác nhau.

Để thu hẹp khoảng cách số trong giáo dục đại học, cần phải có các giải pháp đồng bộ và toàn diện, bao gồm:

- **Đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin:** chính phủ và các tổ chức xã hội cần phải đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin ở các vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, để đảm bảo rằng mọi người đều có thể tiếp cận internet tốc độ cao.
- **Cung cấp hỗ trợ tài chính:** các trường đại học cần phải cung cấp hỗ trợ tài chính cho những sinh viên có hoàn cảnh khó khăn, để giúp họ mua sắm các thiết bị công nghệ thông tin và trả tiền cho dịch vụ internet.
- **Tổ chức các chương trình đào tạo kỹ năng số:** các trường đại học cần phải tổ chức các chương trình đào tạo kỹ năng số cho sinh viên, giảng viên và nhân viên, để giúp họ sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông một cách hiệu quả.
- **Phát triển nội dung phù hợp:** các trường đại học cần phải phát triển các nội dung trực tuyến phù hợp với nhu cầu và sở thích của các nhóm dân cư khác nhau, bằng cách sử dụng ngôn ngữ đơn giản, hình ảnh minh họa và các phương pháp giảng dạy phù hợp.
- **Tăng cường hợp tác:** các trường đại học cần phải tăng cường hợp tác với các tổ chức chính phủ, doanh nghiệp và tổ chức xã hội để triển khai các chương trình và dự án thu hẹp khoảng cách số.

6. Kết luận và khuyến nghị

Sau khi phân tích một cách toàn diện về cơ hội và thách thức mà giáo dục đại học phải đối mặt trong kỷ nguyên số, có thể thấy rằng kỷ nguyên này mang đến những tiềm năng to lớn để cải thiện chất lượng, mở rộng phạm vi và nâng cao hiệu quả của giáo dục đại học. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa những cơ hội này và vượt qua những thách thức đặt ra, các trường đại học cần phải có những chiến lược và hành động phù hợp.

Thứ nhất, các trường đại học cần phải xây dựng một chiến lược chuyển đổi số toàn diện, có tầm nhìn dài hạn và

mục tiêu rõ ràng, phù hợp với đặc điểm và điều kiện của từng trường. Chiến lược này cần phải được xây dựng dựa trên sự tham gia của tất cả các bên liên quan và cần phải được điều chỉnh và cập nhật thường xuyên để đáp ứng với những thay đổi của kỷ nguyên số.

Thứ hai, các trường đại học cần phải tăng cường đầu tư vào công nghệ thông tin, bao gồm cơ sở hạ tầng, phần mềm, thiết bị và nhân lực. Đầu tư vào công nghệ thông tin không chỉ giúp các trường đại học nâng cao chất lượng giảng dạy và nghiên cứu, mà còn giúp các trường đại học cải thiện hiệu quả quản lý và cung cấp dịch vụ.

Thứ ba, các trường đại học cần phải phát triển đội ngũ nhân lực có kỹ năng số, bao gồm giảng viên, nhân viên quản lý và sinh viên. Các chương trình đào tạo và bồi dưỡng kỹ năng số cần phải được thiết kế phù hợp với nhu cầu và trình độ của từng đối tượng, và cần phải được cập nhật thường xuyên để đáp ứng với những thay đổi của công nghệ.

Thứ tư, các trường đại học cần phải khuyến khích sự đổi mới sáng tạo trong tất cả các lĩnh vực hoạt động, từ giảng dạy và nghiên cứu đến quản lý và cung cấp dịch vụ. Các trường đại học có thể tạo ra một môi trường khuyến khích sự đổi mới sáng tạo bằng cách cung cấp các nguồn lực hỗ trợ, tạo ra các cơ hội thử nghiệm và học hỏi và công nhận và khen thưởng những thành công trong đổi mới sáng tạo.

Thứ năm, các trường đại học cần phải tăng cường hợp tác với các bên liên quan, bao gồm chính phủ, doanh nghiệp, tổ chức xã hội và các trường đại học khác. Hợp tác với các bên liên quan giúp các trường đại học tiếp cận các nguồn lực, kiến thức và kinh nghiệm cần thiết để chuyển đổi số thành công.

Kỷ nguyên số đang tạo ra những thay đổi sâu sắc trong giáo dục đại học, mang đến những cơ hội to lớn nhưng cũng đặt ra những thách thức không nhỏ. Để tận dụng tối đa những cơ hội và vượt qua những thách thức này, các trường đại học cần phải có những chiến lược và hành động phù hợp, dựa trên sự hiểu biết sâu sắc về kỷ nguyên số và sự cam kết mạnh mẽ đối với sự đổi mới và phát triển. Chỉ có như vậy, giáo dục đại học mới có thể tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội và góp phần vào sự thịnh vượng của đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Altbach, Philip G., and Jane Knight. “The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities.” *Journal of Studies in International Education*, vol. 11, no. 3-4, 2007, pp. 290–305.
- [2] Bates, A. W. *Teaching in a Digital Age: Guidelines for Designing Teaching and Learning*. 2nd ed., Tony Bates Associates Ltd., 2015.
- [3] Bộ Giáo dục và Đào tạo. “Chuyển đổi số trong GD&ĐT.” Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2020, <https://moet.gov.vn/giaoducquocdan/tang-cuong-ung-dung-cntt/pages/default.aspx>.
- [4] Brusilovsky, Peter, and Christoph Peylo. “Adaptive and Intelligent Web-Based Educational Systems.” *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, vol. 13, no. 2-4, 2003, pp. 159–172.
- [5] Conrad, Rita-Marie, and J. Ana Donaldson. *Engaging the Online Learner: Activities and Resources for Creative Instruction*. Jossey-Bass, 2011.
- [6] Delors, Jacques, et al. *Learning: The Treasure Within. Report to*

- UNESCO of the International Commission on Education for the Twenty-first Century. UNESCO Publishing, 1996.
- [7] Graham, Charles R. “Emerging Practice and Research in Blended Learning.” *Handbook of Distance Education*, 3rd ed., edited by M. G. Moore, Routledge, 2013, pp. 333–350.
- [8] Holmes, Wayne, Stamatina Anastopoulou, Heike Schaumburg, and Manolis Mavrikis. Technology-Enhanced Personalised Learning: Untangling the Evidence. Robert Bosch Stiftung, 2014.
- [9] Klein-Collins, Rebecca. *Competency-Based Degree Programs in the U.S.: Postsecondary Credentials for Measurable Student Learning and Performance*. Council for Adult and Experiential Learning, 2012.
- [10] Mayer, Richard E. *Multimedia Learning*. 2nd ed., Cambridge University Press, 2009.
- [11] Moore, J. L., Dickson-Deane, C., and Galyen, K. “e-Learning, Online Learning, and Distance Learning Environments: Are They the Same?” *The Internet and Higher Education*, vol. 14, no. 2, 2011, pp. 129–135.
- [12] Palloff, Rena M., and Keith Pratt. *Building Online Learning Communities: Effective Strategies for the Virtual Classroom*. 2nd ed., Jossey-Bass, 2007.
- [13] Rumbley, Laura E., Philip G. Altbach, and Liz Reisberg. “Internationalization Within the Higher Education Context.” *Encyclopedia of International Higher Education Systems and Institutions*, edited by J. C. Shin and P. Teixeira, Springer, 2017.
- [14] Schwab, Klaus. The Fourth Industrial Revolution. World Economic Forum, 2016.
- [15] Simonson, M., Zvacek, S., and Smaldino, S. *Teaching and Learning at a Distance: Foundations of Distance Education*. 7th ed., Information Age Publishing, 2019.
- [16] Teichler, Ulrich. “The Changing Debate on Internationalisation of Higher Education.” *Higher Education*, vol. 48, no. 1, 2004, pp. 5–26.

Thông tin về tác giả



Lê Ngọc Phương Trâm:

- Tốt nghiệp Thạc sĩ ngành Tài chính - Ngân hàng tại Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng năm 2015.
- Nghiên cứu viên tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.
- Lĩnh vực quan tâm: kinh tế phát triển, kinh tế xanh, kinh tế bền vững.
- Điện thoại: 0935017089.

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO VÀ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC: KHUYẾN NGHỊ CHO ĐÀO TẠO NGÀNH TRUYỀN THÔNG TẠI VIỆT NAM

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN HIGHER EDUCATION: POLICY RECOMMENDATIONS FOR COMMUNICATION TRAINING IN VIETNAM

Trần Thị Phương Ly

Trường Đại học Luật, Đại học Huế

Tran Thi Phuong Ly

University of law, Hue University; lyttp@hul.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Tran Thi Phuong Ly (email: lyttp@hul.edu.vn)

Tóm tắt - Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) đang tạo ra những chuyển biến sâu sắc trong cả lĩnh vực truyền thông và giáo dục. AI mang lại nhiều cơ hội như cá nhân hóa việc học, hỗ trợ giảng dạy và quản lý giáo dục. Tuy nhiên, song hành với những tiềm năng là không ít thách thức liên quan đến đạo đức, quyền riêng tư, chất lượng nội dung dạy học và nguy cơ lệ thuộc vào công nghệ. Bài viết này phân tích những tác động hai chiều của AI đến giáo dục đại học, từ đó đề xuất một số khuyến nghị cụ thể cho hoạt động đào tạo ngành truyền thông tại Việt Nam.

Từ khóa - Trí tuệ nhân tạo; giáo dục đại học; truyền thông.

Abstract - The rapid development of artificial intelligence (AI) is profoundly transforming both the fields of communication and education. AI offers numerous opportunities such as personalized learning, improved instructional support, and improved educational management. However, alongside these potentials come significant challenges related to ethics, privacy, content quality, and the potential overreliance on technology. This paper examines the dual impact of AI on higher education and offers targeted recommendations for the training of communication professionals in Vietnam.

Keywords - Artificial intelligence; higher education; communication.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, trí tuệ nhân tạo (AI) đã vượt ra khỏi khuôn khổ phòng thí nghiệm để trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống xã hội, đặc biệt là trong lĩnh vực giáo dục và truyền thông. AI không chỉ làm thay đổi cách con người tương tác với công nghệ, mà còn góp phần hình thành những mô hình học tập, giảng dạy và làm việc hoàn toàn mới, hiện đại và linh hoạt.

Truyền thông là một ngành học đa dạng, giàu tính ứng dụng, gắn bó mật thiết với công nghệ và sáng tạo nội dung. Trong bối cảnh thị trường lao động không ngừng biến đổi, ngành này đang đứng trước yêu cầu cấp thiết phải đổi mới mô hình đào tạo nhằm phát triển năng lực thích ứng và sáng tạo cho người học. Việc tích hợp trí tuệ nhân tạo vào giáo dục đại học, đặc biệt trong đào tạo ngành truyền thông, không chỉ là xu thế tất yếu mà còn đặt ra nhiều thách thức đối với các cơ sở đào tạo tại Việt Nam trong việc nâng cao chất lượng giảng dạy, cập nhật chương trình học và trang bị kỹ năng số cho sinh viên.

Bài viết này sẽ phân tích các tiềm năng nổi bật mà AI mang lại cho giáo dục đại học, đồng thời làm rõ những thách thức đặt ra trong quá trình triển khai, từ đó đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả ứng dụng AI trong đào tạo ngành truyền thông tại Việt Nam.

2. Tổng quan về trí tuệ nhân tạo trong giáo dục đại học

Trí tuệ nhân tạo là một lĩnh vực trọng điểm của khoa học máy tính, tập trung vào việc phát triển các hệ thống có khả năng mô phỏng hành vi trí tuệ của con người, bao gồm khả năng học tập, suy luận, phân tích, ra quyết định và sáng tạo. Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ, AI đã và đang

trở thành công nghệ cốt lõi trong việc tái cấu trúc lại hoạt động giáo dục, đặc biệt là ở bậc giáo dục đại học.

Theo Holmes [3], trí tuệ nhân tạo trong giáo dục (AI in Education - AIED) là “việc ứng dụng các hệ thống máy tính có khả năng thực hiện các chức năng nhận thức như con người nhằm hỗ trợ quá trình giảng dạy, học tập và quản lý giáo dục”. Như vậy, AIED được hiểu là việc sử dụng các công nghệ và thuật toán thông minh để nâng cao chất lượng dạy và học, cải tiến hoạt động quản lý giáo dục, cá nhân hóa trải nghiệm học tập và hỗ trợ người học đạt được mục tiêu học tập hiệu quả hơn.

AIED đã mang đến nhiều phần mềm, ứng dụng và công cụ hỗ trợ hiệu quả cho quá trình giảng dạy, học tập và nghiên cứu, góp phần nâng cao trải nghiệm người học, tối ưu hóa phương pháp giảng dạy và cải thiện hiệu suất trong môi trường học thuật. Trong bối cảnh giáo dục đại học hiện nay, một số công cụ và phần mềm AI tiêu biểu đang được ứng dụng có thể được phân nhóm theo các chức năng chính như sau:

Thứ nhất, công cụ hỗ trợ học tập và sáng tạo nội dung. Các nền tảng như ChatGPT (OpenAI), Gemini (Google) và Learnt.AI đang được sử dụng rộng rãi để hỗ trợ giảng viên và sinh viên trong việc viết bài, tạo nội dung giảng dạy, đề xuất ý tưởng và chỉnh sửa văn bản. ChatGPT nổi bật với khả năng xử lý ngôn ngữ tự nhiên, hỗ trợ tra cứu, giải thích khái niệm và gợi ý lập luận học thuật. Trong khi đó, Gemini có thể mạnh ở khả năng tích hợp với hệ sinh thái Google Workspace, giúp người dùng soạn thảo tài liệu, thiết kế bài giảng và tương tác nhanh chóng ngay trong môi trường làm việc quen thuộc. Learnt.AI lại là một công cụ chuyên biệt

cho giáo viên, cho phép tạo đề cương, câu hỏi kiểm tra và giáo án một cách tự động và linh hoạt;

Thứ hai, công cụ tương tác mô phỏng và hỗ trợ trải nghiệm học tập. Một ví dụ điển hình là Character.AI, nền tảng tạo nhân vật ảo để mô phỏng hội thoại, cho phép người học tương tác với các “nhân vật” là nhà văn, nhà khoa học, hay các nhân vật lịch sử nhằm luyện tập kỹ năng giao tiếp, học ngoại ngữ hoặc khám phá kiến thức chuyên ngành qua đối thoại mô phỏng. Những công cụ như vậy giúp nâng cao tính nhập vai và tạo động lực học tập cho sinh viên, đặc biệt trong các môn học yêu cầu tính sáng tạo và phản xạ;

Thứ ba, hệ thống quản lý học tập tích hợp AI. Các nền tảng LMS hiện đại như Moodle, Canvas khi được tích hợp công nghệ AI cho phép nhà trường và giảng viên theo dõi sát sao tiến trình học tập của sinh viên, phát hiện sớm nguy cơ tụt hậu, cá nhân hóa gợi ý tài nguyên học tập, cũng như tự động hóa việc đánh giá và phản hồi. AI không chỉ hỗ trợ phân tích dữ liệu học tập lớn mà còn đóng vai trò như một công cụ hỗ trợ ra quyết định trong quản trị giáo dục.

Việc ứng dụng các công cụ AI trong giáo dục đại học đang góp phần chuyển đổi mô hình giáo dục truyền thống sang mô hình học tập linh hoạt, lấy người học làm trung tâm, đồng thời tạo điều kiện để giảng viên tập trung nhiều hơn vào vai trò hướng dẫn và cố vấn học thuật. Mặc dù vẫn đang trong giai đoạn phát triển ban đầu, nhưng các ứng dụng này được kỳ vọng sẽ đạt được những bước tiến vượt bậc trong tương lai gần.

3. Cơ hội và thách thức của AIED

3.1. Cơ hội của AIED

Sự phát triển nhanh chóng của AI đang mở ra nhiều cơ hội quan trọng cho giáo dục đại học, đặc biệt trong việc nâng cao chất lượng giảng dạy, cải thiện trải nghiệm học tập và tối ưu hóa công tác quản lý giáo dục. Dưới đây là bốn cơ hội nổi bật thể hiện rõ tiềm năng mà AI mang lại:

Thứ nhất, AI tác động rõ rệt đến quá trình chuẩn bị bài giảng, giảng dạy, tương tác và đánh giá của giảng viên đối với sinh viên. AI cho phép xây dựng các chương trình học tập linh hoạt và phù hợp với từng sinh viên, dựa trên khả năng tiếp thu bài giảng, tốc độ học và sở thích cá nhân. Cụ thể, các công cụ như ChatGPT có thể hỗ trợ giảng viên trong việc xây dựng giáo án phân hóa, thiết kế phiếu bài tập tùy biến dựa trên mức độ tiếp thu và năng lực của từng học sinh. Đồng thời, hệ thống chấm điểm tự động tích hợp AI cũng giúp phân tích dữ liệu học tập để đánh giá chính xác điểm mạnh - điểm yếu của người học. Chẳng hạn, một sinh viên có khả năng tiếp thu bài nhanh sẽ được gợi ý học sâu hơn hoặc mở rộng một số kiến thức mới ngoài giáo trình, trong khi sinh viên còn yếu có thể được hỗ trợ củng cố lại những nội dung căn bản trong giáo trình. Điều này giúp tăng hiệu quả học tập và giảm tình trạng chán nản do học quá khó hoặc quá dễ. Đồng thời, giảng viên cũng có thêm dữ liệu cụ thể để đánh giá năng lực và tiến độ học tập của từng sinh viên một cách sát thực tế hơn. Điển hình, Trường Đại học FPT đã triển khai nền tảng học tập tích hợp AI để cá nhân hóa lộ trình học của sinh viên ngành truyền thông, giúp tăng tỷ lệ hoàn thành khóa học lên đến 92% (theo Báo cáo thường niên FPT Education, 2023);

Thứ hai, AI góp phần thúc đẩy tích cực hoạt động tự học và tự nghiên cứu của sinh viên. Trong môi trường đại học, tự học, tự nghiên cứu chiếm một phần thời lượng lớn và giữ vai trò then chốt trong việc quyết định lượng tri thức mà sinh viên tiếp thu được. Việc ứng dụng AI vào quá trình này không chỉ tạo thêm hứng thú cho người học mà còn mang lại những trải nghiệm tương tác mới mẻ, hấp dẫn khi AI có thể phản hồi đa dạng các thắc mắc, bài tập hay câu hỏi nghiên cứu của sinh viên. Đặc biệt, công nghệ AI giúp rút ngắn đáng kể thời gian dành cho việc tổng hợp tri thức - một khâu vốn dĩ tiêu tốn nhiều công sức trong tự học và nghiên cứu. Chỉ với một yêu cầu tìm kiếm, AI có thể nhanh chóng cập nhật, tổng hợp những nguồn kiến thức mới nhất, bao gồm bài báo, công trình nghiên cứu liên quan đến chủ đề cần tìm hiểu. Nhờ vậy, sinh viên có thể tối ưu hóa thời gian học tập, tập trung nhiều hơn vào việc phân tích và sáng tạo tri thức mới;

Thứ ba, tăng khả năng tiếp cận giáo dục cho nhiều nhóm đối tượng vốn gặp khó khăn trong việc tiếp cận với nền giáo dục truyền thống. Cụ thể, AI được sử dụng để tạo ra các khóa học trực tuyến hoặc các chương trình giáo dục từ xa phù hợp với từng nhóm trình độ và cấp học khác nhau. Ví dụ, người khuyết tật có thể sử dụng phần mềm chuyển văn bản thành giọng nói để hỗ trợ học tập hoặc người học ở vùng sâu vùng xa có thể tham gia lớp học ảo với sự hỗ trợ của chatbot, trợ lý ảo hay các nền tảng học trực tuyến thông minh. Bên cạnh đó, những sinh viên học bằng ngôn ngữ thứ hai cũng được hỗ trợ đáng kể nhờ các công cụ dịch thuật tự động và nội dung học tùy chỉnh theo nhu cầu. Quỹ Nhi đồng Liên hợp quốc (UNICEF) và Công ty Microsoft Corp đã triển khai chương trình Learning Passport – một nền tảng học tập tích hợp AI nhằm hỗ trợ việc học tập tại nhà của trẻ em và thanh thiếu niên phải nghỉ học do ảnh hưởng của dịch Covid-19 tiếp cận được tài liệu học tập qua điện thoại thông minh;

Thứ tư, hỗ trợ công tác quản trị và ra quyết định. AI đóng vai trò quan trọng trong việc phân tích dữ liệu học tập và hỗ trợ công tác quản lý đào tạo tại các cơ sở giáo dục đại học. Thông qua các hệ thống quản lý học tập (LMS) có tích hợp công nghệ AI, nhà quản lý có thể theo dõi tiến trình học tập của sinh viên một cách trực quan, cung cấp nguồn tài liệu giảng dạy phong phú, cũng như phát hiện sớm những trường hợp có nguy cơ tụt lại trong quá trình học. Không chỉ dừng lại ở việc hỗ trợ giám sát, AI còn giúp phân tích xu hướng lựa chọn môn học, mức độ hoàn thành khóa học, hiệu quả của chương trình đào tạo và hành vi học tập của sinh viên. Trên cơ sở đó, các nhà quản lý và giảng viên có thể đưa ra những điều chỉnh về nội dung, phương pháp giảng dạy hoặc thiết kế chương trình học một cách kịp thời và chính xác hơn, hướng tới mô hình quản trị dữ liệu và ra quyết định dựa trên bằng chứng.

3.2. Thách thức của trí tuệ nhân tạo trong giáo dục đại học

Bên cạnh những lợi ích mang lại, việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong giáo dục đại học cũng đặt ra không ít thách thức đối với các cơ sở đào tạo và quá trình học tập của sinh viên. Những khó khăn này chủ yếu xuất phát từ tác động tiêu cực của AI đến hoạt động học tập, hỗ trợ sinh viên và

công tác quản lý trong môi trường giáo dục. Cụ thể:

Thứ nhất, tính không kiểm chứng trong chất lượng và độ tin cậy của dữ liệu do AI cung cấp. Một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng, các ứng dụng AI tạo sinh như ChatGPT (Open AI), Bard (Google), Copilot (Microsoft) đào tạo trên một khối lượng dữ liệu khổng lồ lấy từ các nguồn văn bản, tài liệu và website công khai trên Internet. Tuy nhiên, nhiều trong số các nguồn này có thể chứa thông tin chưa được xác minh, quan điểm thiếu trung lập hoặc đang còn gây tranh cãi. Do đó, các nội dung mà AI tạo ra đôi khi có thể không chính xác, mang tính phiến diện hoặc chưa phù hợp trong những lĩnh vực đòi hỏi độ tin cậy cao. Việc liên tục tiếp nhận những thông tin sai lệch có thể dẫn đến tình trạng “ô nhiễm thông tin” trong các tài liệu giáo dục, từ đó đòi hỏi nhiều thời gian và công sức để rà soát, xác minh và hiệu chỉnh nhằm đảm bảo tính chính xác và khách quan của nội dung học thuật;

Thứ hai, vấn đề đạo đức và quyền riêng tư. AI không chỉ là một công nghệ, mà còn là một không gian tương tác phức tạp giữa con người và hệ thống máy móc. Trong môi trường này, nhiều vấn đề đạo đức nổi lên từ cả phía người dùng và từ chính công nghệ. Về mặt kỹ thuật, các hệ thống AI hiện nay được thiết kế và kiểm soát bởi các công ty công nghệ lớn, vốn nắm giữ quyền truy cập và xử lý một khối lượng dữ liệu khổng lồ. Việc thiếu minh bạch trong cách thức thu thập, sàng lọc và cung cấp thông tin khiến AI có nguy cơ bị thao túng để phục vụ lợi ích riêng của một số tổ chức hoặc cá nhân. Hơn nữa, các công cụ AI tạo sinh hiện tại thường không trích dẫn nguồn thông tin rõ ràng hoặc cung cấp nguồn không chính xác, đặc biệt khi xử lý các nội dung mang tính học thuật hoặc chuyên sâu. Về phía người dùng, việc AI “học” từ phản hồi và câu hỏi của con người cũng đặt ra nguy cơ rò rỉ các thông tin mật, vi phạm bản quyền và các tranh chấp pháp lý liên quan đến sở hữu trí tuệ;

Thứ ba, khoảng cách số và sự bất bình đẳng trong tiếp cận. Một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng, chính sự xuất hiện và phát triển nhanh chóng của AI đang góp phần gia tăng khoảng cách số trong giáo dục. Cụ thể, các công cụ AI hiện đại thường đòi hỏi nền tảng hạ tầng công nghệ mạnh mẽ, kỹ năng số tốt và khả năng tài chính để duy trì, từ đó tạo nên sự chênh lệch rõ rệt giữa các nhóm đối tượng trong xã hội. Việc ứng dụng AI trong giáo dục đại học có thể làm gia tăng khoảng cách giữa các cơ sở giáo dục, giữa các vùng miền và giữa các nhóm người học. Những trường đại học có nguồn lực hạn chế có thể gặp khó khăn trong việc triển khai và duy trì các công nghệ AI hiện đại, khiến cho người học tại những cơ sở này không được hưởng lợi từ những tiến bộ công nghệ mới. Bên cạnh đó, sinh viên đến từ các khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa hoặc có hoàn cảnh khó khăn có thể không có điều kiện để tiếp cận với các nền tảng AI do thiếu thiết bị, hạ tầng Internet hoặc kiến thức công nghệ cơ bản, từ đó dẫn đến sự bất bình đẳng trong cơ hội học tập. Theo báo cáo “Chuyển đổi số trong giáo dục Việt Nam” của Bộ GD&ĐT, có đến 58% cơ sở giáo dục đại học chưa có đủ hạ tầng để triển khai hệ thống LMS hoặc công cụ AI một cách hiệu quả, đặc biệt tại các trường vùng sâu, vùng xa;

Thứ tư, nguy cơ phụ thuộc và suy giảm tư duy phản biện. Khi sinh viên và giảng viên quá phụ thuộc vào các công cụ AI để tra cứu, phân tích hoặc thậm chí tạo lập nội dung học thuật, nguy cơ suy giảm kỹ năng tư duy phản biện, khả năng sáng tạo và năng lực tự học là điều đáng lo ngại. Các công cụ AI tuy có thể hỗ trợ quá trình học tập, nhưng nếu sử dụng không hợp lý, người học có thể dần mất đi khả năng đánh giá thông tin một cách độc lập, từ đó ảnh hưởng đến chất lượng đào tạo toàn diện.

4. Thực trạng và khuyến nghị đối với đào tạo ngành truyền thông ở Việt Nam trong bối cảnh phát triển trí tuệ nhân tạo

4.1. Thực trạng của giáo dục ngành truyền thông ở Việt Nam

Trong những năm gần đây, giáo dục ngành truyền thông tại Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của xã hội và sự thay đổi nhanh chóng của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Chuyển đổi số, với những nền tảng công nghệ như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT), đã tác động sâu sắc đến mọi lĩnh vực, trong đó có ngành truyền thông. Triển khai các chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước, tiêu biểu là Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27 tháng 9 năm 2019 của Bộ Chính trị về việc Chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và Quyết định số 749/QĐ-TTg ban hành năm 2020 về việc phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số Quốc gia đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030” quy định về chuyển đổi số trong lĩnh vực giáo dục. Năm 2022, Thủ tướng Chính phủ chính thức ban hành Quyết định số 131/ QĐ-TTg về việc 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”, đưa chuyển đổi số trong giáo dục thành một trong những mục tiêu phát triển trọng tâm của đất nước.

Hiện nay, trên cả nước hiện có 09 cơ sở đào tạo báo chí - truyền thông chủ lực là các trường đại học, học viện công lập, tiêu biểu như Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Trường Đại học RMIT Việt Nam... Ngoài ra, còn có các cơ sở dân lập, trường liên kết quốc tế đào tạo ngành truyền thông, quan hệ công chúng, quảng cáo - những lĩnh vực gần với đào tạo báo chí. Sự mở rộng mạng lưới đào tạo đã góp phần đáp ứng một phần nhu cầu nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực truyền thông tại Việt Nam. Theo thống kê tỷ lệ sinh viên ngành truyền thông có việc làm sau khi tốt nghiệp luôn đạt trên 80%, một con số ấn tượng chứng tỏ sự hấp dẫn và tính ứng dụng cao của ngành nghề này. Các sinh viên tốt nghiệp ngành truyền thông có thể làm việc trong nhiều lĩnh vực khác nhau như báo chí, marketing, truyền thông doanh nghiệp, quảng cáo, PR, truyền thông số, truyền thông chính trị và nhiều ngành nghề khác.

Bên cạnh việc mở rộng quy mô đào tạo, chương trình giảng dạy ngành truyền thông tại nhiều trường đại học cũng đang từng bước đổi mới, với việc bổ sung các học phần về truyền thông số, thiết kế nội dung kỹ thuật số và các kỹ năng truyền thông trong môi trường mạng xã hội. Một số cơ sở đào tạo đã tích cực liên kết với doanh nghiệp truyền

thông để tổ chức thực tập, học kỳ thực tế nhằm nâng cao kỹ năng thực hành cho sinh viên. Ngoài ra, phương pháp giảng dạy cũng đang dần chuyển dịch theo hướng tích hợp công nghệ, với việc ứng dụng các nền tảng học tập trực tuyến, tổ chức cuộc thi truyền thông số và mô phỏng sản xuất nội dung số.

Tuy nhiên, cùng với những kết quả đạt được, giáo dục ngành truyền thông tại Việt Nam cũng bộc lộ nhiều hạn chế trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ hiện nay:

Thứ nhất, quy mô đào tạo mở rộng nhưng thiếu tính đồng bộ. Hiện nay, cả nước có hơn 50 trường đại học và học viện đào tạo các ngành liên quan đến truyền thông (bao gồm báo chí, PR, truyền thông đa phương tiện, truyền thông số...) với hàng ngàn sinh viên nhập học mỗi năm. Tuy nhiên, chất lượng đào tạo giữa các trường có sự chênh lệch lớn, đặc biệt giữa nhóm trường công lập trọng điểm và các trường dân lập. Theo Bộ Giáo dục và Đào tạo, chỉ khoảng 30% chương trình đào tạo ngành truyền thông đã cập nhật nội dung liên quan đến công nghệ số hoặc trí tuệ nhân tạo;

Thứ hai, chương trình học còn nặng lý thuyết, thiếu thực hành. Một trong những điểm yếu nổi bật của các chương trình đào tạo ngành truyền thông tại Việt Nam là sự mất cân đối giữa kiến thức lý thuyết và kỹ năng thực hành, đặc biệt là các kỹ năng gắn với công nghệ số hiện đại. Nhiều chương trình học vẫn thiên về các môn lý luận truyền thông như lý thuyết truyền thông, lịch sử báo chí, cấu trúc tin bài, trong khi các nội dung thực hành như sáng tạo nội dung số, vận hành chiến dịch truyền thông tích hợp, ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong sản xuất nội dung, hay phân tích dữ liệu truyền thông lại được đề cập rất ít hoặc chưa có trong chương trình chính khóa. Theo khảo sát năm 2024 của báo Kinh tế & Đô thị trên 800 sinh viên truyền thông tại một số trường đại học ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, có tới 62% sinh viên cho rằng chương trình học “chưa sát với thực tiễn nghề nghiệp”, 57% cảm thấy thiếu tự tin khi đi thực tập vì chưa được tiếp xúc với các phần mềm chuyên dụng trong ngành và chỉ 21% từng thực hiện dự án truyền thông tích hợp yếu tố công nghệ. Tình trạng này dẫn đến khoảng cách rõ rệt giữa đào tạo và yêu cầu của thị trường lao động hiện nay, nơi mà nhà tuyển dụng đòi hỏi ứng viên không chỉ có kỹ năng biên tập mà còn cần sử dụng thành thạo các công cụ công nghệ như Canva, Google Analytics, ChatGPT, hoặc các nền tảng quản lý nội dung số;

Thứ ba, cơ sở vật chất phục vụ đào tạo truyền thông số chưa đồng bộ và hiện đại. Nhiều trường thiếu các phòng lab truyền thông kỹ thuật số, studio sản xuất nội dung tích hợp công nghệ AI hay hệ thống phần mềm chuyên sâu về quản lý và phân tích truyền thông đa kênh. Sinh viên do đó ít có cơ hội thực hành với các công cụ hiện đại như phần mềm phân tích xu hướng truyền thông, trí tuệ nhân tạo hỗ trợ sản xuất nội dung, hay nền tảng quản lý chiến dịch truyền thông kỹ thuật số. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến năng lực thực hành và khả năng thích ứng công việc của sinh viên sau tốt nghiệp;

Thứ tư, thách thức về việc làm và cạnh tranh nguồn nhân lực. Trong kỷ nguyên AI, thị trường lao động trong

ngành truyền thông đang thay đổi nhanh chóng. Các nhà tuyển dụng ngày càng yêu cầu ứng viên không chỉ thành thạo kỹ năng truyền thông cơ bản, mà còn cần biết sử dụng AI để sản xuất nội dung, phân tích dữ liệu người dùng, tối ưu hóa chiến dịch quảng bá trên nền tảng số, và am hiểu cách vận hành nội dung trên nhiều kênh khác nhau. Nếu chương trình đào tạo không kịp thời điều chỉnh để trang bị các kỹ năng này, sinh viên ngành truyền thông sẽ gặp nhiều khó khăn trong cạnh tranh việc làm. Ngược lại, chính AI cũng mở ra nhiều cơ hội nghề nghiệp mới hấp dẫn như chuyên viên phân tích dữ liệu truyền thông, chuyên viên vận hành chiến dịch marketing tự động hay chuyên gia quản lý nội dung số.

4.2. Khuyến nghị đối với đào tạo ngành truyền thông ở Việt Nam trong bối cảnh phát triển AI

Trong bối cảnh AI đang phát triển nhanh chóng và tác động mạnh mẽ tới mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, đào tạo ngành truyền thông ở Việt Nam cần có những điều chỉnh kịp thời và đồng bộ để thích ứng với yêu cầu mới. Một số khuyến nghị cụ thể được đề xuất như sau:

Thứ nhất, để khắc phục tình trạng quy mô đào tạo ngành truyền thông mở rộng nhưng thiếu tính đồng bộ, cần có những chính sách điều phối và tiêu chuẩn hóa từ cấp quốc gia. Trước hết, Bộ Giáo dục và Đào tạo cần xây dựng một khung chương trình chuẩn tích hợp kiến thức công nghệ số và kỹ năng truyền thông hiện đại, làm nền tảng để các cơ sở đào tạo cập nhật chương trình một cách đồng bộ, tránh tình trạng mỗi nơi dạy một kiểu. Bên cạnh đó, cần khuyến khích mô hình liên kết đào tạo vùng, trong đó các trường có thế mạnh về công nghệ hoặc nội dung chuyên sâu sẽ chia sẻ giảng viên, tài nguyên học tập và hệ thống quản lý học tập cho các cơ sở còn hạn chế;

Thứ hai, đối với vấn đề chương trình học còn nặng lý thuyết, thiếu thực hành, các trường cần chủ động thiết kế lại nội dung đào tạo theo hướng tăng cường tính ứng dụng, bằng cách đưa các học phần như sản xuất nội dung số, truyền thông tích hợp đa nền tảng, phân tích dữ liệu truyền thông và ứng dụng AI vào chương trình chính khóa. Việc tổ chức các học phần thực hành thông qua dự án truyền thông thực tế với sự đồng hành của doanh nghiệp sẽ giúp sinh viên tiếp cận sớm với quy trình công việc chuyên nghiệp. Đồng thời, nhà trường cũng cần đầu tư mạnh hơn vào cơ sở vật chất phục vụ thực hành như studio, phòng lab truyền thông số, và cung cấp tài khoản phần mềm chuyên dụng cho sinh viên như Canva Pro, Adobe Creative Suite, Google Analytics, ChatGPT...;

Thứ ba, phát triển đội ngũ giảng viên là yếu tố then chốt quyết định chất lượng đào tạo. Các trường đại học cần tổ chức các chương trình bồi dưỡng định kỳ cho giảng viên về công nghệ truyền thông mới và trí tuệ nhân tạo. Đồng thời, cần khuyến khích giảng viên tham gia các khóa học quốc tế, hội thảo chuyên ngành, nhằm cập nhật xu thế mới, nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng công nghệ. Ngoài ra, việc mời chuyên gia từ các doanh nghiệp, tổ chức truyền thông lớn tham gia giảng dạy, hướng dẫn thực tế cũng sẽ góp phần thu hẹp khoảng cách giữa lý thuyết và thực tiễn trong quá trình đào tạo;

Thứ tư, cần đẩy mạnh hợp tác giữa nhà trường và doanh

nghiệp trong lĩnh vực truyền thông và công nghệ. Các chương trình liên kết đào tạo, thực tập nghề nghiệp, dự án truyền thông do sinh viên thực hiện dưới sự hướng dẫn của doanh nghiệp cần được phát triển mạnh mẽ hơn. Qua đó, sinh viên sẽ có cơ hội trải nghiệm môi trường làm việc thực tế, rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp, nâng cao khả năng thích ứng và sáng tạo trong môi trường số.

5. Kết luận

AI đang mở ra những cơ hội to lớn trong lĩnh vực giáo dục, đặc biệt là đối với ngành truyền thông - một ngành đòi hỏi sự đổi mới, sáng tạo và khả năng thích ứng cao với công nghệ. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích nổi bật, việc ứng dụng AI cũng đặt ra nhiều thách thức về đạo đức, pháp lý và chất lượng đào tạo. Để tận dụng hiệu quả những tiềm năng mà AI mang lại, các cơ sở đào tạo ngành truyền thông tại Việt Nam cần chủ động đổi mới chương trình giảng dạy, tăng cường năng lực số cho giảng viên và sinh viên, đồng thời xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực phù hợp với xu thế chuyển đổi số. Chỉ khi đó, giáo dục truyền thông mới có thể bắt kịp tốc độ phát triển của công nghệ, góp phần tạo ra thế hệ những người làm truyền thông vừa có tư duy sáng tạo, vừa có khả năng làm chủ công nghệ hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bộ Giáo dục và Đào tạo, (2020), Quyết định số 749/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.

[2] Bộ Giáo dục và Đào tạo, (2022), Quyết định số 131/QĐTTg của Thủ tướng Chính phủ 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”.

[3] Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2019), “Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning”,

Center for Curriculum Redesign.

[4] Baidoo-Anu, D., & Ansah, O. L., “Education in the Era of Generative Artificial Intelligence (AI): Understanding the Potential Benefits of ChatGPT in Promoting Teaching and Learning”, *Journal of AI*, 7(1), 2023, p.52-62.

[5] Bozic, V., “Artificial Intelligence as the Reason and the Solution of Digital Divide”, *Language Education & Technology Journal*, 3(2), 2023, p.115-134.

[6] Li, H., “AI in Education: Bridging the Divide or Widening the Gap? Exploring Equity, Opportunities, and Challenges in the Digital Age”, *Advances in Education, Humanities and Social Science Research*, 8(1), 2023, p.355-360.

[7] Doãn Hồng Nhung, Nguyễn Xuân Bảo, Vũ Thị Hồng Hà, “Cơ hội và thách thức của trí tuệ nhân tạo trong giáo dục đại học, một số khuyến nghị đối với hoạt động đào tạo nghề Luật ở Việt Nam”, *Tap chí Công thương*, 2024, <https://tapchicongthuong.vn/co-hoi-va-thach-thuc-cua-tri-tue-nhan-tao-trong-giao-duc-dai-hoc--mot-so-khuyen-nghi-doi-voi-hoat-dong-dao-tao-nghe-luat-o-viet-nam-122067.htm>, Ngày truy cập 10/4/2025.

[8] Bùi Trọng Tài, Nguyễn Minh Tuấn, “Nghiên cứu ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo trong giáo dục tới hoạt động học tập của sinh viên”, *Tap chí Giáo dục*, 2024, <https://tcgd.tapchigiaoduc.edu.vn/index.php/tapchi/article/view/1863/793>, Ngày truy cập 10/04/2025.

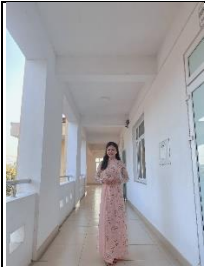
[9] Lê Anh Vinh, Trần Mỹ Ngọc, “Tác động của trí tuệ nhân tạo (AI) đối với hệ thống giáo dục toàn cầu và giáo dục Việt Nam”, *Tap chí khoa học giáo dục Việt Nam*, 2024, http://vjes.vnies.edu.vn/sites/default/files/khdgvn_-_tap_20_-_so_5_-1-11.pdf, Ngày truy cập 11/04/2025.

[10] EDUCAUSE, Artificial Intelligence in Higher Education: Applications, Challenges, and Impacts, 2022, <https://www.educause.edu>, Ngày truy cập 11/04/2025.

[11] Nam Du, “Đào tạo báo chí - truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số”, *Báo điện tử Kinh tế & Đô thị*, 2024, <https://kinhtedothi.vn/dao-tao-bao-chi-truyen-thong-trong-boi-can-chuyen-doi-so.html>, Ngày truy cập 13/04/2025.

[12] Thăng Quý, Phan Kiên, “Thách thức trong đào tạo báo chí thời đại truyền thông số”, *Báo điện tử quân đội nhân dân*, 2021, <https://www.qdnd.vn/van-hoa/doi-song/thach-thuc-trong-dao-tao-bao-chi-thoi-dai-truyen-thong-so-663255>, Ngày truy cập 13/04/2025.

Thông tin về tác giả



Trần Thị Phương Ly

- Năm 2022: Tốt nghiệp ngành Luật Kinh tế tại Trường Đại học Luật, Đại học Huế.
- Năm 2023 đến nay: Giảng viên tại Trường Đại học Luật, Đại học Huế.
- Chuyên ngành: Luật Tài chính, Luật Ngân hàng.
- Điện thoại: 0943415403

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA TRUYỀN THÔNG - GIÁO DỤC THỜI CHUYỂN ĐỔI SỐ: TỪ LÝ LUẬN ĐẾN THỰC TIỄN ĐẠI HỌC

OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF COMMUNICATION – EDUCATION IN THE DIGITAL TRANSFORMATION ERA: FROM THEORETICAL FOUNDATIONS TO UNIVERSITY PRACTICES

Cao Kỳ Nam

Trường Đại học Quy Nhơn

Cao Kỳ Nam

Quy Nhơn University; caokynam@qnu.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Cao Kỳ Nam (email: caokynam@qnu.edu.vn)

Tóm tắt - Bài viết phân tích mối quan hệ giữa truyền thông và giáo dục trong bối cảnh chuyển đổi số, với trọng tâm là truyền thông giáo dục tại các trường đại học. Trên nền tảng lý luận hiện đại và sự phát triển của các công nghệ số như AI, Big Data, IoT, tác giả chỉ ra những cơ hội vượt trội như cá nhân hóa học tập, kết nối tri thức toàn cầu, cũng như những thách thức như tin giả, bất bình đẳng số và thiếu hụt nhân lực truyền thông giáo dục chuyên nghiệp. Từ đó, bài viết đề xuất hệ thống giải pháp bao gồm: phát triển hạ tầng số, nâng cao năng lực số, tăng cường giáo dục công dân số và xây dựng chiến lược truyền thông nội bộ trong nhà trường. Kết luận nhấn mạnh vai trò thiết yếu của truyền thông giáo dục như một trụ cột chiến lược trong hệ sinh thái giáo dục đại học hiện đại.

Abstract - This paper analyzes the relationship between communication and education in the context of digital transformation, with a particular focus on educational communication in universities. Grounded in contemporary theoretical frameworks and the advancement of digital technologies such as AI, Big Data, and IoT, the author highlights key opportunities including personalized learning and global knowledge connectivity as well as challenges such as misinformation, digital inequality, and the shortage of professional educational communication personnel. Accordingly, the paper proposes a system of solutions, including the development of digital infrastructure, enhancement of digital competencies, promotion of digital citizenship education, and the establishment of internal communication strategies within schools. The conclusion emphasizes the essential role of educational communication as a strategic pillar in the ecosystem of modern higher education.

Từ khóa - Truyền thông giáo dục; chuyển đổi số; giáo dục đại học; công nghệ số; truyền thông số.

Keywords - Educational communication; digital transformation; higher education; digital technology; digital communication.

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển nhanh chóng và sâu rộng của công nghệ kỹ thuật số đang tái định hình không chỉ đời sống kinh tế - xã hội mà còn toàn bộ hệ sinh thái giáo dục và truyền thông toàn cầu. Trong bối cảnh đó, khái niệm “truyền thông giáo dục” nổi lên như một trụ cột chiến lược mới, đóng vai trò không chỉ trong việc lan tỏa tri thức mà còn góp phần định hình văn hóa học đường, tương tác học thuật và bản sắc của các trường đại học.

Kỷ nguyên số chứng kiến sự lên ngôi của các công nghệ như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT), điện toán đám mây (Cloud Computing), thực tế mở rộng (XR),... Những nền tảng này đã phá vỡ giới hạn không gian - thời gian của giáo dục truyền thống, đồng thời mở ra môi trường truyền thông mới mẻ, năng động, có khả năng tác động sâu sắc đến chất lượng đào tạo, quản trị học thuật và kết nối xã hội.

Trong bối cảnh hiện nay, việc nhận diện rõ các cơ hội và thách thức, đặc biệt trong lĩnh vực truyền thông giáo dục tại bậc đại học là cơ sở quan trọng để hoạch định chính sách, chiến lược và tổ chức triển khai hiệu quả hoạt động truyền thông - giáo dục trong thời đại số.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Mối quan hệ giữa truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số

Trong kỷ nguyên số, truyền thông và giáo dục không còn là hai lĩnh vực tách rời mà trở thành hai trụ cột song hành, hỗ trợ và thúc đẩy lẫn nhau. Giáo dục là quá trình truyền tải tri thức, kỹ năng và giá trị nhằm hình thành nhân cách, năng lực cho thế hệ kế tiếp; trong khi đó, truyền thông là hoạt động chuyển tải thông tin, cảm xúc và ý nghĩa trong xã hội. Khi công nghệ kỹ thuật số bùng nổ, đặc biệt với sự phổ biến của Internet, mạng xã hội, điện thoại thông minh và nền tảng trực tuyến, truyền thông đã trở thành một công cụ, một môi trường thiết yếu cho hoạt động giáo dục, đồng thời giáo dục lại có vai trò định hướng và nâng cao giá trị truyền thông.

Trước hết, truyền thông đóng vai trò là công cụ và môi trường cho giáo dục. Các nền tảng như mạng xã hội, báo điện tử, podcast, video học tập, ứng dụng di động đã trở thành những kênh giáo dục mới, giúp người học tiếp cận tri thức mọi lúc, mọi nơi, vượt qua giới hạn không gian và thời gian của phương thức giáo dục truyền thống. Các chiến dịch truyền thông trong cộng đồng về an toàn mạng, bảo vệ môi trường, sức khỏe cộng đồng đều mang tính giáo dục

sâu sắc, mở rộng ảnh hưởng của giáo dục ra ngoài phạm vi trường lớp. Đồng thời, giáo dục cũng định hướng nội dung truyền thông bằng việc đào tạo kỹ năng số, tư duy phản biện, năng lực nhận diện thông tin giả và bồi dưỡng giá trị đạo đức, từ đó hình thành trách nhiệm xã hội cho hoạt động truyền thông. Hơn nữa, truyền thông và giáo dục đang cùng kiến tạo nên một “kiến trúc học tập mới” - nơi công nghệ giáo dục (EdTech) phát triển mạnh mẽ, các mô hình học tập như lớp học ảo, mô phỏng thực tế ảo (VR/AR), micro-learning (học nhanh theo từng chủ đề nhỏ) ngày càng phổ biến, làm thay đổi phương thức tiếp nhận và xử lý tri thức của người học.

Bảng 1. Mối quan hệ giữa truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số

Khía cạnh	Tác động của truyền thông đối với giáo dục	Vai trò của giáo dục đối với truyền thông
Nội dung	Phổ biến tri thức rộng rãi, nhanh chóng	Định hướng nội dung có giá trị, tránh lệch lạc
Phương pháp học	Đa dạng hóa: học qua video, podcast, livestream	Đào tạo kỹ năng lựa chọn, khai thác truyền thông có chọn lọc
Môi trường học tập	Xây dựng không gian học tập mở, ảo	Phát triển năng lực tự học, tự kiểm soát
Kỹ năng số	Đòi hỏi người học làm chủ công nghệ	Giáo dục kỹ năng số, an toàn thông tin

2.2. Cơ hội đối với truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số

2.2.1. Tiếp cận tri thức toàn cầu nhanh chóng

Sự phát triển mạnh mẽ của Internet và công nghệ số đã làm mờ đi ranh giới địa lý, cho phép mọi người dễ dàng tiếp cận nguồn tri thức toàn cầu chỉ với một thiết bị kết nối mạng.

Theo dữ liệu của UNESCO, vào thời điểm đỉnh cao của đại dịch Covid-19 (tháng 4/2020), khoảng 1,6 tỷ học sinh và sinh viên tại hơn 190 quốc gia đã bị ảnh hưởng bởi việc đóng cửa trường học, tương đương với 94% dân số học sinh toàn cầu. Tuy nhiên, không phải tất cả những học sinh này đều có cơ hội tiếp cận với hình thức học tập trực tuyến.

Nền tảng MOOC như Coursera, edX, Udemy ghi nhận sự tăng trưởng người dùng vượt bậc. Đối với quốc gia và đối tác, Coursera phục vụ người học từ hơn 235 quốc gia và vùng lãnh thổ, hợp tác với hơn 325 đối tác đại học và chuyên gia ngành. Đối với nội dung học tập, Coursera là nền tảng cung cấp hơn 7.000 khóa học và chứng chỉ, bao gồm các chương trình cấp bằng cử nhân và thạc sĩ. Về thành tựu nghề nghiệp, theo khảo sát của Coursera năm 2023, 87% người học chứng chỉ chuyên nghiệp báo cáo có lợi ích nghề nghiệp, bao gồm thăng chức, tăng lương hoặc cơ hội việc làm mới.



Hình 1. Biểu đồ Số lượng người dùng đăng ký Coursera (Nguồn: Báo cáo tài chính của Coursera)

Qua biểu đồ 1 cho thấy giai đoạn 2020–2022 ghi nhận tốc độ tăng trưởng rất cao (gần 30%), phản ánh nhu cầu học trực tuyến tăng mạnh trong đại dịch Covid-19 là do Coursera đã tận dụng hiệu quả xu hướng chuyển dịch từ học trực tiếp sang học trực tuyến. Tăng trưởng có dấu hiệu chững lại sau đại dịch. Từ 2022 trở đi, tốc độ tăng trưởng bắt đầu giảm dần nhưng vẫn giữ ở mức ổn định. Giai đoạn 2023 - 2024, tốc độ chỉ còn khoảng 14.1% (trong 09 tháng đầu năm), cho thấy thị trường đang chuyển từ mở rộng sang duy trì chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm.

Về việc sử dụng các phần mềm giáo dục trực tuyến tại Việt Nam, trong thời gian qua, các nền tảng như: Khan Academy, Hocmai.vn, Onluyen.vn, VioEdu, Zoom, Google Meet, Microsoft Teams... Riêng với Khan Academy, với hơn 1 triệu tài khoản học, đứng thứ 3 thế giới (năm 2023), thứ 2 (năm 2024) về số người dùng ngoài Hoa Kỳ; triển khai tại hơn 1.300 trường học, với sự tham gia của hơn 10.000 giáo viên. Hocmai.vn, năm 2023, với hơn 3,5 triệu người dùng, cung cấp hơn 1.000 khóa học/năm; tăng trưởng người học trả phí >30%/năm đã góp phần đáng kể và việc đa dạng hoá hình thức học tập.

Thực tế cho thấy, đối với giáo dục đại học, truyền thông giúp người học tiếp cận dễ dàng với các kho tài liệu mở, thư viện số, tạp chí khoa học quốc tế, góp phần nâng cao dân trí, phát triển học thuật, thúc đẩy nghiên cứu khoa học và bình đẳng cơ hội giáo dục.

2.2.2. Cá nhân hóa và linh hoạt hóa việc nghiên cứu, học tập

Trước đây, giáo dục theo mô hình “một chương trình chung cho tất cả” dẫn tới tình trạng người học bị bó buộc trong khuôn khổ cứng nhắc. Ngày nay, công nghệ cho phép thiết kế nội dung học tập cá nhân hóa, phù hợp với nhịp độ và năng lực của từng người. Các hệ thống học tập thích ứng (adaptive learning) dựa trên AI như DreamBox Learning, Squirrel AI ở Trung Quốc, hay Duolingo trong học ngoại ngữ đã chứng minh hiệu quả vượt trội trong việc nâng cao thành tích học tập.

Ngoài ra, sự linh hoạt về thời gian, địa điểm học tập giúp người học chủ động sắp xếp lịch trình phù hợp với cuộc sống cá nhân, giảm thiểu rào cản địa lý, tài chính và thời gian. Truyền thông giáo dục trong các trường đại học có thể tận dụng cơ hội này để đa dạng hóa nội dung truyền thông theo phân khúc đối tượng: sinh viên, học viên cao học, giảng viên, phụ huynh..., tạo nên sự tiếp cận linh hoạt, gần gũi và phù hợp hơn với từng nhóm nhu cầu.

2.2.3. Công nghệ hỗ trợ tạo nội dung và tương tác

AI và các công cụ sáng tạo kỹ thuật số đã cách mạng hóa cách thức sản xuất nội dung giáo dục và truyền thông. Giảng viên có thể sử dụng các nền tảng như Canva để thiết kế bài giảng sinh động, dùng ChatGPT để hỗ trợ soạn giáo trình, hay ứng dụng công nghệ VR/AR để tổ chức các lớp học ảo nhập vai.

Bên cạnh đó, sự phổ biến của các hình thức truyền thông giáo dục đã mở ra những hình thức truyền tải thông tin đa dạng, hấp dẫn, tăng cường mức độ tương tác và tiếp nhận thông tin từ phía người học. Cuối năm 2023, Việt Nam có 244 cơ sở giáo dục đại học. Xuất phát từ bối cảnh mới và từ đặc điểm của sinh viên hiện nay, thực tế cho thấy truyền thông giáo dục trong các trường đại học đang là phương thức rất quan trọng để tuyển sinh, lan tỏa thông tin học thuật, phổ biến thành tựu nghiên cứu, quảng bá hoạt động đổi mới sáng tạo của sinh viên và giảng viên ra công chúng thông qua các nền tảng số như phần mềm quản lý sinh viên, quản lý đào tạo, hành chính sinh viên, website, youtube, fanpage, podcast học thuật, bản tin điện tử nội bộ, livestream... Nhiều trường đại học sử dụng các mô hình, hình thức truyền thông giáo dục, kết hợp tập trung và phân tán như: tổ hợp truyền thông đa nền tảng kết hợp truyền thông học thuật - thương hiệu - kết nối sinh viên; truyền thông kỹ thuật số lồng ghép vào chương trình học; truyền thông định hướng nghề nghiệp, quảng bá học bổng, chia sẻ câu chuyện sinh viên - giảng viên; hệ thống cổng thông tin khối ngành; bản tin học thuật chuyên sâu; truyền thông tích hợp đào tạo kỹ năng - định hướng nghề kết hợp truyền thông với hoạt động ngoại khóa, câu lạc bộ sinh viên, mô hình thực hành giáo dục truyền thông;... đã mang đến nhiều hiệu quả nổi bật.

2.2.4. Kết nối cộng đồng học tập toàn cầu

Không gian mạng đã mở rộng phạm vi giao lưu, hợp tác học thuật vượt qua giới hạn quốc gia. Các mạng xã hội học thuật như ResearchGate, Academia.edu cho phép các nhà nghiên cứu, sinh viên chia sẻ công trình, tìm kiếm đối tác và học hỏi lẫn nhau. Các hội thảo, hội nghị quốc tế trực tuyến ngày càng phổ biến, giúp tiết kiệm chi phí nhưng vẫn duy trì được chất lượng kết nối chuyên môn.

Việc hình thành các cộng đồng học tập trực tuyến cũng góp phần thúc đẩy văn hóa học tập suốt đời, khuyến khích tinh thần chủ động, sáng tạo và hợp tác toàn cầu trong nghiên cứu và phát triển tri thức.

2.3. Thách thức của truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số

2.3.1. Bất bình đẳng số

Mặc dù Internet và thiết bị thông minh đã trở nên phổ biến, nhưng sự chênh lệch về khả năng tiếp cận công nghệ vẫn là vấn đề lớn.

Báo cáo “Technology in education - GEM - Report 2023” của UNESCO đề cập rằng chỉ có 40% trường tiểu học, 50% trường trung học cơ sở và 65% trường trung học phổ thông trên toàn cầu có kết nối Internet, cho thấy sự chênh lệch lớn về hạ tầng kỹ thuật số giữa các cấp học và khu vực. Khoảng cách số không chỉ dừng lại ở cơ sở hạ tầng mà còn bao gồm cả năng lực sử dụng công nghệ và khả năng tận dụng thông tin.

Trước hết, bất bình đẳng số bắt đầu từ việc không phải ai cũng có thể tiếp cận công nghệ như Internet, thiết bị điện tử và phần mềm học tập, đặc biệt là ở vùng nông thôn và gia đình thu nhập thấp, dẫn đến sự phân chia cơ hội học tập và làm việc. Thêm vào đó, khả năng sử dụng công nghệ cũng là yếu tố quan trọng; thiếu kỹ năng số khiến nhiều người không tận dụng được các công cụ trực tuyến, làm tăng bất công trong giáo dục và nghề nghiệp. Đồng thời, bất bình đẳng số còn thể hiện sự chênh lệch giữa các tầng lớp xã hội, khi những người có điều kiện tài chính dễ dàng tiếp cận công nghệ, trong khi nhóm thu nhập thấp lại gặp khó khăn. Ngoài ra, vấn đề bảo mật và quyền riêng tư khiến những người thiếu kiến thức dễ bị lừa đảo hoặc mất quyền kiểm soát thông tin cá nhân. Trong giáo dục, sự thiếu đồng đều về công nghệ làm hạn chế cơ hội học trực tuyến, như trong bối cảnh đại dịch COVID-19, khi nhiều học sinh không có đủ thiết bị hoặc kết nối mạng. Cuối cùng, các công ty công nghệ lớn có thể làm trầm trọng thêm bất bình đẳng khi chỉ một bộ phận người dùng ở các quốc gia phát triển có đủ điều kiện sử dụng dịch vụ.

Tại các trường đại học, sự bất bình đẳng này thể hiện rõ giữa sinh viên các ngành công nghệ và các ngành xã hội - nhân văn, giữa các cơ sở giáo dục lớn ở trung tâm và các trường địa phương, giữa các loại hình nhà trường, gây khó khăn trong việc triển khai đồng đều các chiến dịch truyền thông nội bộ và truyền thông học thuật. Nếu cơ quan chức năng không có các chính sách can thiệp mạnh mẽ, bất bình đẳng số sẽ làm gia tăng chênh lệch giáo dục, kinh tế và xã hội giữa các vùng miền, nhóm dân cư.

2.3.2. Tin giả, thông tin sai lệch

Truyền thông số với tốc độ lan truyền nhanh chóng đã làm bùng phát vấn nạn tin giả (fake news) và thông tin sai lệch (misinformation). Theo báo cáo của We Are Social (2023), 64% người dùng Internet toàn cầu bày tỏ lo ngại về việc tiếp xúc với thông tin sai lệch [9].

Theo UNESCO, một phần lớn tin giả có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến giáo dục, nhất là khi học sinh và sinh viên tiếp cận thông tin không chính thống qua các nền tảng trực tuyến. Việc này làm giảm hiệu quả học tập và có thể gây ra hiểu biết sai lệch về các sự kiện lịch sử, khoa học và chính trị.

Một nghiên cứu của International Society for Technology in Education (ISTE) chỉ ra rằng, tin giả và thông tin sai lệch gây khó khăn cho giảng viên trong việc duy trì môi trường học tập chất lượng và chính xác.

Trong thực tiễn truyền thông giáo dục đại học, kể cả ở Việt Nam, việc lan truyền thông tin sai lệch hoặc không kiểm chứng qua các nhóm sinh viên, diễn đàn trường học, fanpage không chính thống có thể gây hiểu lầm về chính sách đào tạo, học phí, học bổng hoặc kỳ thi. Việc lập các trang, hội, nhóm tự do và dễ dàng có thể gây hiểu lầm về thông tin, đồng thời gây lộ thông tin cá nhân, là môi trường thuận lợi cho các đối tượng lừa đảo qua không gian mạng. Các phòng, trung tâm truyền thông của các trường đại học cần có cơ chế phản hồi nhanh, xây dựng hệ sinh thái thông tin đáng tin cậy và chủ động truyền thông phòng ngừa.

2.3.3. Suy giảm kỹ năng xã hội và tư duy phản biện

Suy giảm kỹ năng xã hội và tư duy phản biện là một trong những thách thức lớn của truyền thông và giáo dục trong kỷ nguyên số, cụ thể như:

Một là, việc quá phụ thuộc vào công nghệ có thể làm giảm khả năng giao tiếp trực tiếp giữa con người với nhau. Khi người học chủ yếu tương tác qua màn hình, các kỹ năng như lắng nghe, thảo luận và giải quyết xung đột trong môi trường xã hội thực tế bị suy giảm. Điều này dẫn đến việc thiếu sự phát triển kỹ năng giao tiếp và khả năng làm việc nhóm trong thế hệ trẻ;

Hai là, truyền thông số dễ dẫn đến tình trạng tiếp nhận thông tin một chiều, khiến người dùng thiếu khả năng phân tích và đánh giá thông tin một cách khách quan. Các nền tảng truyền thông xã hội và công cụ tìm kiếm dễ dàng đưa ra các thông tin phù hợp với sở thích cá nhân, điều này có thể làm giảm khả năng tư duy phản biện. Người dùng dễ dàng tiếp nhận thông tin mà không suy nghĩ sâu sắc về độ chính xác hoặc tính khách quan của nó, dẫn đến sự hình thành quan điểm편見;

Ba là, trong môi trường giáo dục, việc sử dụng công nghệ để thay thế hình thức học tập truyền thống có thể làm giảm sự tương tác trực tiếp giữa thầy và trò, khiến học sinh thiếu cơ hội phát triển kỹ năng tư duy phản biện qua các cuộc thảo luận, tranh luận hoặc các hoạt động nhóm. Việc ứng dụng AI trong giáo dục mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho người học. Tuy nhiên, mặt trái của việc lệ thuộc vào công cụ AI cũng đặt ra những vấn đề đáng lo ngại. Việc sử dụng AI một cách thụ động, thiếu định hướng dễ khiến người học bị “lười tư duy”, ỷ lại vào phản hồi máy móc mà không tự mình đào sâu suy nghĩ hay kiểm chứng tính đúng sai của thông tin.

Truyền thông giáo dục nếu thiếu định hướng cũng có thể tạo ra những thông tin hời hợt, cảm tính. Việc lạm dụng mạng xã hội để tương tác mà thiếu kiểm duyệt có thể làm xói mòn năng lực phản biện và giao tiếp thực tế của sinh viên.

2.3.4. Áp lực đổi mới và thiếu hụt nhân lực số

Kỷ nguyên số không chỉ mang đến cơ hội mà còn tạo ra những thách thức nghiêm trọng đối với truyền thông và giáo dục, trong đó, áp lực đổi mới và thiếu hụt nhân lực số là hai yếu tố đáng chú ý, cụ thể:

Một là, áp lực đổi mới trong giáo dục và truyền thông. Các phương pháp giảng dạy truyền thống đang dần bị thay thế bởi các hình thức học tập trực tuyến, sử dụng công nghệ ảo và các công cụ học tập số. Tuy nhiên, sự đổi mới này không phải lúc nào cũng diễn ra suôn sẻ. Các trường học, cơ sở giáo dục chưa thể nhanh chóng cập nhật hệ thống giảng dạy và cơ sở vật chất phù hợp với yêu cầu mới. Chẳng hạn, trong đại dịch COVID-19 trước đây, khi học trực tuyến trở thành xu hướng chủ đạo, nhiều trường học (kể cả trường đại học) gặp khó khăn trong việc cung cấp đủ thiết bị, phần mềm và đào tạo cho giáo viên về phương pháp giảng dạy trực tuyến. Nghiên cứu của UNESCO (2022) cho thấy, chỉ 50% trường học trên toàn cầu có khả năng chuyển sang hình thức học trực tuyến khi đại dịch bùng phát, do thiếu cơ sở vật chất, kỹ năng số và kiến thức về công nghệ [7]. Điều này làm gia tăng sự chênh lệch về cơ hội học tập, đặc biệt ở các khu vực nông thôn, các quốc

gia đang phát triển;

Hai là, thiếu hụt nhân lực số. Để thực hiện các yêu cầu của kỷ nguyên số, cần có một đội ngũ nhân lực có kỹ năng số cao. Tuy nhiên, thực tế hiện nay đang chứng kiến sự thiếu hụt trầm trọng nhân lực có khả năng phát triển và vận hành các công nghệ số trong giáo dục và truyền thông. Theo một khảo sát của World Economic Forum, nhiều tổ chức giáo dục trên toàn cầu cho biết họ đang gặp khó khăn trong việc tuyển dụng giáo viên và nhân viên có kỹ năng công nghệ phù hợp. Điều này đặc biệt nghiêm trọng ở các nước đang phát triển, nơi nguồn nhân lực không đủ mạnh để đáp ứng nhu cầu của thị trường công nghệ;

Tại các trường đại học ở Việt Nam trong giai đoạn chuyển đổi số, nhiều giảng viên đã gặp phải khó khăn trong việc ứng dụng công nghệ mới vào giảng dạy vì thiếu kỹ năng về các công cụ dạy học trực tuyến, không quen với việc tạo dựng các bài giảng số hóa hay sử dụng các phần mềm tương tác với sinh viên trong lớp học trực tuyến. Đồng thời, một khảo sát do Bộ Giáo dục và Đào tạo thực hiện vào tháng 02/2021 với sự tham gia của hơn 95.000 giáo viên cho thấy 20% giáo viên khẳng định dạy học trực tuyến không hiệu quả, phản ánh những thách thức trong việc áp dụng công nghệ vào giảng dạy;

Ba là, sự chênh lệch trong việc tiếp cận công nghệ và cơ hội đào tạo kỹ năng số. Các khu vực thành thị có điều kiện phát triển mạnh về công nghệ, trong khi các khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa lại thiếu thốn các cơ sở hạ tầng và nguồn lực để triển khai đổi mới trong giáo dục và truyền thông. Điều này không chỉ làm tăng khoảng cách giữa các nhóm học sinh, sinh viên mà còn làm tăng sự phân biệt trong thị trường lao động.

2.3.5. Yếu tố khung pháp lý và đạo đức số chưa hoàn thiện

Trong kỷ nguyên số, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ cũng tạo ra thách thức không nhỏ về yếu tố pháp lý và đạo đức trong truyền thông và giáo dục.

Trong khi công nghệ số phát triển vượt bậc, các quy định pháp lý liên quan đến truyền thông và giáo dục trực tuyến vẫn còn nhiều bất cập. Các văn bản pháp luật hiện hành chưa theo kịp sự thay đổi của công nghệ, dẫn đến việc áp dụng không đồng đều và thiếu hiệu quả trong việc điều chỉnh các hoạt động số. Ví dụ, quyền sở hữu dữ liệu cá nhân, bảo vệ thông tin riêng tư của người học và giáo viên, cũng như các vấn đề liên quan đến việc phát tán thông tin sai lệch, hiện vẫn chưa có một khung pháp lý rõ ràng và đầy đủ để bảo vệ người sử dụng.

Trong lĩnh vực giáo dục, trong bối cảnh chuyển đổi số, nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam vẫn chưa có các quy định chính thức, đầy đủ về việc cung cấp và sử dụng các nền tảng học trực tuyến cũng như trách nhiệm của các công ty cung cấp dịch vụ này. Điều này dẫn đến việc thiếu sự bảo vệ hợp pháp cho người dùng, đặc biệt là học sinh, sinh viên khi sử dụng các nền tảng học trực tuyến.

Báo cáo “Global Education Monitoring Report 2020: Inclusion and education: All means all” của UNESCO chỉ ra rằng chỉ có khoảng 10% các quốc gia có luật đảm bảo đầy đủ việc hòa nhập trong giáo dục, điều này phản ánh sự thiếu hụt trong các chính sách hỗ trợ giáo dục trực tuyến và

hòa nhập, gây ra sự bất ổn và khó khăn cho việc thực thi các quy định liên quan đến chất lượng trong giáo dục số.

Đạo đức trong môi trường số, đặc biệt là trong truyền thông và giáo dục, đang trở thành một vấn đề cấp bách. Việc sử dụng công nghệ không có sự kiểm soát hoặc hướng dẫn đúng đắn có thể dẫn đến các hành vi sai trái, từ việc lan truyền thông tin giả mạo đến việc vi phạm quyền riêng tư và quyền lợi của người dùng. Trong giáo dục, điều này thể hiện rõ qua việc gian lận học tập trực tuyến, vi phạm bản quyền các tài liệu học tập, hay việc khai thác và sử dụng trái phép dữ liệu của người học.

Một trong những vấn đề nổi bật trong giáo dục trực tuyến là khi các nền tảng học tập số không có đủ cơ chế giám sát, một số học sinh, sinh viên đã lợi dụng các công cụ này để gian lận. Điều này không chỉ làm giảm chất lượng giáo dục mà còn vi phạm đạo đức trong môi trường học tập.

Đối với truyền thông giáo dục đại học, khung pháp lý chưa đầy đủ dễ dẫn đến vi phạm quyền riêng tư sinh viên (công khai thông tin cá nhân), thiếu quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông hoặc sử dụng hình ảnh người học mà không xin phép. Những điều này ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín nhà trường và môi trường học tập.

Ngoài ra, các công ty công nghệ, khi cung cấp các nền tảng giáo dục số, cũng phải đối mặt với những vấn đề đạo đức như việc thu thập dữ liệu cá nhân từ người học mà không có sự đồng ý đầy đủ hoặc việc lạm dụng các dữ liệu này vào mục đích thương mại. Sự thiếu hụt quy định rõ ràng về bảo mật và đạo đức số đã khiến nhiều người dùng cảm thấy lo ngại về việc dữ liệu cá nhân của họ có thể bị lạm dụng.

Mặc dù các quốc gia đã bắt đầu xây dựng các khung pháp lý để bảo vệ quyền lợi của người sử dụng trong không gian số, nhưng việc áp dụng các quy định này vẫn gặp phải sự phân tán và thiếu đồng nhất giữa các quốc gia và khu vực. Các nền tảng truyền thông và giáo dục số là những dịch vụ xuyên biên giới, nên việc thực thi các quy định trở nên phức tạp. Hơn nữa, những quy định này còn phải đối mặt với sự phát triển không ngừng của công nghệ, khiến cho công tác quản lý, giám sát và điều chỉnh ngày càng khó khăn hơn.

2.4. Một số định hướng và giải pháp

Thứ nhất, tăng đầu tư công nghệ và hạ tầng số toàn dân:

Để thu hẹp khoảng cách số và đảm bảo cơ hội tiếp cận giáo dục - truyền thông số một cách công bằng, Nhà nước, các trường học cần tăng cường đầu tư vào hạ tầng viễn thông, đặc biệt tại các vùng khó khăn. Việc triển khai mạng Internet tốc độ cao, phổ cập thiết bị thông minh cho học sinh, sinh viên và người dân cần được lồng ghép với các chương trình phát triển kinh tế - xã hội địa phương. Bên cạnh đó, xây dựng hệ thống thư viện số quốc gia, trung tâm học liệu mở miễn phí, ngân hàng bài giảng điện tử chuẩn hóa cũng sẽ tạo điều kiện thúc đẩy học tập suốt đời và tiếp cận tri thức bình đẳng. Nhà nước cần có cơ chế ưu đãi thuế, hỗ trợ tín dụng cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực edtech, mediatech nhằm khuyến khích đổi mới sáng tạo.

Thứ hai, phát triển năng lực số toàn diện:

Giáo dục năng lực số cần trở thành yêu cầu bắt buộc trong hệ thống giáo dục quốc dân. Các chương trình đào tạo cần tích hợp kỹ năng tìm kiếm, đánh giá, sáng tạo và bảo mật thông tin số từ bậc phổ thông đến đại học. Đối với đội ngũ nhà giáo, nhân sự truyền thông, cần xây dựng chương trình bồi dưỡng thường xuyên về công nghệ số, khai thác AI trong giảng dạy và truyền thông, phân tích dữ liệu lớn, quản trị lớp học trực tuyến. Các trường sư phạm, trường báo chí nên cập nhật khung năng lực số trong đào tạo giáo viên thế hệ mới, gắn lý thuyết với thực hành thực tế.

Thứ ba, giáo dục truyền thông - công dân số:

Trong bối cảnh bùng nổ thông tin, giáo dục truyền thông (media literacy) và giáo dục công dân số (digital citizenship) cần được đưa vào chương trình giáo dục chính quy, từ cấp tiểu học. Nội dung đào tạo bao gồm kỹ năng phân tích tin tức, nhận diện tin giả, đánh giá đa chiều, tôn trọng quyền riêng tư, an toàn trên mạng và ý thức trách nhiệm khi tham gia môi trường số. Các hoạt động trải nghiệm sáng tạo như dự án truyền thông số, diễn đàn thảo luận trực tuyến, chiến dịch chống tin giả nên được khuyến khích lồng ghép vào môn học, nhằm rèn luyện kỹ năng thực tiễn cho học sinh, sinh viên.

Thứ tư, tăng cường truyền thông giáo dục trong môi trường đại học:

Truyền thông giáo dục trong các trường đại học giữ vai trò then chốt trong việc xây dựng hình ảnh nhà trường, truyền cảm hứng học tập, định hướng giá trị và kết nối cộng đồng sinh viên - giảng viên - xã hội. Trong kỷ nguyên số, truyền thông giáo dục không chỉ là kênh quảng bá tuyển sinh, mà còn là nền tảng để lan tỏa tri thức, đổi mới phương pháp giảng dạy và phát triển văn hóa học đường hiện đại.

Thực tiễn tại nhiều trường đại học ở Việt Nam như Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học Quốc gia Hồ Chí Minh, Trường Đại học FPT, Trường Đại học Quy Nhơn, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân... cho thấy các hoạt động truyền thông nội bộ (fanpage, bản tin, video ngắn về học thuật, diễn đàn sinh viên...) đã góp phần nâng cao nhận diện thương hiệu và tạo ra không gian học tập năng động, tích cực. Tuy nhiên, vẫn còn không ít trường gặp khó khăn do thiếu đội ngũ nhân sự chuyên trách truyền thông và thiếu định hướng chiến lược truyền thông giáo dục dài hạn hoặc chưa tận dụng hết tiềm năng công nghệ số.

Do đó, các trường đại học cần xây dựng, phát triển trung tâm truyền thông chuyên biệt, kết nối chặt chẽ với phòng đào tạo, phòng công tác sinh viên, viện nghiên cứu nhằm đẩy mạnh nội dung truyền thông học thuật, gương điển hình học tập, phổ biến chính sách học bổng, định hướng nghề nghiệp. Truyền thông giáo dục cũng cần đóng vai trò phản biện và định hướng dư luận sinh viên trong bối cảnh khủng hoảng thông tin ngày càng gia tăng.

Thứ năm, hợp tác công - tư và hợp tác quốc tế:

Phát triển giáo dục và truyền thông số đòi hỏi sự chung tay của nhiều bên. Nhà nước cần chủ động xây dựng cơ chế hợp tác công - tư (PPP) linh hoạt, tạo điều kiện cho doanh

nghiệp đầu tư vào hạ tầng công nghệ, nền tảng học tập, sáng tạo nội dung số. Các chương trình hợp tác quốc tế về edtech, phát triển giáo dục mở (OER), nghiên cứu chung về AI trong giáo dục nên được đẩy mạnh. Việt Nam cần tích cực tham gia các sáng kiến toàn cầu như UNESCO Futures of Education, Diễn đàn Xã hội Thông tin Thế giới (WSIS) để nâng cao năng lực hội nhập và chia sẻ tri thức quốc tế.

Đồng thời, cần thiết lập mạng lưới hợp tác giữa các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp công nghệ để cùng phát triển giải pháp chuyển đổi số trong giáo dục và truyền thông phù hợp với đặc thù Việt Nam.

3. Kết luận

Chuyển đổi số mang lại cơ hội rất lớn cho giáo dục và truyền thông, đặc biệt là truyền thông giáo dục trong các trường đại học. Việc nhận diện rõ thực trạng, phát triển chính sách công, năng lực số và đạo đức số là yếu tố then chốt để tận dụng công nghệ cho phát triển bền vững. Thực tiễn tại các cơ sở giáo dục đại học ở Việt Nam cho thấy truyền thông giáo dục cần được nhìn nhận không chỉ như một công cụ hỗ trợ, mà là một chiến lược phát triển toàn diện. Trong tương lai, nghiên cứu sâu hơn về vai trò của truyền thông giáo dục trong thúc đẩy chất lượng đào tạo, xây dựng văn hóa học đường và tăng cường tương tác học thuật sẽ góp phần hoàn thiện mô hình giáo dục đại học hiện đại, nhân văn, thích ứng với thời đại số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Nguyễn Bình Huy, Trần Hải Anh, Nguyễn Hữu Tâm, “Chuyển đổi số - xu hướng tất yếu trong giáo dục đại học ở Việt Nam hiện nay”, Tạp chí Công Thương, 2023, [Online] Available: <https://tapchicongthuong.vn/chuyen-doi-so-xu-huong-tat-yeu-trong-giao-duc-dai-hoc-o-viet-nam-hien-nay-108880.htm>, 01/5/2025.

[2] Trần Thanh Khiết, “Tác động của chuyển đổi số đối với giáo dục đại học ở Việt Nam hiện nay”, Tạp chí Quản lý nhà nước, 2024, [Online] Available: <https://www.quanlynhanuoc.vn/2024/12/26/tac-dong-cua-chuyen-doi-so-doi-voi-giao-duc-dai-hoc-o-viet-nam-hien-nay/>, 01/5/2025.

[3] McLuhan, M, *Understanding media: The extensions of man*, MIT Press, 1964.

[4] Hoàng Trọng Nghĩa và Nguyễn Văn Huân, “Chuyển đổi số trong giáo dục đại học ở Việt Nam”, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 2024, [Online] Available: <https://kinhtevadubao.vn/chuyen-doi-so-trong-giao-duc-dai-hoc-o-viet-nam-30674.html>, 01/5/2025.

[5] Thủ tướng chính phủ, Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03 tháng 6 năm 2020 về phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, 2020.


[6] Lâm Việt Tùng, “Giáo dục Việt Nam thời kỳ chuyển đổi số: Thực trạng, thách thức và giải pháp đột phá”, Tạp chí Thông tin & Truyền thông, 2025, [Online] Available: <https://ictvietnam.vn/giao-duc-viet-nam-thoi-ky-chuyen-doi-so-thuc-trang-thach-thuc-va-giai-phap-dot-pha-68618.html>, 01/5/2025.

[7] UNESCO, *Digital learning and transformation in education*, 2022.

[8] UNICEF Việt Nam, Báo cáo bất bình đẳng giáo dục trong học trực tuyến, 2022.

[9] We Are Social & Hootsuite, *Global digital report 2023*, (2023).

Thông tin về tác giả

	<p>Cao Kỳ Nam:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu tốt nghiệp: Cử nhân ngành Hành chính học vào năm 2008 tại Học viện Hành chính quốc gia; Thạc sĩ ngành Quản lý công vào năm 2015 tại Học viện Hành chính quốc gia; hiện đang là nghiên cứu sinh ngành Quản lý công tại Học viện Hành chính và Quản trị công.- Tóm tắt công việc hiện tại: giảng viên, nghiên cứu, giảng dạy ngành Quản lý nhà nước, ngành Luật tại Khoa Lý luận chính trị - Luật và Quản lý nhà nước, Trường Đại học Quy Nhơn.- Lĩnh vực quan tâm: Quản lý công; pháp lý.- Điện thoại: 0856259842.
--	---

CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG TUYỂN SINH CỦA CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở MIỀN BẮC VIỆT NAM

ADMISSION COMMUNICATION WORK OF UNIVERSITIES IN NORTHERN VIETNAM

Bùi Mai Lan¹, Đoàn Thu Hà², Nguyễn Hoàng Hà³, Lê Văn Dũng³, Trương Đình Đức^{3}*

¹*Trường Đại học Hùng Vương;*

²*Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương;*

³*Đại học Kinh tế Quốc dân*

Bui Mai Lan¹, Doan Thu Ha², Nguyen Hoang Ha³, Le Van Dung³, Truong Dinh Duc^{3}*

¹*Hung Vuong University; builanhv@gmail.com*

²*National University of Art Education; doanthuha10@gmail.com*

³*National Economics University; hoangha@neu.edu.vn*

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Truong Dinh Duc (email: ductd@neu.edu.vn)*

Tóm tắt - Công tác tuyển sinh của các trường đại học, cao đẳng ở Việt Nam nói chung và miền bắc nước ta nói riêng trong năm 2024 đã diễn ra thuận lợi và đạt được nhiều kết quả tích cực hơn so với năm 2023. Tỷ lệ các trường có số sinh viên nhập học trên 80% năm 2024 đã tăng hơn 8% so với năm 2023. Điều này cho thấy hiệu quả của công tác truyền thông tuyển sinh trong các cơ sở giáo dục đã tăng lên trong năm 2024. Kết quả điều tra cho thấy 85% sinh viên cho biết nếu có cơ hội lựa chọn lại thì họ vẫn tiếp tục đăng ký ngành mình đang theo học. Trong bài báo này, chúng tôi tiến hành đánh giá những điểm tồn tại và những yếu tố cần cải thiện để có thể nâng cao hiệu quả truyền thông tuyển sinh trong các cơ sở giáo dục đại học ở miền bắc Việt Nam.

Từ khóa - Đại học chính quy; truyền thông; tuyển sinh; giáo dục đại học.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, nguồn thu của các cơ sở giáo dục đại học (ĐH) ở Việt Nam đến từ nhiều nguồn khác nhau tùy theo mức độ tự chủ của các trường. Đối với ĐH Kinh tế Quốc dân Hà Nội (NEU) - một trong 3 trường ĐH hoạt động tự chủ cao đầu tiên ở Việt Nam, cơ cấu nguồn thu có sự thay đổi, trong đó 2% nguồn thu đến từ ngân sách nhà nước, 0,38% đến từ các hoạt động nghiên cứu và chuyển giao, 21% đến từ các hoạt động khác và 77% đến từ nguồn thu học phí trong năm 2022. Đối với Trường ĐH Hùng Vương - HVU (Phú Thọ), cơ cấu nguồn thu của Trường cũng có sự thay đổi và khác với Đại học Kinh tế Quốc dân trong cùng năm 2022. Trong đó, nguồn thu của Trường đến từ nguồn ngân sách (57%), học phí (25%), nghiên cứu và chuyển giao (3%) và các nguồn thu khác là khoảng 15% [12]. Đối với Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương - NUAE, nguồn thu từ ngân sách nhà nước năm 2023 là 55,6%, từ học phí là 29,2%, từ nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ là 0,7% và các nguồn khác là 14,5% [17]. Nhìn tổng thể chung đối với hầu hết các Trường ĐH ở Việt Nam, nguồn thu chủ yếu của các trường đến từ hai nguồn chính là tiền ngân sách nhà nước và tiền học phí trừ một số trường thuộc khối sức khỏe ví dụ như đối với Trường ĐH Y Hà Nội, trong năm 2022, 25,4% nguồn thu của nhà trường đến từ ngân sách nhà nước, 39,8% đến từ các hoạt động nghiên cứu và chuyển giao, 4,3% đến từ các

Abstract - The enrollment work of universities and colleges in Vietnam in general and in the northern of Viet Nam in particular in 2024 has been smooth and achieved more positive results than in 2023. The rate of higher education institutions with over 80% of students enrolled in 2024 has increased by more than 8% compared to 2023. This shows that the effectiveness of enrollment communication work in educational institutions has increased in 2024. The survey results show that 85% of students said that if they had the opportunity to choose again, they would continue to register for the major they are studying. In this report, we assess the shortcomings and factors that need to be improved to enhance the effectiveness of enrollment communication in higher education institutions in northern Vietnam.

Keywords - Regular university; communications; admissions; higher education.

hoạt động khác và 30,4% đến từ nguồn thu học phí [12]. Nhìn chung, đối với hầu hết các trường ĐH (ngoài khối trường ĐH đào tạo khối ngành chăm sóc sức khỏe) thì nguồn thu chính của các trường đến từ nguồn học phí của sinh viên. Do đó, công tác truyền thông tuyển sinh và công tác chăm sóc người học là hai trong những nhiệm vụ trọng tâm của nhiều trường ĐH hiện nay ở nước ta. Đây là hai nhiệm vụ quan trọng và luôn song hành cùng nhau trong mỗi trường ĐH.

Khác với công tác chăm sóc người học có nhiệm vụ chính là làm cho người học hài lòng khi học tập tại trường nhằm mục đích giữ chân họ tiếp tục học tập trong cơ sở giáo dục ĐH cho đến khi tốt nghiệp và có thể đăng ký học tập ở bậc cao hơn, công tác truyền thông tuyển sinh có nhiệm vụ tạo nguồn đăng ký đầu vào có chất lượng cho các nhà trường. Quyết định lựa chọn theo học một trường ĐH cơ bản dựa trên nhu cầu được học tập, trải nghiệm và sinh hoạt như là một sinh viên của trường ĐH đó. Sinh viên có xu hướng lựa chọn những cơ sở giáo dục ĐH đáp ứng được nhiều nhu cầu của người học hơn. Nghiên cứu của nhóm tác giả [15] cho thấy công tác truyền thông tuyển sinh có mức độ ảnh hưởng 12,75% đến quyết định học hệ từ xa tại Trường ĐH Mở Hà Nội. Tuy nhiên, cũng theo nghiên cứu của nhóm tác giả này thì nội dung tư vấn tuyển sinh là yếu tố có tác động mạnh nhất đến quyết định lựa chọn hệ từ xa của sinh viên hệ từ xa Trường ĐH Mở Hà Nội.

Một số nghiên cứu đã cho thấy truyền thông tuyển sinh đã tác động đến một số yếu tố như tỷ lệ giữ chân sinh viên, chất lượng sinh viên và thương hiệu của một trường ĐH trong dài hạn [2], [19], [9], [5]. Truyền thông tuyển sinh tác động đến tỷ lệ giữ chân sinh viên thông qua việc định hướng kỳ vọng thực tế và việc gắn kết cộng đồng sớm. Sinh viên có được cái nhìn đúng đắn về trường, qua đó giảm sự vỡ mộng và chuyển đổi nguyên vọng giữa chừng thông qua một chiến lược truyền thông minh bạch và nhất quán [19]. Thông qua các diễn đàn tân sinh viên và mạng xã hội, truyền thông hỗ trợ việc xây dựng cộng đồng sinh viên. Qua đó, truyền thông định hướng tân sinh viên có cảm giác thuộc về - một nhân tố được [2] chứng minh có khả năng làm tăng tỷ lệ giữ chân sinh viên. Truyền thông tuyển sinh giúp sinh viên giới định hình nhận thức và hành vi chọn trường của họ bên cạnh hoạt động quảng bá hình ảnh. Qua đó, truyền thông tuyển sinh tác động đến chất lượng sinh viên nhập học. Sinh viên được chọn thường chọn được trường phù hợp hơn và có động lực học tập tốt hơn khi thông điệp truyền thông phản ánh đúng môi trường học thuật, triết lý đào tạo và cơ hội nghề nghiệp [5]. Tác động của truyền thông có thể giúp một trường tuyển sinh thành công, từng bước vươn lên trở thành thương hiệu nổi tiếng quốc tế như trường hợp VinUni ở nước ta.

Ngoài việc sử dụng các phương pháp truyền thông tuyển sinh truyền thống, các trường ĐH hiện nay đã đẩy mạnh công tác truyền thông tuyển sinh qua các mạng xã hội như Facebook. Phương pháp này đã trở thành phương pháp truyền thông tuyển sinh chủ đạo trong giai đoạn giãn cách xã hội do đại dịch Covid-19 [18].

Tóm lại, việc định hướng nghề nghiệp cho học sinh và việc ra quyết định lựa chọn cơ sở giáo dục ĐH của học sinh là những công việc quan trọng đối với tương lai của các em học sinh nói riêng và sự phát triển lâu dài của xã hội nói chung. Nếu các em học sinh lựa chọn đúng ngành nghề, đúng sở thích và đúng năng lực của mình sẽ giúp các em thêm gắn bó với trường ĐH cũng như giảm thiểu chi phí, thời gian cho toàn xã hội. Trong báo cáo này, chúng tôi tiến hành nghiên cứu hiệu quả truyền thông tuyển sinh ở 3 trường ĐH ở miền bắc Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu và xử lý số liệu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Việc lựa chọn ngành/chuyên ngành trong trường ĐH là một trong những quyết định kinh tế quan trọng nhất mà một người có thể đưa ra. Các chuyên ngành có liên quan đến mức thu nhập rất khác nhau sau khi một người tốt nghiệp ĐH [1]. Sự khác biệt trong các mức thu nhập này có mối quan hệ nhân quả. Người tốt nghiệp trong cùng một chuyên ngành có thể thu được mức thu nhập lớn hơn từ việc theo học trong một tổ chức giáo dục có uy tín hơn [10]. Nhưng các chuyên ngành cũng khác nhau theo nhiều khía cạnh khác, chẳng hạn như triển vọng việc làm, cân bằng giữa công việc và cuộc sống, khả năng tốt nghiệp, độ khó của khóa học và thành phần sinh viên.

Thấy được tầm quan trọng của việc quyết định chọn chuyên ngành học trong trường ĐH nên nhiều nhà khoa học đã công bố nhiều tài liệu nghiên cứu về các yếu tố quyết định việc lựa chọn chuyên ngành học, xác định cả

các yếu tố liên quan đến công việc và không liên quan đến công việc là quan trọng. Mặc dù lợi nhuận từ tiền lương từ chuyên ngành theo học được đánh giá là quan trọng đối với sinh viên [11], [20], nhiều bài báo lập luận rằng sở thích của sinh viên đối với các khía cạnh phi tài chính của chuyên ngành quan trọng hơn và có thể giải thích phần lớn khoảng cách giới tính được quan sát thấy trong các lựa chọn chuyên ngành [13], [7], [3]. Tuy nhiên, những sở thích này giống như một hộp đen bí ẩn. Việc xác định những yếu tố nào ảnh hưởng đến sự lựa chọn chính và tầm quan trọng tương đối của chúng là rất khó và đòi hỏi những giả định vững chắc nếu sử dụng các lựa chọn chính đã quan sát được.

Năm 1981, Chapman đã đề xuất mô hình ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn cơ sở giáo dục ĐH. Nghiên cứu của [4] cũng đã tóm tắt những gì đã biết về quá trình mà sinh viên và gia đình họ đã trải qua khi đưa ra quyết định về việc lựa chọn trường ĐH. Mô hình này cho thấy quyết định lựa chọn cơ sở giáo dục ĐH dựa trên 02 nhóm nhân tố quan trọng nhất: nhóm nhân tố bên ngoài và nhóm nhân tố bên trong. Nhóm nhân tố bên ngoài bao gồm: những người gần gũi với học sinh như bố mẹ, thầy cô giáo và bạn bè cùng trường; sự cố gắng của trường ĐH trong việc tiếp xúc với học sinh thông qua công tác tư vấn tuyển sinh và các tài liệu có sẵn; các đặc điểm của cơ sở giáo dục ĐH ví dụ như địa điểm, ngành học, học bổng, hỗ trợ tài chính, học phí... Nhóm các nhân tố bên trong học sinh bao gồm: kết quả học tập của học sinh; mức độ giáo dục và năng lực của học sinh. Quá trình hình thành sớm của các nhân tố trong hai nhóm trên sẽ ảnh hưởng lớn đến học sinh trong việc tìm hiểu thông tin và quá trình ra quyết định lựa chọn trường ĐH.

Theo nghiên cứu của [8], ý định của học sinh trung học phổ thông trong việc lựa chọn cơ sở giáo dục ĐH có tác động trực tiếp từ các yếu tố như sự quan tâm của học sinh về danh tiếng của trường ĐH, về môi trường học tập và cơ sở vật chất của Nhà trường; sự tham gia của các nhóm tư vấn như lời khuyên từ đơn vị tuyển sinh, thầy cô, bạn bè, gia đình; chi phí sinh hoạt và học phí cũng như các hoạt động tổ đội nhóm trong trường ĐH.

2.2. Thu thập và xử lý số liệu

Nghiên cứu được tiến hành thông qua khảo sát online sinh viên đang học tại 03 trường ĐH là Trường ĐH Hùng Vương (Phú Thọ), Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương và ĐH Kinh tế Quốc dân. Bảng hỏi được gửi tới các lớp sinh viên thông qua các giáo viên của 03 trường này. Có 320 sinh viên tham gia trả lời bảng hỏi trong khoảng thời gian 02 tuần từ 12/3/2025 đến 24/3/2025. Các sinh viên tham gia trả lời khảo sát trên tinh thần hoàn toàn tự nguyện. Số liệu thu được được xử lý ban đầu qua Microsoft Excel và sau đó là trên phần mềm SPSS ver26.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

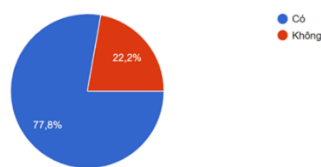
Trên bảng 1, ta thấy, trong số 320 sinh viên tham gia trả lời phỏng vấn có 174 sinh viên nữ (chiếm 54,4%) và 146 nam sinh (chiếm 45,6%). Về độ tuổi của sinh viên, trong số 320 sinh viên này có 13 sinh viên 18 tuổi (chiếm 4,1%), 39 sinh viên 19 tuổi (chiếm 12,2%), 105 sinh viên 20 tuổi (chiếm 32,8%), 60 sinh viên 21 tuổi (chiếm 18,8%), 65 sinh viên 22 tuổi (chiếm 20,3%) và 38 sinh viên thuộc các lứa tuổi khác (chiếm 11,9%).

Bảng 1. Mô tả đặc điểm của sinh viên

Mô tả	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Nam	146	45,6
Nữ	174	54,4
Tuổi		
18	13	4,1
19	39	12,2
20	105	32,8
21	60	18,8
22	65	20,3
Khác	38	11,9
Cơ sở giáo dục ĐH		
HUV	82	25,6
NUAE	175	54,7
NEU	63	19,7
Sinh viên		
Năm thứ 1	48	15
Năm thứ 2	148	46,3
Năm thứ 3	58	15,1
Năm thứ 4	66	20,6

Nguồn: Điều tra của nhóm tác giả

Số sinh viên đến từ Trường ĐH Hùng Vương (Phú Thọ) là 82 sinh viên (25,6%). Số sinh viên đến từ Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương là 175 sinh viên (chiếm 54,7%). ĐH Kinh tế Quốc dân có 63 sinh viên tham gia trả lời phỏng vấn chiếm 19,7%. Số sinh viên đang học năm thứ 1 là 48 sinh viên (chiếm 15%). Số sinh viên đang học năm thứ 2 là 148 em, chiếm 46,3%. Số sinh viên học năm thứ 3 và thứ 4 lần lượt là 58 sinh viên, chiếm 15,1% và 66 sinh viên, chiếm 20,6% (bảng 1).



Hình 1. Tỷ lệ sinh viên trúng tuyển nguyện vọng 1

(Nguồn: Các tác giả tính toán từ dữ liệu thu thập được trên 320 sinh viên)

Theo kết quả khảo sát, có 249 sinh viên (trong tổng số 320 sinh viên) trúng tuyển theo nguyện vọng 1 (trên cổng thông tin xét tuyển của Bộ Giáo dục và Đào tạo (GD&ĐT) chiếm tỷ lệ 77,8% và 71 sinh viên (chiếm 22,2%) trả lời không trúng tuyển theo nguyện vọng 1 (Hình 1). Kết quả khảo sát cho thấy đa số sinh viên đã trúng tuyển theo nguyện vọng 1 đã đăng ký trên cổng thông tin xét tuyển của Bộ GD&ĐT. Trong số 249 em trúng tuyển nguyện vọng 1 trên cổng thông tin của Bộ GD&ĐT có 31 sinh viên của ĐH Kinh tế Quốc dân, chiếm 49,2% số sinh viên của Trường này tham gia trả lời phỏng vấn. Có 50 sinh viên Trường ĐH Hùng Vương (Phú Thọ) đã trúng tuyển nguyện vọng 1 trên cổng thông tin xét tuyển của Bộ GD&ĐT, chiếm 60,98% số sinh viên của trường này tham gia trả lời

phỏng vấn. Số sinh viên Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương trúng tuyển theo nguyện vọng 1 trên cổng thông tin xét tuyển của Bộ GD&ĐT là 168 sinh viên, chiếm 96,00% số sinh viên của trường này tham gia trả lời phỏng vấn. Theo kết quả điều tra của nghiên cứu này, sinh viên ĐH Kinh tế Quốc dân có tỷ lệ trúng tuyển nguyện vọng 1 trên cổng thông tin xét tuyển của Bộ GD&ĐT thấp nhất trong 03 trường tham gia khảo sát. Điều này có thể được lý giải là do thương hiệu của ĐH Kinh tế Quốc dân rất hấp dẫn đối với người học. Do đó, người học có thể bỏ qua ngành học yêu thích của mình để lựa chọn cơ sở giáo dục ĐH danh tiếng. Kết quả này cũng phù hợp với các tài liệu được công bố trước đó [16], [5]. Theo tác giả Nguyễn Thị Kim Chi [16], danh tiếng trường ĐH là nhân tố dẫn đầu trong số 4 nhân tố chính ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường ĐH của học sinh THPT. Đối với 02 trường còn lại, do danh tiếng không bằng ĐH Kinh tế Quốc dân nên tỷ lệ chọn ngành theo nguyện vọng 1 có thể tăng lên. Điều này cũng phù hợp với nghiên cứu của Chapleo [5] cho rằng đối với các trường ĐH danh tiếng sinh viên được chọn thường có động lực học tập cao hơn và thường phù hợp hơn.

Khi được hỏi: “Em biết đến thông tin tuyển sinh của trường từ kênh nào?”, trong tổng số sinh viên của cả 3 trường tham gia trả lời có 259 người trả lời là do đọc thông tin trên fanpage của nhà trường, chiếm 80,94%. 102 sinh viên trả lời biết thông tin tuyển sinh qua Chương trình tư vấn tuyển sinh do Báo tuổi trẻ tổ chức, chiếm 31,88%. 89 sinh viên trả lời biết đến thông tin tuyển sinh qua Chương trình trải nghiệm một ngày làm sinh viên, chiếm 27,81%. 277 người được hỏi trả lời là biết đến thông tin tuyển sinh qua người thân như bạn bè, thầy cô, bố mẹ hay anh chị, chiếm 86,56%. Qua website của nhà trường, có 228 sinh viên biết đến thông tin tuyển sinh, chiếm 71,25% và 139 sinh viên trả lời biết đến thông tin tuyển sinh của Nhà trường qua xem livestream tư vấn tuyển sinh, chiếm 43,44% (xem bảng 2).

Bảng 2. Các kênh thông tin tuyển sinh mà sinh viên của cả 03 trường biết đến khi đăng ký học

Kênh	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Fanpage của trường	259	80,94
Qua chương trình tư vấn tuyển sinh do Báo Tuổi trẻ tổ chức	102	31,88
Qua chương trình Một ngày làm sinh viên	89	27,81
Qua người thân: Bố mẹ, anh/chị, thầy cô giáo, bạn bè cùng học	277	86,56
Qua Website của Nhà trường	288	71,25
Livestream Tư vấn tuyển sinh	139	43,44

Nguồn: Điều tra của nhóm tác giả

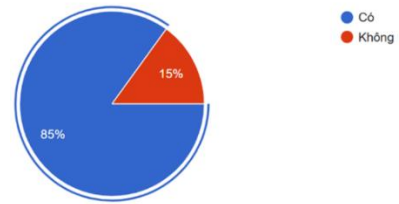
Cụ thể, đối với Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua fanpage của nhà trường là 141 sinh viên, chiếm 80,57%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua chương trình tư vấn tuyển sinh do Báo Tuổi trẻ tổ chức là 56 sinh viên, chiếm 32,00%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua chương trình Một ngày làm sinh viên là 46 sinh viên, chiếm 26,29%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua người thân là 154 sinh viên, chiếm 88,00%. Số sinh viên

biết tới thông tin tuyển sinh qua Website của Nhà trường là 128 sinh viên, chiếm 73,14%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua chương trình Livestream Tư vấn tuyển sinh là 72 sinh viên, chiếm 41,14%. Như vậy, đối với Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua người thân chiếm tỷ lệ lớn nhất (88,00%), sau đó đến qua fanpage của Nhà trường (80,57%). Chương trình Một ngày làm sinh viên ở Trường này thu hút ít sinh viên nhất với 26,29%.

Đối với Trường ĐH Hùng Vương (Phú Thọ), số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua fanpage của nhà trường là 61 sinh viên, chiếm 74,39%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua chương trình tư vấn tuyển sinh do Báo Tuổi trẻ tổ chức là 33 sinh viên, chiếm 40,24%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua chương trình Một ngày làm sinh viên là 27 sinh viên, chiếm 32,93%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua người thân là 67 sinh viên, chiếm 81,71%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua Website của Nhà trường là 51 sinh viên, chiếm 62,20%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua chương trình Livestream Tư vấn tuyển sinh là 39 sinh viên, chiếm 45,56%. Kết quả này cho thấy, cũng giống như trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, trường ĐH Hùng Vương (Phú Thọ) có số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua người thân cũng chiếm tỷ lệ lớn nhất (81,87%), sau đó qua fanpage của nhà trường (74,39%) và Chương trình Một ngày làm sinh viên thu hút ít sinh viên nhất (32,93%).

Đối với ĐH Kinh tế Quốc dân, số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua fanpage của nhà trường là 57 sinh viên, chiếm 90,48%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua chương trình tư vấn tuyển sinh do Báo Tuổi trẻ tổ chức là 13 sinh viên, chiếm 20,63%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua chương trình Một ngày làm sinh viên là 16 sinh viên, chiếm 25,40%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua người thân là 56 sinh viên, chiếm 88,89%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua Website của Nhà trường là 49 sinh viên, chiếm 77,78%. Số sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh qua chương trình Livestream Tư vấn tuyển sinh là 25 sinh viên, chiếm 39,68%. Đối với ĐH Kinh tế Quốc dân, sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh của trường này qua fanpage chiếm tỷ lệ lớn nhất (90,48%), sau đó mới đến qua người thân (88,89%). Tỷ lệ sinh viên biết tới thông tin tuyển sinh của trường qua chương trình tư vấn tuyển sinh do Báo Tuổi trẻ tổ chức chiếm tỷ lệ thấp nhất (20,63%).

Khi được hỏi: “Nếu được chọn lại, em có tiếp tục chọn ngành mình đang học không?”, trong số 320 sinh viên tham gia trả lời, có 272 sinh viên trả lời có muốn tiếp tục học ngành mà mình đang theo học, chiếm 85%. Bên cạnh đó, có 48 sinh viên trả lời không muốn tiếp tục theo học ngành mà mình đang theo học, chiếm 15% (xem hình 2). Kết quả này cho thấy, sau một quá trình học tập tại trường, tỷ lệ sinh viên yêu thích ngành mà mình đang theo học có xu hướng tăng lên từ 77,8% lên 85%.



Hình 2. Tỷ lệ sinh viên chọn lại ngành đang theo học

(Nguồn: Các tác giả tính toán từ dữ liệu thu thập được trên 320 sinh viên)

Theo kết quả điều tra thu được, số sinh viên Trường ĐH Kinh tế Quốc dân cho biết sẽ tiếp tục chọn lại ngành mình đang học là 47 sinh viên, chiếm 74,60%. Trường ĐH Hùng Vương (Phú Thọ) có 62 sinh viên cho biết sẽ tiếp tục chọn lại ngành học mà mình đang học, chiếm 75,61%. Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương có 163 sinh viên cho biết họ sẽ tiếp tục lựa chọn ngành học mà mình đang học, chiếm 93,14%.

Tỷ lệ sinh viên lựa chọn ngành đang học tại ĐH Kinh tế Quốc dân đã tăng từ 49,20% (sinh viên lựa chọn nguyện vọng 1) lên 74,60% sinh viên tiếp tục lựa chọn ngành đang học nếu họ có cơ hội được lựa chọn lại. Như vậy, sau một quá trình học tại ngành trúng tuyển, tỷ lệ sinh viên yêu thích ngành học đã tăng lên. Tương tự như vậy, đối với Trường ĐH Hùng Vương (Phú Thọ), tỷ lệ sinh viên lựa chọn ngành đang học tăng lên với tốc độ chậm hơn so với ĐH Kinh tế Quốc dân từ 60,98% lên 75,61%. Điều này có thể được giải thích là do các sinh viên sau khi bắt nhịp vào một môi trường học tập mới có cảm giác gắn kết với thầy cô, bạn bè hơn. Trong môi trường học tập mới, nhà trường đã có nhiều hoạt động thú vị, hấp dẫn, giúp sinh viên mới gắn kết hơn với môi trường học tập mới của mình. Ngược lại, đối với Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, tỷ lệ sinh viên lựa chọn ngành đang học tại trường này có xu hướng giảm nhẹ từ 96,00% xuống 93,14%. Mặc dù, là một trường nghệ thuật, Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương có rất nhiều hoạt động văn nghệ, thể thao để gắn kết sinh viên nhưng với đặc thù của sinh viên khối ngành nghệ thuật, họ có thể không có cảm giác có nhiều điều mới lạ, thú vị và hấp dẫn như họ kỳ vọng nên tỷ lệ chọn lại ngành đang học có xu hướng giảm. Theo kết quả phỏng vấn sâu của nhóm tác giả, các nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng sinh viên không muốn tiếp tục theo học ngành mình đã chọn tại Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật trung ương là do nhiều yếu tố khác nhau. Các lý do chính được sinh viên của trường này đưa ra là “Vì không được học từ bé. Lớn lên đi học rất khó”, “đã đi làm thêm bằng nghề khác”, “Em muốn học về các ngành có liên quan đến kỹ thuật kinh doanh vì em thích vậy hơn là âm nhạc”, “Vì em đã làm công việc khác”, “Tôi thấy ngành này đào tạo không hiệu quả và chuyên sâu”, “Ngành sư phạm âm nhạc đòi hỏi người học có nhiều tố chất để trở thành giáo viên như sự kiên nhẫn, nhiệt huyết, có khả năng thuyết trình, truyền tải thông tin, có tư duy nhạy bén và EQ. Ngoài ra các môn học chuyên ngành cũng đòi hỏi người học nhiều thời gian, công sức tập luyện, đầu tư về dụng cụ học tập. Vì vậy cần cân nhắc lựa chọn ngành học này.” và “một phần do có định hướng con đường riêng”. Tuy nhiên, xu hướng giảm sự lựa chọn lại

ngành mình đang học của sinh viên Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương là không đáng lo ngại và có thể thay đổi khi sinh viên tiếp tục có những trải nghiệm trong Nhà trường.

4. Kết luận

Trong xu thế hội nhập quốc tế sâu rộng hiện nay, người học nằm ở vị trí trung tâm trong các cơ sở giáo dục nói chung và các cơ sở giáo dục ĐH nói riêng. Bên cạnh đó, trường ĐH muốn nâng cao chất lượng nguồn tuyển sinh đầu vào, giữ chân người học thành công, công tác truyền thông tuyển sinh đóng vai trò rất quan trọng. Công tác truyền thông tuyển sinh trong các cơ sở giáo dục ĐH không chỉ là truyền thông đầu vào, tạo nguồn tuyển sinh cho nhà trường ban đầu mà công tác này còn là quá trình truyền thông trong cả quá trình người học đang theo học trong nhà trường. Nếu người học hài lòng với quá trình học trong nhà trường, họ sẽ không có ý định chuyển trường hoặc từ bỏ ý định chuyển trường từ khi bắt đầu nhập học, góp phần duy trì nguồn thu cho nhà trường. Đồng thời, khi người học hài lòng với quá trình học trong nhà trường, họ sẽ mong muốn tiếp tục theo học các chương trình học khác, hay các bậc học cao hơn của nhà trường, tạo nguồn tuyển sinh cho các cấp học cao hơn trong nhà trường. Việc giữ chân thành công người học trong quá trình đào tạo của nhà trường giúp đảm bảo được kế hoạch tài chính cũng như kế hoạch hoạt động theo như dự kiến, từng bước tạo được danh tiếng cho Trường và xây dựng được mối quan hệ tốt đẹp hơn với người học khi họ tốt nghiệp.

Công tác truyền thông tuyển sinh ĐH ở Việt Nam nói chung và ở miền bắc nói riêng trong năm 2024 đã thu được nhiều kết quả có ý nghĩa, góp phần quan trọng trong quá trình thu hút thí sinh cũng như nâng cao nhận diện thương hiệu của các trường ĐH. Các trường ĐH, như Trường ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, Trường ĐH Hùng Vương (Phú Thọ) và ĐH Kinh tế Quốc dân đã triển khai dưới nhiều hình thức trên các kênh truyền thông khác nhau, từ trực tuyến (website, báo chí, truyền hình, mạng xã hội như Facebook, Zalo, YouTube) đến trực tiếp (một ngày làm sinh viên, ngày hội tư vấn tuyển sinh, tư vấn trực tiếp tại các trường phổ thông). Những nỗ lực này của các trường ĐH đã giúp cung cấp cho thí sinh những thông tin kịp thời, minh bạch về chỉ tiêu, phương thức xét tuyển và chính sách hỗ trợ, đáp ứng nhu cầu của thí sinh và phụ huynh.

Bên cạnh những thành quả đạt được, công tác truyền thông tuyển sinh tại các trường ĐH hiện nay vẫn đang phải đối mặt với nhiều thách thức. Đa số các cơ sở giáo dục ĐH chưa xây dựng được chiến lược truyền thông trong dài hạn, hoạt động truyền thông tuyển sinh còn thiếu chuyên môn và mang tính sự vụ. Ngoài ra, kinh phí hàng năm chỉ cho hoạt động truyền thông tuyển sinh còn hạn chế và đội ngũ cán bộ, nhân viên hoạt động trong công tác truyền thông nói chung và truyền thông tuyển sinh nói riêng chưa qua đào tạo bài bản, một số trường ĐH còn hoạt động mang tính thời vụ, cũng ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả của công tác này. Việc cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các cơ sở giáo dục ĐH cũng đặt ra yêu cầu cao hơn với các trường ĐH phải sớm xây dựng chiến lược truyền thông trong dài hạn, đổi mới phương pháp tiếp cận với đối tượng

truyền thông, đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số cũng như truyền thông trên các nền tảng số để thu hút người học tiềm năng.

Trên cơ sở những thách thức trên, nhóm tác giả xin đề xuất một số giải pháp sau:

Thứ 1: các ĐH nên tập trung vào những nền tảng mạng xã hội mà học sinh, sinh viên tiềm năng hay sử dụng để đạt hiệu quả cao nhất;

Thứ 2: cán bộ phụ trách công tác truyền thông tuyển sinh thường xuyên cập nhật, cũng như khuyến khích sinh viên đang học tại trường chia sẻ về cuộc sống, trải nghiệm học tập và các hoạt động ngoại khóa của mình lên nền tảng truyền thông của nhà trường. Tổ chức các cuộc thi với giải thưởng nhỏ để khuyến khích sinh viên đang học cũng như cựu sinh viên tạo ra những nội dung chân thực. Từ đó, họ có thể sẽ tự nguyện hỗ trợ Nhà trường lan tỏa những nội dung này trong cộng đồng;

Thứ 3: tuyển các cộng tác viên là sinh viên đang học làm những clip ngắn giới thiệu về các ngành học mới, học bổng cũng như những lời khuyên hữu ích khi đăng ký xét tuyển. Phối hợp với các câu lạc bộ trong trường để hỗ trợ lan tỏa các thông tin tuyển sinh của Nhà trường. Có những phần thưởng nho nhỏ để khuyến khích các câu lạc bộ, cộng tác viên thu hút được nhiều lượt tương tác nhất tuần/ tháng/ quý;

Thứ 4: thường xuyên kiểm tra và nghiên cứu khung giờ mà học sinh, sinh viên hay vào mạng xã hội để đăng bài, nhằm tối đa hóa sự chú ý của người học;

Thứ 5: đầu tư những thiết bị cơ bản như micro, đèn chiếu, máy quay cầm tay để các cộng tác viên, sinh viên, câu lạc bộ có thể mượn, phục vụ cho quá trình sản xuất các ấn phẩm truyền thông;

Thứ 6: mời các chuyên gia truyền thông về giới thiệu, chia sẻ kinh nghiệm truyền thông với sinh viên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Altonji, Joseph G., Blom, Erica, Meghir, Costas, "Heterogeneity in human capital investments: High school curriculum, college major, and careers", *Annu. Rev. Econ.*, 2012, 4 (1), 185–223.
- [2] Astin, A.W. What Matters in College? *Four Critical Years Revisited*, San Francisco: Jossey-Bass, 1993.
- [3] Astorine-Figari, C., Speer, J.D., "Are changes of major changes? The roles of grades, gender, and preferences in college major switching", *Econ. Educ. Rev.*, 2019, 70, 75–93.
- [4] Cabrera, A. F., & La Nasa, S. M., "Understanding the college-choice process", New directions for institutional research, Wiley, 2000(107), 5–22. <https://doi.org/10.1002/ir.10701>.
- [5] Chapleo, C. What defines successful university brands? *International Journal of Public Sector Management*, 2010, 23 (2), 169–183.
- [6] Chapman, D. W., "A model of student college choice", *The Journal of Higher Education*, 52(5), 490–505.
- [7] Dasgupta, A., Sharma, A., "Preferences or expectations: understanding the gender gap in major choice", *Oxford Economic Papers*, 2022.
- [8] Đỗ Thị Thu Trang, *Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh trung học phổ thông*, Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng, 2021, Số 234, tr 58–69.
- [9] Hemsley-Brown, J., & Goonawardana, S. *Brand harmonization in the international higher education market*. *Journal of Business Research*, 2007, 942–948.
- [10] Kirkeboen, Lars J., Leuven, Edwin, Mogstad, Magne, "Field of study, earnings, and self-selection", *Q. J. Econ.*, 2016, 131 (3), 1057–1111.

[11] Long, M.C., Goldhaber, D., Huntington-Klein, N., “Do completed college majors respond to changes in wages?”, Econ. Educ. Rev., 2015, 49, 1–14.

[12] Minh Giảng, “Đại học kêu trời vì nguồn thu chủ yếu dựa vào học phí”, Tuổi trẻ online, 2024, Available: <https://tuoitre.vn/dai-hoc-keu-troi-vi-nguon-thu-chu-yeu-dua-vao-hoc-phi-20240103114907458.htm#:~:text=Hai%20ngu%E1%BB%93n%20thu%20ch%C3%ADnh%20l%C3%A0,thu%20ch%C3%ADnh%20c%E1%BB%A7a%20c%C3%A1c%20tr%C6%B0%E1%BB%9Dng.&text=H%E1%BA%A7u%20h%E1%BA%BF%20c%C3%A1c%20tr%C6%B0%E1%BB%9Dng%20C4%91%E1%BB%8Ba,50%25%20%E1%BB%95ng%20thu%20c%E1%BB%A7a%20tr%C6%B0%E1%BB%9Dng,> Ngày truy cập: 15h00 ngày 31/3/2025.

[13] Ngo, D., Dustan, A., “Preferences, access, and the STEM gender gap in centralized high school assignment”, Am. Econ. J.: Appl. Econ., 2024, <http://dx.doi.org/10.1257/app.20220450>.

[14] Ngô Thị Lan Anh, Hoàng Minh Đức, “Đào tạo trực tuyến trong các trường đại học ở Việt Nam hiện nay: Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng”, Tạp chí Công thương, Số 23, tháng 09-2020.

[15] Nguyễn Quỳnh Anh, Nguyễn Hoàng Sơn, Nghiên cứu một số yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại trường Đại học Mở Hà Nội, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội, 2025, số 122 - tr.50.

[16] Nguyễn Thị Kim Chi, “Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh phổ thông trung học-trường hợp Hà Nội”, Luận án tiến sỹ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, 2018.





[17] SPNTTW, “THÔNG BÁO Công khai tài chính của cơ sở giáo dục đại học, trường cao đẳng sư phạm, trung cấp sư phạm năm học 2023-2024”, 2023, <https://spnttw.edu.vn/3-cong-khai/thong-bao-cong-khai-tai-chinh-cua-co-so-giao-duc-dai-hoc-truong-cao-dang-su-pham-trung-cap-su-pham-nam-hoc-2023-2024/>, Ngày truy cập: 9h15 ngày 01/4/2025.

[18] Thụ, L.V, Đức, T.Đ., Tuấn, L.M. Sử dụng mạng xã hội facebook cho công tác truyền thông tuyển sinh đại học chính quy tại trường Đại học Kinh tế Quốc dân trong bối cảnh đại dịch Covid-19. Kỷ yếu Hội thảo Quốc gia Nền kinh tế số - Những vấn đề lý luận và thực tiễn, 2020, Trang 466.

[19] Toma, J.D. & Cross, M.E. Intercollegiate Athletics and Student College Choice: Exploring the Impact of Championship Seasons on Undergraduate Applications. Research in Higher Education, 1998, 39, 633–661. <https://doi.org/10.1023/A:1018757807834>

[20] Weinstein, R., “Local labor markets and human capital investments”, J. Hum. Resour., 2020, 1119–10566R2.Trình bày tài liệu tham khảo theo định dạng Modern Language Association (MLA).

Thông tin về tác giả

	<p>Bùi Thị Mai Lan:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: nhận bằng Tiến sĩ năm 2018, ngành Văn hóa dân gian, Học viện Khoa học Xã hội.- Tóm tắt công việc hiện tại: Giám đốc Trung tâm Hợp tác đào tạo truyền thông và Hỗ trợ sinh viên - Trường Đại học Hùng Vương.- Lĩnh vực quan tâm: Văn hóa dân gian.- Điện thoại: 0912.775.633.
	<p>Đoàn Thu Hà:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Thạc sĩ Văn hóa học năm 2011, Học viện Khoa học Xã hội.- Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương.- Lĩnh vực quan tâm: Lý luận âm nhạc.- Điện thoại. 0916.045.279.
	<p>Nguyễn Hoàng Hà:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Thạc sĩ Kinh tế năm 2006, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.- Tóm tắt công việc hiện tại: Trưởng phòng Công tác chính trị và Quản lý sinh viên - Đại học Kinh tế Quốc dân.- Lĩnh vực quan tâm: Kinh tế; Giáo dục.- Điện thoại. 0989.505.050.
	<p>Lê Văn Dũng:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu; Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh Thương mại năm 2021, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): chuyên viên phòng Công tác chính trị và Quản lý sinh viên - Đại học Kinh tế Quốc dân.- Lĩnh vực quan tâm: Kinh tế, giáo dục.- Điện thoại. 0904.569.292.
	<p>Trương Đình Đức:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: nhận bằng Tiến sĩ năm 2012, ngành Hóa dầu và Xúc tác Hữu cơ, tại Trường Đại học Khoa học Tự nhiên - Đại học Quốc gia Hà Nội- Tóm tắt công việc hiện tại: Phó trưởng phòng CTCT&QLSV - Đại học Kinh tế Quốc dân.- Lĩnh vực quan tâm: Hóa học môi trường, quản trị doanh nghiệp, giáo dục.- Điện thoại. 0912.420.352.

ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA CÔNG CHÚNG ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TUYỂN SINH TRÊN FANPAGE: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỌC TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

EVALUATING THE AUDIENCE'S SATISFACTION TOWARDS FANPAGE'S ADMISSION COMMUNICATION: A CASE STUDY AT UED-UD

Lê Văn Trúc Ly, Lê Văn Thắng*

Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng

Le Van Truc Ly, Le Van Thang*

Univesity of Science and Education; lvtly@ued.udn.vn; lvthang.vhdl@gmail.com

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Lê Văn Trúc Ly (email: lvtly@ued.udn.vn)*

Tóm tắt - Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt của giáo dục đại học, các cơ sở đào tạo không ngừng đẩy mạnh chiến lược truyền thông nhằm xây dựng và định vị thương hiệu trên nền tảng số, đặc biệt là mạng xã hội. Nghiên cứu này đánh giá hiệu quả truyền thông tuyển sinh thông qua fanpage Facebook chính thức của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng, dưới góc nhìn lý thuyết sử dụng và hài lòng (Uses and Gratifications Theory - UGT). Phương pháp nghiên cứu định lượng được triển khai với đối tượng là sinh viên năm nhất, nhằm đo lường mức độ hài lòng trên sáu khía cạnh: thông tin, tiện lợi, giải trí, thể hiện bản thân, tương tác xã hội và sự hài lòng tổng thể. Kết quả cho thấy sinh viên có mức độ hài lòng đối với các hoạt động truyền thông trên fanpage khá cao, trong đó các yếu tố mang tính cảm xúc như thể hiện bản thân và tương tác xã hội có ảnh hưởng mạnh hơn so với các yếu tố chức năng. Phát hiện này khẳng định vai trò ngày càng quan trọng của trải nghiệm tương tác và cá nhân hóa trong truyền thông tuyển sinh trên mạng xã hội. Nghiên cứu góp phần mở rộng ứng dụng của lý thuyết UGT trong lĩnh vực truyền thông giáo dục, đồng thời đưa ra một số hàm ý thực tiễn nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông và giá trị thương hiệu của các cơ sở giáo dục trong môi trường số.

Từ khóa - fanpage; môi trường số; hiệu quả truyền thông; thương hiệu đại học; truyền thông xã hội.

1. Đặt vấn đề

Sự chuyển dịch của giáo dục đại học trong môi trường số không chỉ làm thay đổi cách thức tổ chức đào tạo mà còn đặt ra yêu cầu mới trong chiến lược tiếp cận người học, đặc biệt là ở giai đoạn tuyển sinh. Trong bối cảnh thúc đẩy tự chủ đại học, hoạt động truyền thông tuyển sinh không còn là lựa chọn phụ trợ mà trở thành một thành phần chiến lược nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng học hiệu và thu hút người học có chất lượng [1], [2]. Điều này đặc biệt đúng với thế hệ sinh viên hiện nay - những “công dân số bản địa” vốn hình thành hành vi thông tin dựa trên thói quen sử dụng mạng xã hội, phản ứng nhanh và đề cao sự tương tác cá nhân hóa [3].

Trong bối cảnh đó, các nền tảng truyền thông xã hội như Facebook đã và đang được các cơ sở giáo dục đại học sử dụng rộng rãi như một kênh truyền thông tuyển sinh chủ lực. Nhiều nghiên cứu cho thấy Facebook không chỉ đóng vai trò như kênh thông tin mà còn là không gian định hình cộng đồng, củng cố cảm nhận xã hội và thúc đẩy hành vi chọn trường [4]. Tuy nhiên, việc triển khai các chiến dịch

Abstract - In the increasingly competitive landscape of higher education, academic institutions are intensifying their communication strategies to build and position their brand on digital platforms, particularly social media. This study evaluates the effectiveness of admissions communication via the official Facebook fanpage of the University of Danang – University of Science and Education, through the lens of the Uses and Gratifications Theory (UGT). A quantitative approach was employed, targeting first-year students to measure satisfaction across six dimensions: information, convenience, entertainment, self-expression, social interaction, and overall satisfaction. The findings indicate a generally high level of student satisfaction with the communication activities on the fanpage, with emotional factors such as self-expression and social interaction exerting a stronger influence than functional ones. These results highlight the growing importance of interactive and personalized experiences in social media-based admissions communication. The study contributes to extending the application of UGT in the field of educational communication and offers practical implications for enhancing communication effectiveness and brand value for educational institutions in the digital environment.

Keywords - fanpage; digital environment; communication effectiveness; university branding; social media.

truyền thông trên mạng xã hội hiện vẫn mang tính kinh nghiệm và thiếu các đánh giá định lượng, đặc biệt từ góc nhìn của sinh viên – những người trực tiếp tiếp nhận, xử lý và ra quyết định dựa trên thông tin được cung cấp.

Mặt khác, sự hài lòng của sinh viên đối với thông tin tuyển sinh không đơn thuần phản ánh mức độ chấp nhận thông tin, mà còn cho thấy mức độ hiệu quả trong việc nhà trường đáp ứng kỳ vọng, hỗ trợ ra quyết định và xây dựng niềm tin học thuật. Đánh giá sự hài lòng đối với thông tin tuyển sinh sẽ cho thấy hiệu quả của việc sử dụng kênh truyền thông tuyển sinh. Theo Ismail [5], sự hài lòng với thông tin là một biến trung gian quan trọng giữa thuộc tính của trường đại học và sự hài lòng trong lựa chọn. Điều này đặt ra yêu cầu rằng các kênh truyền thông không chỉ đảm bảo về chất lượng nội dung, mà còn cần chú trọng đến khả năng truy cập, tốc độ phản hồi và trải nghiệm người dùng.

Đáng lưu ý, phần lớn các nghiên cứu hiện nay về truyền thông tuyển sinh mới chỉ tập trung vào hệ thống website hoặc tổng thể hoạt động marketing giáo dục, trong khi chưa có nhiều công trình khảo sát mức độ hài lòng của sinh viên

đối với kênh mạng xã hội chính thức của trường như fanpage Facebook vốn là nền tảng phổ biến nhất tại Việt Nam và được nhiều cơ sở giáo dục sử dụng để tương tác với học sinh phổ thông. Khoảng trống này đặt ra nhu cầu cấp thiết về một nghiên cứu có hệ thống nhằm đo lường và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với thông tin truyền thông tuyển sinh trên nền tảng số.

Xuất phát từ bối cảnh lý luận và thực tiễn nêu trên, nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên năm nhất đối với hoạt động truyền thông tuyển sinh được cung cấp thông qua fanpage Facebook của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Trên cơ sở đó, nghiên cứu hướng đến việc nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng, từ đó đề xuất các khuyến nghị chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông tuyển sinh trong bối cảnh giáo dục đại học chuyển đổi số.

Nghiên cứu này tập trung trả lời hai câu hỏi nghiên cứu (RQ) sau đây:

RQ1: sinh viên năm nhất hài lòng đối với thông tin tuyển sinh được truyền tải qua Facebook của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng ở những khía cạnh nào và mức độ ra sao?

RQ2: các khía cạnh của sự hài lòng như tìm kiếm thông tin, tiện lợi, giải trí, tương tác xã hội và thể hiện bản thân có ảnh hưởng tích cực đến mức độ hài lòng của sinh viên năm nhất đối với thông tin tuyển sinh trên mạng xã hội của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng không?

2. Tổng quan vấn đề nghiên cứu

2.1. Truyền thông tuyển sinh trong bối cảnh giáo dục đại học số

Giáo dục đại học toàn cầu đang chứng kiến một quá trình chuyển đổi sâu rộng dưới tác động của công nghệ số và sự thay đổi nhanh chóng trong hành vi của thế hệ người học mới. Nhiều học giả nhận định rằng sự phát triển của các nền tảng số, kết hợp với đặc điểm của thế hệ “công dân kỹ thuật số bản địa”, đã định hình lại phương thức tiếp cận của các trường đại học trong hoạt động tuyển sinh [3]. Trong bối cảnh tự chủ đại học ngày càng được đẩy mạnh, việc xây dựng thương hiệu và cạnh tranh để thu hút người học không còn là lựa chọn mà trở thành yêu cầu chiến lược [1], [2].

Truyền thông tuyển sinh hiện đại không còn dừng lại ở việc truyền tải thông tin một chiều từ nhà trường đến người học. Thay vào đó, nó được tái cấu trúc như một quá trình thiết lập mối quan hệ hai chiều, khuyến khích sự tham gia, đối thoại và phản hồi, trong đó người học đóng vai trò trung tâm [2], [6]. Sự thay đổi này phản ánh sự chuyển dịch từ mô hình truyền thông tuyển tính truyền thống sang mô hình truyền thông kết nối mở, nơi nội dung được cá nhân hóa và tương tác trở thành yếu tố then chốt.

Trong số các kênh truyền thông số, mạng xã hội, đặc biệt là Facebook, YouTube, Twitter và blog sinh viên nổi lên như các nền tảng có khả năng thúc đẩy tương tác, lan tỏa thông tin và định hình cộng đồng học thuật trực tuyến [7], [8], [9]. Khả năng tiếp cận nhanh chóng, chi phí thấp và khả năng cá nhân hóa nội dung theo hành vi người dùng

khiến mạng xã hội trở thành công cụ chiến lược trong các chiến dịch truyền thông tuyển sinh hiện đại [10].

Theo [10], các thành phần của marketing kỹ thuật số - bao gồm mạng xã hội, email marketing, SEO/SEM, marketing nội dung và CRM - đều có mối tương quan có ý nghĩa thống kê với hiệu quả tuyển sinh, từ nhận biết đến chuyển đổi. Đồng quan điểm này, Kimani & Obwatho [11] cũng ghi nhận hiệu quả tích cực của Facebook, YouTube và Snapchat trong việc tăng nhận diện thương hiệu và tỷ lệ đăng ký học tại các trường đại học tư. Trái lại, Muazu Maimuna [12] chứng minh thực trạng thiếu tích hợp kênh số, khi các trường đại học công lập vẫn chủ yếu dựa vào bảng thông báo, thư mời truyền thống hoặc website tĩnh, dẫn đến hạn chế trong tiếp cận và tương tác với sinh viên tiềm năng. Một số cơ sở hiện nay đã bắt đầu ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong truyền thông tuyển sinh nhằm cá nhân hóa phản hồi và tối ưu hóa trải nghiệm người dùng [13].

Tại Việt Nam, nghiên cứu [2] là một trong những công trình đầu tiên áp dụng thuyết dòng chảy hai bước (Two-step flow theory) để phân tích vai trò của Facebook fanpage trong truyền thông tuyển sinh. Tác giả nhấn mạnh rằng sinh viên không tiếp nhận thông tin trực tiếp từ nhà trường một cách đơn độc mà thông qua các nhóm đồng đẳng, bao gồm cựu sinh viên, giảng viên hoặc sinh viên hiện tại - những người đóng vai trò là “người dẫn dắt dư luận” (KOL), góp phần định hình nhận thức và tạo dựng niềm tin trong quá trình ra quyết định.

Các kết quả này phù hợp với nghiên cứu của [14], các nhóm Facebook kín dành cho sinh viên nhập học không chỉ là không gian trao đổi thông tin mà còn là môi trường xã hội giúp củng cố cảm nhận tích cực và quyết định nhập học. Verma & Jain [4] cũng bổ sung rằng Facebook là kênh có ảnh hưởng mạnh nhất đến nhận diện thương hiệu và quyết định đăng ký học, vượt trội hơn so với các nền tảng số khác như email hay công cụ tìm kiếm.

Tổng hợp các nghiên cứu trên cho thấy truyền thông tuyển sinh trong thời đại số đang dần dịch chuyển từ khuôn khổ một chiều sang cấu trúc tương tác đa chiều; từ truyền tải thông tin sang kiến tạo trải nghiệm; từ chiến lược đại trà sang tiếp cận cá nhân hóa. Facebook với vai trò là nền tảng xã hội và truyền thông học thuật nếu được khai thác chiến lược và phù hợp với đặc điểm hành vi người học, có thể trở thành “hệ sinh thái tuyển sinh mở”, gia tăng mức độ gắn kết, xây dựng niềm tin và nâng cao tỷ lệ chuyển đổi của các cơ sở giáo dục đại học trong kỷ nguyên kỹ thuật số.

2.2. Sự hài lòng của sinh viên với trải nghiệm thông tin tuyển sinh

Sự hài lòng của sinh viên với trải nghiệm thông tin tuyển sinh đang ngày càng trở thành một chủ đề được quan tâm trong bối cảnh giáo dục đại học chuyển đổi mạnh mẽ sang các nền tảng truyền thông số và định hướng lấy người học làm trung tâm. Khác với quan niệm truyền thống vốn xem tuyển sinh đơn thuần là hoạt động cung cấp thông tin đầu vào, các nghiên cứu gần đây cho thấy rằng trải nghiệm thông tin trong quá trình tuyển sinh đóng vai trò quan trọng trong việc định hình nhận thức, cảm xúc và quyết định chọn trường của sinh viên. Sự hài lòng trong giai đoạn này không

chỉ ảnh hưởng đến ấn tượng ban đầu mà còn có thể dự báo mức độ gắn kết và hài lòng dài hạn trong suốt hành trình học tập [15].

Theo Ismail [5], sự hài lòng với thông tin là một biến trung gian quan trọng giữa thuộc tính của trường và sự hài lòng với quyết định chọn trường, trong đó khả năng tiếp cận thông tin học thuật, học phí, cơ hội nghề nghiệp và uy tín bằng cấp là những thành tố then chốt. Nếu các yếu tố này được truyền đạt rõ ràng, dễ hiểu và có tính cá nhân hóa, sinh viên sẽ có xu hướng đánh giá cao hơn về nhà trường, kể cả trước khi chính thức nhập học. Điều này cho thấy rằng truyền thông tuyển sinh cần được tổ chức như một chuỗi trải nghiệm tích cực, không chỉ tập trung vào nội dung mà còn quan tâm đến hình thức trình bày, độ tin cậy và khả năng tương tác.

Một loạt nghiên cứu khác cũng chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng cụ thể đến mức độ hài lòng của sinh viên với thông tin tuyển sinh. Chất lượng thông tin được xem là yếu tố then chốt, bao gồm mức độ rõ ràng, đầy đủ, nhất quán và kịp thời [16], [17]. Tuy nhiên, nghiên cứu của [18] cho thấy rằng ngay cả khi thông tin có chất lượng tốt, nếu được đặt trong một website có giao diện phức tạp, tốc độ tải chậm hoặc thiếu khả năng tìm kiếm thì vẫn không thể tạo ra trải nghiệm hài lòng. Điều này đặc biệt đúng với công chúng hiện đại khi lượng thông tin khổng lồ, có ít thời gian hoặc có năng lực số hạn chế [19].

Bên cạnh đó, các yếu tố thuộc về dịch vụ và nhân sự cũng đóng vai trò thiết yếu. Nghiên cứu [20] khẳng định rằng trong hệ thống dịch vụ thông tin giáo dục, các thành phần như độ tin cậy (reliability) và sự bảo đảm (assurance) có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng. Khi được chuyển hóa sang bối cảnh truyền thông tuyển sinh, điều này đồng nghĩa với việc sinh viên đánh giá cao những thông tin đến từ nguồn chính thống, có phản hồi nhanh chóng và thể hiện được cam kết hỗ trợ từ phía nhà trường. Govender & David [21] cũng nhấn mạnh vai trò của đội ngũ tuyển đầu như giảng viên, nhân viên tư vấn hay hành chính trong việc xây dựng cảm nhận tích cực ban đầu, đặc biệt khi sinh viên được đối xử như những khách hàng có quyền lựa chọn, có nhu cầu được lắng nghe và hỗ trợ cá nhân hóa.

Về khía cạnh công nghệ, nhiều nghiên cứu đã làm sáng tỏ mối quan hệ giữa nền tảng số và trải nghiệm hài lòng. Mô hình Kano được Cahyana [22] áp dụng cho thấy sinh viên đặc biệt hài lòng với các nền tảng cho phép truy cập mọi lúc mọi nơi, đa dạng hóa phương thức tiếp cận và cập nhật thường xuyên. Trong khi đó, nghiên cứu [23] cho rằng các yếu tố như khả năng sử dụng (usability), chất lượng tương tác dịch vụ (service interaction quality), và tốc độ phản hồi có ảnh hưởng trực tiếp đến hài lòng người dùng. Đáng chú ý, chất lượng thông tin chỉ trở nên hiệu quả khi được truyền tải trong một môi trường thân thiện và dễ sử dụng, nếu không, nó có thể không tạo ra tác động tích cực đáng kể.

Dù phần lớn các nghiên cứu cho thấy xu hướng tích cực trong mức độ hài lòng của sinh viên đối với thông tin tuyển sinh, vẫn tồn tại những khoảng trống cần cải thiện. Nhiều sinh viên gặp khó khăn trong việc hiểu rõ quy trình, không nhận được phản hồi kịp thời, hoặc thiếu thông tin cần thiết

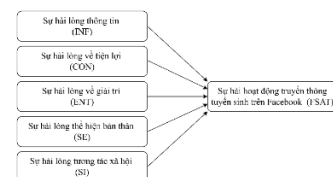
tại thời điểm ra quyết định [24]. Điều này cho thấy nhu cầu nâng cao tính minh bạch, khả năng truy cập và hỗ trợ cá nhân hóa trong truyền thông tuyển sinh vẫn còn rất cấp thiết.

Từ các phân tích trên có thể khẳng định rằng sự hài lòng với thông tin tuyển sinh là một hiện tượng phức tạp, đa chiều, chịu tác động bởi chất lượng nội dung, trải nghiệm nền tảng, dịch vụ hỗ trợ, năng lực người dùng và cả yếu tố cảm xúc. Điều này đòi hỏi các trường đại học cần xây dựng hệ sinh thái truyền thông tuyển sinh mang tính chiến lược, kết hợp giữa công nghệ, nội dung và con người để đáp ứng tối ưu kỳ vọng của sinh viên thế hệ mới.

3. Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết sử dụng và hài lòng (Uses and Gratifications Theory - UGT) là một trong những lý thuyết nền tảng và có ảnh hưởng sâu rộng trong nghiên cứu truyền thông đại chúng. Được hình thành từ những năm 1940 với các công trình tiên phong của [25] và sau đó được hệ thống hóa bởi Katz [26], lý thuyết này tập trung vào việc lý giải động cơ, nhu cầu và mức độ hài lòng của người dùng khi tiếp cận các phương tiện truyền thông trong bối cảnh xã hội cụ thể. Khác với các lý thuyết truyền thông định hướng tác động tuyến tính, UGT đặt người dùng vào trung tâm quá trình truyền thông, với tư cách là chủ thể chủ động lựa chọn và sử dụng phương tiện nhằm thỏa mãn các nhu cầu nội tại [27], [28].

Trong bối cảnh mạng xã hội phát triển mạnh mẽ, lý thuyết UGT tiếp tục khẳng định tính thích nghi khi được mở rộng để nghiên cứu các nền tảng như Facebook, Twitter, Instagram hay YouTube. Chẳng hạn, các nghiên cứu [29] và [27] đã xác định những nhân tố hài lòng đặc thù trong môi trường mạng xã hội, bao gồm: tương tác xã hội, thông tin, giải trí, thể hiện bản thân và khẳng định địa vị. Đặc biệt, yếu tố “tự thể hiện bản thân” (self-expression) được xem là đặc điểm phân biệt giữa mạng xã hội và các loại hình truyền thông truyền thống, do mạng xã hội cho phép người dùng dễ dàng cập nhật trạng thái, chia sẻ cảm xúc hoặc phản hồi thông qua biểu tượng cảm xúc và bình luận.



Hình 1. Mô hình lý thuyết

Vì vậy, nghiên cứu này vận dụng lý thuyết UGT như một khung phân tích lý thuyết nhằm khám phá sáu nhóm nhu cầu cơ bản của sinh viên khi tiếp cận thông tin tuyển sinh thông qua Facebook fanpage của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Cụ thể, các nhóm nhu cầu được xem xét bao gồm: (1) Sự hài lòng thông tin (INF - Information gratification), (2) Sự hài lòng về tiện lợi (CON - Convenience gratification), (3) Sự hài lòng về giải trí (ENT - Entertainment gratification), (4) Sự hài lòng thể hiện bản thân (SE - Self-expression), (5) Sự hài lòng tương tác xã hội (SI - Social interaction gratification) và (6) Sự hài lòng hoạt động truyền thông tuyển sinh trên Facebook

(FSAT - Facebook satisfaction). Việc xác định và đánh giá các nhóm nhu cầu này giúp làm rõ cách thức sinh viên tiếp nhận, tương tác và cảm nhận về hiệu quả của các hoạt động truyền thông tuyển sinh trên nền tảng mạng xã hội.

Bằng cách đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên với từng nhóm nhu cầu trên, nghiên cứu không chỉ cung cấp dữ liệu thực tiễn phục vụ cải thiện chiến lược truyền thông tuyển sinh mà còn góp phần củng cố khả năng ứng dụng lý thuyết UGT trong lĩnh vực giáo dục, đặc biệt trong bối cảnh số hóa và cá nhân hóa ngày càng gia tăng.

4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng nhằm khảo sát và phân tích mức độ hài lòng của sinh viên năm nhất đối với thông tin tuyển sinh được truyền tải thông qua fanpage Facebook chính thức của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Việc lựa chọn sinh viên năm nhất làm đối tượng nghiên cứu được xác lập trên cơ sở lý do khoa học, bởi đây là nhóm cá nhân vừa trải qua quá trình tiếp cận thông tin tuyển sinh gần nhất và có trải nghiệm trực tiếp, cập nhật nhất với nội dung truyền thông của nhà trường. Dữ liệu được thu thập bằng phương pháp khảo sát thông qua bảng hỏi có cấu trúc (structured questionnaire), được thiết kế dựa trên cơ sở lý thuyết và các thang đo đã kiểm chứng trong các nghiên cứu trước.



Hình 2. Fanpage Facebook chính thức của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng (Nguồn: Ảnh chụp màn hình)

Tổng số bảng hỏi được phát ra là 463, với đối tượng khảo sát là sinh viên năm nhất chính quy đang theo học tại Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng trong năm học hiện hành. Sau quá trình kiểm tra và làm sạch dữ liệu, những bảng hỏi có độ lệch chuẩn (standard deviation) dưới 0.25 - dấu hiệu đồng nhất quá cao và có nguy cơ không phản ánh đúng hành vi đánh giá đã bị loại bỏ. Phương pháp này được áp dụng nhằm đảm bảo độ phân bố chuẩn và nâng cao độ tin cậy trong phân tích. Kết quả, tổng số quan sát hợp lệ được đưa vào phân tích chính thức là 284. Toàn bộ dữ liệu được mã hóa và xử lý trên phần mềm SPSS phiên bản 26.

Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo

Thành phần	Số lượng biến quan sát	Cronbach's Alpha
Sự hài lòng thông tin (INF)	3	0.899
Sự hài lòng về tiện lợi (CON)	3	0.886
Sự hài lòng về giải trí (ENT)	3	0.892
Sự hài lòng thể hiện bản thân (SE)	2	0.829
Sự hài lòng tương tác xã hội (SI)	3	0.850

Sự hài lòng hoạt động truyền thông tuyển sinh trên Facebook (FSAT)	3	0.916
--	---	-------

Thang đo trong nghiên cứu được kế thừa và điều chỉnh từ mô hình Choi [30] vốn phát triển trên cơ sở lý thuyết UGT. Cấu trúc thang đo bao gồm các nhóm biến đại diện cho động cơ tiếp cận và sử dụng thông tin tuyển sinh từ Facebook, cụ thể là: Sự hài lòng thông tin (INF), sự hài lòng về tiện lợi (CON), sự hài lòng về giải trí (ENT), sự hài lòng thể hiện bản thân (SE), sự hài lòng tương tác xã hội (SI) và sự hài lòng hoạt động truyền thông tuyển sinh trên Facebook (FSAT).

Tất cả các biến quan sát trong nghiên cứu được đo lường bằng thang Likert 5 điểm (1 - hoàn toàn không đồng ý đến 5 - hoàn toàn đồng ý). Độ tin cậy nội tại của các thang đo được kiểm định thông qua hệ số Cronbach's Alpha, với kết quả được trình bày tại bảng 1. Hầu hết các thang đo đều đạt ngưỡng Cronbach's Alpha từ 0.7 trở lên được xem là chấp nhận được để đưa vào các phân tích định lượng tiếp theo. Riêng đối với thang đo “Sự hài lòng thể hiện bản thân” (SE), một biến quan sát (SE2) bị loại khỏi thang đo do có chỉ số tương quan biến–tổng hiệu chỉnh (Corrected Item–Total Correlation) thấp, chỉ đạt 0.334, dưới ngưỡng khuyến nghị tối thiểu là 0.4. Việc giữ lại biến quan sát này làm giảm độ tin cậy tổng thể của thang đo (Cronbach's Alpha chỉ đạt 0.677), trong khi nếu loại bỏ SE2 thì hệ số này tăng lên đáng kể (0.829). Do đó, biến SE2 được loại khỏi phân tích để đảm bảo tính nhất quán và độ tin cậy của thang đo.

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Đặc điểm khách thể nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu chính thức bao gồm 284 sinh viên năm nhất, được chọn lựa theo phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên nhằm đảm bảo tính đại diện và giảm thiểu sai lệch trong thu thập dữ liệu. Các đặc điểm nhân khẩu học và hành vi thông tin của mẫu khảo sát được trình bày chi tiết trong bảng 2.

Bảng 2. Đặc điểm khách thể nghiên cứu

Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Ngành		
Khoa học Tự nhiên và Kỹ thuật	24	8.5
Khoa học Xã hội và Nhân văn	87	30.6
Khoa học Giáo dục	173	60.9
Giới tính		
Nam	42	14.8
Nữ	240	84.5
Khác	2	0.7
Cư trú		
Nông thôn	187	65.8
Thành thị	88	31.0
Biên giới, hải đảo	9	3.2
Loại hình cập nhật thông tin chủ yếu		
Báo chí chính thống	18	6.3
Mạng xã hội	249	87.7
Sự kiện trực tiếp	9	3.2
Bạn bè, người thân	8	2.8

Khác	0	0
Thời gian sử dụng Internet		
Dưới 3 giờ/ngày	32	11.3
Từ 3 đến dưới 5 giờ/ngày	126	44.4
Từ 5 đến dưới 7 giờ/ ngày	84	29.6
Trên 7 giờ/ ngày	42	14.8

Xét về phân bố ngành học, phần lớn sinh viên tham gia khảo sát đến từ khối Khoa học Giáo dục (60.9%), tiếp theo là Khoa học Xã hội và Nhân văn (30.6%) và Khoa học Tự nhiên và Kỹ thuật (8.5%). Sự áp đảo của nhóm sinh viên thuộc khối Khoa học Giáo dục là phù hợp với đặc điểm tổ chức đào tạo của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng, nơi mà đào tạo sư phạm là định hướng trọng tâm và có quy mô tuyển sinh lớn nhất khu vực miền Trung - Tây Nguyên. Về giới tính, tỷ lệ nữ giới chiếm ưu thế (84.5%) so với nam (14.8%) và giới tính khác (0.7%). Xét về nơi cư trú, sinh viên đến từ nông thôn chiếm đa số (65.8%), trong khi nhóm thành thị chiếm 31.0% và biên giới, hải đảo chỉ chiếm 3.2%. Về loại hình cập nhật thông tin chủ yếu, phần lớn sinh viên cho biết họ thường xuyên sử dụng mạng xã hội (87.7%), trong khi các kênh như báo chí chính thống (6.3%), sự kiện trực tiếp (3.2%) hay bạn bè, người thân (2.8%) có tỷ lệ thấp hơn đáng kể. Điều này xác nhận vai trò quan trọng của mạng xã hội trong truyền thông tuyển sinh và cũng đồng thời là cơ sở hợp lý để lựa chọn kênh khảo sát trong nghiên cứu này. Về thời gian sử dụng Internet, hơn 70% sinh viên truy cập mạng trên 3 giờ mỗi ngày, với nhóm sử dụng từ 3 đến dưới 5 giờ chiếm 44.4%, và từ 5 đến dưới 7 giờ là 29.6%. Chỉ 11.3% sử dụng dưới 3 giờ mỗi ngày. Những con số này cho thấy mức độ gắn bó cao với môi trường số của các công dân số bản địa – yếu tố thuận lợi cho việc triển khai các chiến dịch truyền thông tuyển sinh trên nền tảng mạng xã hội với tần suất và nội dung phong phú.

5.2. Mức độ hài lòng về thông tin tuyển sinh

Để trả lời cho câu hỏi nghiên cứu thứ nhất (RQ1) về mức độ hài lòng của sinh viên năm nhất đối với hoạt động truyền thông tuyển sinh được truyền tải qua mạng xã hội (fanpage Facebook) của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. Bảng 3 trình bày kết quả thống kê mô tả dựa trên thang đo được phát triển từ nghiên cứu của Choi [30]. Thang đo này bao gồm sáu thành phần: sự thỏa mãn thông tin, sự thỏa mãn về tiện lợi, sự thỏa mãn về giải trí, sự thỏa mãn tương tác xã hội, thể hiện bản thân và mức độ hài lòng tổng thể với thông tin tuyển sinh trên fanpage Facebook. Kết quả cho thấy, các giá trị trung bình dao động từ 3.90 đến 4.12 trên thang đo Likert-5, phản ánh mức độ hài lòng tương đối cao và ổn định giữa các khía cạnh.

Bảng 3. Mức độ hài lòng thông tin tuyển sinh qua fanpage Facebook của sinh viên năm nhất Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng

Biến	M (SD)
Sự hài lòng thông tin (INF)	4.11 (0.973)
INF1: Tôi nhận thấy thông tin tuyển sinh trên fanpage UED rất hữu ích.	4.15 (1.108)
INF2: Tôi truy cập vào fanpage UED vì tôi	4.12 (1.032)

có thể cập nhật thông tin chất lượng về tuyển sinh nhanh hơn bất cứ kênh nào khác.	
INF3: Tôi có thể học hỏi được nhiều thông tin khác từ fanpage UED.	4.07 (1.060)
Sự hài lòng về tiện lợi (CON)	4.09 (0.953)
CON1: Tôi nhận thấy fanpage UED là kênh cập nhật thông tin tuyển sinh liên quan đến UED nhanh nhất.	4.06 (1.052)
CON2: Tôi nhận thấy thông tin trên fanpage UED giúp tôi tiết kiệm thời gian tìm kiếm thông tin chung về kì thi tuyển sinh đại học.	4.12 (1.055)
CON3: Tôi có thể cập nhật thông tin tuyển sinh bằng cách truy cập vào fanpage UED mọi lúc, mọi nơi.	4.11 (1.059)
Sự hài lòng về giải trí (ENT)	3.90 (0.963)
ENT1: Tôi nhận thấy nội dung và cách thức trình bày thông tin tuyển sinh của UED trên fanpage hấp dẫn.	4.00 (1.024)
ENT2: Tôi cảm thấy hứng thú với thông tin tuyển sinh UED trên fanpage.	3.98(1.055)
ENT3: Tôi cảm thấy thư giãn khi xem thông tin tuyển sinh của UED trên fanpage.	3.74 (1.107)
Sự hài lòng tương tác xã hội (SI)	3.91 (0.931)
SI1: Truy cập vào fanpage UED, tôi có thể quan sát được những suy nghĩ và cảm nhận về UED của các bạn khác.	3.90 (1.032)
SI2: Truy cập vào fanpage UED, tôi có thể so sánh những đánh giá của tôi về UED với những bạn khác.	3.88 (1.071)
SI3: Truy cập vào fanpage UED, tôi cảm thấy thoải mái vì biết được rằng những thắc mắc, băn khoăn, lo sợ của tôi cũng là vấn đề các bạn khác gặp phải.	3.96 (1.081)
Sự hài lòng thể hiện bản thân (SE)	4.06 (0.980)
SE1: Tôi truy cập vào fanpage UED vì tôi mong muốn chia sẻ và thảo luận những trải nghiệm tích cực của tôi về UED với người khác.	3.96 (1.026)
SE3: Tôi mong muốn những người khác có cơ hội được trải nghiệm một môi trường học tập tốt.	4.15 (1.095)
Sự hài lòng hoạt động truyền thông tuyển sinh trên Facebook (FSAT)	4.12 (0.979)
FSAT1: Tôi hài lòng với những trải nghiệm khi truy cập fanpage UED.	4.10 (1.043)
FSAT2: Tôi cho rằng quyết định truy cập vào fanpage UED là một quyết định sáng suốt.	4.11 (1.046)
FSAT3: Tôi sẵn sàng giới thiệu fanpage UED cho người khác.	4.13 (1.085)
Ghi chú: Tất cả các biến được đo lường trên thang đo Likert-5 (1 = Rất không hài lòng đến 5 = Rất hài lòng)	

Dữ liệu bảng 3 chứng minh, sự hài lòng thông tin (INF)

(M = 4.11) và sự hài lòng về tiện lợi (CON) (M = 4.09) đạt giá trị cao nhất trong các khía cạnh. Hai yếu tố này phản ánh rõ vai trò chức năng của fanpage như một công cụ thông tin kịp thời, dễ tiếp cận và tiết kiệm thời gian – điều đặc biệt quan trọng trong bối cảnh sinh viên phải xử lý lượng lớn thông tin khi ra quyết định nhập học. Việc các mục như INF2 (“cập nhật nhanh hơn bất kỳ kênh nào khác”) hay CON2 (“giúp tiết kiệm thời gian”) đều có điểm cao nhất trong nhóm càng củng cố tầm quan trọng của trải nghiệm truy cập nhanh, rõ ràng và đáng tin cậy. Sự hài lòng thể hiện bản thân (SE) cũng được đánh giá tích cực (M = 4.06), cho thấy nhiều sinh viên mong muốn chia sẻ trải nghiệm của mình và khẳng định vai trò chủ thể trong quá trình tiếp nhận thông tin tuyển sinh. Mục SE3 (“Tôi mong muốn người khác có cơ hội trải nghiệm”) đạt điểm cao nhất toàn bảng (M = 4.15), phản ánh rõ nhu cầu lan tỏa cảm xúc tích cực – một dạng “sự hài lòng được biểu đạt công khai” vốn rất đặc trưng trong hành vi mạng xã hội.

Mặt khác, sự hài lòng về giải trí (ENT) và tương tác xã hội (SI) có điểm trung bình thấp hơn (M = 3.90 và M = 3.91). Mặc dù vẫn đạt mức khá, nhưng kết quả này cho thấy nội dung tuyển sinh hiện nay vẫn còn nghiêng nhiều về mặt chức năng hơn là tính cảm xúc hay tính kết nối cộng đồng. Các mục ENT3 và SI2 (“giải trí” và “so sánh đánh giá với bạn khác”) là những mục có điểm thấp nhất trong toàn bảng (dưới 3.90), cho thấy nhu cầu giải trí nhẹ nhàng và không gian trao đổi bình đẳng vẫn chưa được đáp ứng đầy đủ.

Mức độ hài lòng hoạt động truyền thông tuyển sinh (FSAT) đạt giá trị trung bình M = 4.12; SD = 0.979. Điều này phản ánh rằng fanpage Facebook không chỉ hoàn thành vai trò cung cấp thông tin, mà còn tạo dựng được cảm nhận tích cực chung về thương hiệu, sự tin cậy và niềm tin gắn bó. Kết quả phản ánh một cấu trúc hài lòng có thiên hướng lệch về chức năng thông tin hơn là tính xã hội, đồng thời cũng gợi mở hướng cải tiến nội dung truyền thông theo hướng tăng cường tính tương tác, sáng tạo và cá nhân hóa. Mức độ hài lòng cao hiện tại là một điểm mạnh, nhưng nếu không phát triển thêm các yếu tố cảm xúc và xã hội, fanpage có thể khó duy trì sự gắn bó dài hạn từ phía sinh viên, đặc biệt là với thế hệ người học kỹ thuật số vốn đề cao trải nghiệm toàn diện, không chỉ đơn thuần là thông tin.

5.3. Tác động của các yếu tố sử dụng mạng xã hội đến sự hài lòng với thông tin tuyển sinh

Để trả lời cho câu hỏi nghiên cứu thứ hai (RQ2), nghiên cứu tiến hành kiểm định mối quan hệ giữa sáu yếu tố thuộc mô hình UGT, gồm: sự hài lòng thông tin (INF), sự hài lòng tiện lợi (CON), sự hài lòng giải trí (ENT), sự hài lòng tương tác xã hội (SI) và sự hài lòng thể hiện bản thân (SE) với mức độ hài lòng hoạt động truyền thông tuyển sinh qua fanpage Facebook (FSAT) bằng hệ số tương quan Pearson. Kết quả phân tích được trình bày tại bảng 4 cho thấy, tất cả các hệ số tương quan đều đạt ý nghĩa thống kê ở mức $p < 0.01$, với giá trị r dao động từ 0.712 đến 0.848.

Bảng 4. Ma trận tương quan Pearson giữa các yếu tố và mức độ hài lòng với thông tin tuyển sinh qua fanpage Facebook

		1	2	3	4	5	6
1.	r	1					

INF	Sig. (2-tailed)						
2. CON	r	0.855*	1				
	Sig. (2-tailed)	0.000					
3. ENT	r	0.744**	0.794**	1			
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000				
4. SI	r	0.712**	0.779**	0.832**	1		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000			
5. SE	r	0.738**	0.792**	0.807**	0.828**	1	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		
6. FSAT	r	0.758**	0.802**	0.818**	0.828**	0.848**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	

Ghi chú: INF = Sự hài lòng thông tin; CON = Sự hài lòng về tiện lợi; ENT = Sự hài lòng về giải trí; SI = Sự hài lòng tương tác xã hội; SE = Sự hài lòng thể hiện bản thân; FSAT = Mức độ hài lòng hoạt động truyền thông tuyển sinh.

Trong đó, biến “Sự hài lòng thể hiện bản thân” (SE) có mối tương quan cao nhất với sự hài lòng hoạt động truyền thông tuyển sinh ($r = 0.848$), tiếp theo là “Sự hài lòng tương tác xã hội” ($r = 0.828$) và “Sự hài lòng về giải trí” ($r = 0.818$). Điều này phản ánh rằng các yếu tố mang tính cảm xúc và cá nhân hóa có ảnh hưởng mạnh mẽ đến cảm nhận hài lòng của sinh viên, vượt lên trên cả các yếu tố mang tính chức năng như “Sự hài lòng thông tin” ($r = 0.758$) hay “Sự hài lòng về tiện lợi” ($r = 0.802$). Phát hiện này cũng có vai trò của trải nghiệm xã hội và động lực thể hiện bản thân, những đặc trưng nổi bật của môi trường truyền thông mạng xã hội trong việc nâng cao hiệu quả truyền thông tuyển sinh. Ngoài ra, mối tương quan khá cao giữa các biến độc lập, đặc biệt giữa SI và SE ($r = 0.828$), hoặc CON và SE ($r = 0.792$), cho thấy sự đan xen giữa nhu cầu giao tiếp, tiện ích và khẳng định bản thân trong hành vi tiếp nhận thông tin của sinh viên.

Bảng 5. Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi quy

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số ước lượng	Durbin-Watson
1	0.895 ^a	0.801	0.798	0.44018	1.978

Nhằm xác định mức độ ảnh hưởng cụ thể của từng yếu tố đến mức độ hài lòng của sinh viên năm nhất đối với thông tin tuyển sinh trên fanpage Facebook, nghiên cứu tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính bội với biến phụ thuộc là FSAT (mức độ hài lòng hoạt động truyền thông tuyển sinh) và năm biến độc lập là INF, CON, ENT, SI, SE. Kết quả kiểm định mô hình hồi quy được trình bày trong bảng 5 cho thấy mô hình đạt độ phù hợp cao, với hệ số R^2 hiệu chỉnh đạt 0.798, đồng nghĩa với việc khoảng 79.8% phương sai của biến phụ thuộc được giải thích bởi năm yếu tố được đưa vào mô hình.

Kiểm định ANOVA cho thấy mô hình hồi quy có ý nghĩa thống kê rõ rệt ($F = 224.259$; $p < 0.001$), đồng thời chỉ số Durbin-Watson = 1.978 nằm trong ngưỡng cho phép (1.5 - 2.5), phản ánh không có hiện tượng tương quan phần

dữ liệu các sai số. Những kết quả này khẳng định mô hình hồi quy phù hợp và có khả năng dự báo cao trong bối cảnh nghiên cứu.

Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy đa biến

Biến độc lập	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Kiểm tra đa cộng tuyến	
	β	Sai số chuẩn	β			Độ chấp nhận	VIF
Hằng số	0.137	0.124		1.112	0.267		
INF	0.108	0.053	0.107	2.024	0.044	0.255	3.924
CON	0.128	0.063	0.125	2.053	0.041	0.193	5.193
ENT	0.181	0.056	0.178	3.228	0.001	0.234	4.265
SI	0.235	0.059	0.224	4.009	0.000	0.229	4.359
SE	0.340	0.054	0.341	6.262	0.000	0.241	4.142

Ghi chú: INF = Sự hài lòng thông tin; CON = Sự hài lòng về tiện lợi; ENT = Sự hài lòng về giải trí; SI = Sự hài lòng tương tác xã hội; SE = Sự hài lòng thể hiện bản thân.

Kết quả chi tiết của mô hình được trình bày tại bảng 6. Trong năm yếu tố, “Sự hài lòng thể hiện bản thân” (SE) là biến có ảnh hưởng mạnh nhất đến mức độ hài lòng tổng thể, với hệ số hồi quy chuẩn hóa $\beta = 0.341$ ($p < 0.001$). Kết quả này cho thấy rằng khi sinh viên cảm nhận được sự tự do trong việc chia sẻ, thể hiện suy nghĩ và lan tỏa trải nghiệm tích cực trên fanpage, họ sẽ có xu hướng đánh giá cao hơn kênh thông tin này. Tiếp theo là “Sự hài lòng tương tác xã hội” (SI) với $\beta = 0.224$ ($p < 0.001$), khẳng định vai trò của tính cộng đồng và sự tương tác giữa người học trong việc gia tăng mức độ hài lòng. Trong khi đó, “Sự hài lòng về giải trí” (ENT) với $\beta = 0.178$ ($p = 0.001$) cũng cho thấy ảnh hưởng tích cực, dù mức độ thấp hơn, nhấn mạnh vai trò hỗ trợ về mặt cảm xúc và trải nghiệm thân thiện trên nền tảng số.

Trái lại, hai yếu tố chức năng là “Sự hài lòng thông tin” (INF) và “Sự hài lòng về tiện lợi” (CON) có ảnh hưởng yếu hơn (β lần lượt là 0.107 và 0.125, $p < 0.05$). Dù vẫn đạt ý nghĩa thống kê, các yếu tố này không đóng vai trò quyết định trong việc hình thành sự hài lòng nếu thiếu vắng trải nghiệm cảm xúc và xã hội. Kết quả này cho thấy trong môi trường truyền thông hiện đại, sinh viên không chỉ tìm kiếm nội dung có chất lượng mà còn kỳ vọng về tính tương tác, đồng cảm và cá nhân hóa, những đặc điểm nổi bật của mạng xã hội.

Hệ số VIF được xem xét kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến. Các giá trị VIF dao động từ 3.92 đến 5.19, đều dưới ngưỡng 10 cho thấy không có vấn đề nghiêm trọng về đa cộng tuyến. Do đó, mô hình hồi quy được đánh giá là ổn định và có giá trị suy luận tốt.

6. Thảo luận và kết luận

Kết quả nghiên cứu xác nhận rằng truyền thông tuyến sinh trên nền tảng mạng xã hội mà cụ thể là fanpage Facebook của Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng

đã mang lại trải nghiệm thông tin tích cực đối với sinh viên năm nhất. Với các giá trị trung bình của thang đo dao động từ 3.87 đến 4.12, mức độ hài lòng được đánh giá là khá cao và đồng đều giữa các thành phần đo lường. Điều này cho thấy sự phù hợp giữa định hướng chiến lược truyền thông của nhà trường và nhu cầu tiếp nhận thông tin của sinh viên - những công dân số bản địa có xu hướng đánh giá cao sự nhanh chóng, tiện lợi và tính tương tác của môi trường mạng xã hội [2], [3].

Tuy nhiên, khi đi sâu vào phân tích, một số phát hiện phản biện đáng chú ý đã được đưa ra. Dù các yếu tố chức năng như thông tin và tiện lợi (INF và CON) có điểm trung bình cao và có mối tương quan ý nghĩa với sự hài lòng hoạt động truyền thông tuyến sinh (FSAT), nhưng các yếu tố cảm xúc và xã hội như thể hiện bản thân (SE), tương tác xã hội (SI) và giải trí (ENT) mới là những biến có ảnh hưởng mạnh hơn trong mô hình hồi quy (β từ 0.178 đến 0.341, $p < 0.01$). Điều này cho thấy rằng trong bối cảnh truyền thông số, sự hài lòng của sinh viên không chỉ đến từ nội dung đúng và đủ, mà quan trọng hơn là cảm nhận về sự tham gia, chia sẻ và gắn kết cộng đồng, những yếu tố mà lý UGT xác định là động lực cốt lõi trong hành vi sử dụng mạng xã hội [26], [29].

Việc yếu tố “Sự hài lòng thể hiện bản thân” (SE) có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng tổng thể ($\beta = 0.341$) là một phát hiện đáng chú ý. Kết quả tiết lộ rằng sinh viên không chỉ tìm kiếm thông tin mà còn mong muốn được nhìn thấy, được lắng nghe và đóng vai trò chủ động trong quá trình xây dựng nhận thức thương hiệu nhà trường. Điều này đặt ra yêu cầu rằng truyền thông tuyến sinh cần chuyển từ mô hình định hướng nội dung sang định hướng trải nghiệm. Nhờ vậy, sinh viên trở thành chủ thể đồng kiến tạo nội dung thông qua chia sẻ, phản hồi và tương tác đa chiều.

Ngoài ra, kết quả cũng cho thấy một giới hạn của các yếu tố chức năng: dù cần thiết, nhưng nếu không đi kèm với trải nghiệm cá nhân hóa và yếu tố cảm xúc, chúng không đủ để tạo ra mức độ hài lòng vượt trội. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh giáo dục đại học đang cạnh tranh gay gắt để thu hút sinh viên nơi mà các trường đại học không chỉ cạnh tranh bằng thông tin, mà bằng sự kết nối và giá trị cảm xúc.

Mặc dù nghiên cứu đã cung cấp cái nhìn sâu sắc về mức độ hài lòng của sinh viên đối với thông tin tuyến sinh qua mạng xã hội, đặc biệt là fanpage Facebook của một cơ sở giáo dục đại học, tuy nhiên, nghiên cứu này vẫn tồn tại một số hạn chế cần được thừa nhận. Đầu tiên, nghiên cứu chỉ tập trung khảo sát tại một cơ sở giáo dục duy nhất là Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng và đối tượng nghiên cứu là sinh viên năm nhất trong một thời điểm cụ thể. Do đó, kết quả có thể bị giới hạn về tính khái quát và chưa phản ánh được sự đa dạng về hành vi tiếp nhận thông tin tuyến sinh ở các nhóm sinh viên thuộc các bối cảnh tổ chức, vùng miền hoặc ngành học khác nhau. Mặt khác, nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng với bảng hỏi đóng, do đó, chưa khai thác được chiều sâu trong nhận thức, cảm xúc hoặc các trải nghiệm cụ thể của người học đối với nội dung truyền thông tuyến sinh. Một số yếu tố ảnh hưởng tiềm ẩn như sự khác biệt văn hóa, niềm tin

thương hiệu, hoặc ảnh hưởng từ bạn bè, gia đình chưa được đưa vào mô hình nghiên cứu hiện tại.

Từ những hạn chế nêu trên, các nghiên cứu tiếp theo cần mở rộng quy mô khảo sát trên nhiều cơ sở giáo dục đại học công và tư, ở các địa phương và khu vực khác nhau nhằm kiểm định tính ổn định của mô hình trong các bối cảnh đa dạng hơn. Bên cạnh đó, bổ sung các phương pháp nghiên cứu định tính để khám phá thêm các khía cạnh cảm xúc, hành vi phi lý tính, và trải nghiệm ngầm định của sinh viên khi tiếp nhận nội dung tuyển sinh. Đặc biệt, cần nghiên cứu mở rộng đối tượng là học sinh trung học phổ thông, đây là nhóm khách thể tiềm năng của truyền thông tuyển sinh đại học để đo lường tác động trước tuyển sinh nhằm kịp thời tối ưu hóa các chiến dịch truyền thông theo chu kỳ dài hạn hơn.

Nghiên cứu khuyến nghị một số hàm ý thực tiễn sau đây:

Thứ nhất, xem xét và tái cấu trúc nội dung truyền thông. Các cơ sở giáo dục đại học cần chuyển hướng từ việc tập trung đơn thuần vào cung cấp thông tin sang thiết kế trải nghiệm truyền thông toàn diện, trong đó chú trọng đến khả năng cá nhân hóa nội dung, phản hồi nhanh và xây dựng không gian đối thoại tích cực trên các nền tảng mạng xã hội;

Thứ hai, gia tăng yếu tố cộng đồng và thể hiện cá nhân. Nên phát triển các chiến dịch cho phép sinh viên, cựu sinh viên chia sẻ cảm nhận, lan tỏa câu chuyện cá nhân và khuyến khích nội dung do người dùng tạo ra (user-generated content) để tăng độ gắn kết và tin cậy;



Thứ ba, đầu tư công nghệ và dữ liệu hành vi. Để nâng cao hiệu quả truyền thông, nhà trường có thể đầu tư vào các công cụ phân tích hành vi người dùng, từ đó cung cấp nội dung theo thời gian thực và phù hợp với hành vi tiếp nhận thông tin của từng nhóm đối tượng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] A. Fernández, B. Gómez, K. Binjaku, and E. K. Meçe, “Digital transformation initiatives in higher education institutions: A multivocal literature review,” *Educ Inf Technol (Dordr)*, 2023, doi: 10.1007/s10639-022-11544-0.
- [2] N. T. T. Xuan and N. D. Ky, “Application of the two-step flow theory in university admission communication campaigns in vietnam’s digital era,” *Journal of Thu Dau Mot University*, pp. 547–562, Dec. 2024, doi: 10.37550/tdmu.EJS/2024.04.603.
- [3] N. C. Jackson, “Managing for competency with innovation change in higher education: Examining the pitfalls and pivots of digital transformation,” *Bus Horiz*, vol. 62, no. 6, pp. 761–772, Nov. 2019, doi: 10.1016/j.bushor.2019.08.002.
- [4] C. Verma and V. Jain, “DIGITAL MARKETING CHANNEL (FACEBOOK) AND STUDENT ADMISSIONS: A COMPARATIVE ANALYSIS IN PRIVATE UNIVERSITIES,” 2024. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/378899031>
- [5] N. Ismail, F. Hassan, S. N. Mohamad, and D. N. Mohd, “Determining Mediating Effect of Information Satisfaction on International Students’ College Choice: Empirical Evidence in Malaysia’s University,” *International Journal of Scientific Research in Education*, vol. 3, pp. 51–63, 2010, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/299747048>
- [6] A. Turcio, “Building relationships with audience-centric communications,” *Journal of Education Advancement & Marketing*, vol. 6, no. 2, p. 191, Sep. 2021, doi: 10.69554/GCGE8092.
- [7] M. Alenezi, “Digital Learning and Digital Institution in Higher Education,” *Educ Sci (Basel)*, vol. 13, no. 1, p. 88, Jan. 2023, doi: 10.3390/educsci13010088.
- [8] N. Faculak, “College Admissions Use of Social Media in Recruitment Marketing: A Literature Review & Strategic Plan for Western Michigan University’s Office of Admissions,” Western Michigan University, 2012. Accessed: May 02, 2025. [Online]. Available: https://scholarworks.wmich.edu/honors_theses/1773?utm_source=scholarworks.wmich.edu%2Fhonors_theses%2F1773&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
- [9] Z. Taylor, L. Ibarra, T. Vaught, G. Figueroa, and G. Kowalski, “Resuscitating Your Admissions Social Media: Re-Engaging Your Audiences (Presentation Slides),” *SSRN Electronic Journal*, 2022, doi: 10.2139/ssrn.4077980.
- [10] A. Sotomayor-Vidal, M.-C. D. Alonso, and C. Q.-F. Juan, “The Influence of Digital Marketing on the Student Recruitment Process in the Private Higher Education Sector in Perú,” in *Proceedings of the 3rd Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, Johor Bahru, Sep. 2022, pp. 2547–2557.
- [11] M. Kimani and S. Obwatho, “Influence of Social Media Marketing on Student Enrolment among Private Universities in Kenya,” 2020.
- [12] B. Muazu Maimuna, M. H. Muhammad, and H. Mohammed, “Assessment of channels for disseminating admission information to student applicants in ahmadu bello university, zaria,” 2020.
- [13] L. Garg, D. Agarwal, D. Gupta, P. Goel, and P. Jain, “An Intelligent Approach to Admissions using Blockchain and Artificial Intelligence,” in *2024 1st International Conference on Advanced Computing and Emerging Technologies (ACET)*, IEEE, Aug. 2024, pp. 1–5, doi: 10.1109/ACET61898.2024.10730699.
- [14] M. Dooney, “Social Media & College Admissions: An Analysis of Facebook’s Role in College Admissions & Higher Education Marketing,” Seton Hall University Dissertations and Theses (ETDs), 2014. Accessed: May 03, 2025. [Online]. Available: <https://scholarship.shu.edu/dissertations/2015>
- [15] L. Feifei, M. W. Kian, and L. Jianqiang, “Construction Of International Student Satisfaction Model Under The Internationalization Of Higher Education: New Normal Perspective,” *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, vol. 12, no. 11, pp. 6084–6098, 2021, Accessed: May 04, 2025. [Online]. Available: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/construction-international-student-satisfaction/docview/2639733822/se-2>
- [16] A. Kanwar and M. Sanjeeva, “Student satisfaction survey: a key for quality improvement in the higher education institution,” *J Innov Entrep*, vol. 11, no. 1, Dec. 2022, doi: 10.1186/s13731-022-00196-6
- [17] R. Sudarwo and I. Buamonabot, “Antecedents Of Satisfaction Choosing Higher Education: An Empirical Evidence At The Universitas Terbuka,” *International Journal of Scientific & Technology Research*, vol. 8, no. 10, pp. 1601–1604, 2019.
- [18] E. G. David, K. B. Joe, M. C. Robert, L. S. Elton, and S. Rober, “An Exploratory Study Of Student Satisfaction With University Web Page Design,” *American Journal Of Business Education*, vol. 6, 2013.
- [19] D. Nuswantoro and W. S. D. Abdul, “The Influence of Competence User Information System on User Satisfaction of New Student Admission Information System in University of Swadaya Gunung Jati,” in *Proceedings of the International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)*, Paris, France: Atlantis Press, 2018, doi: 10.2991/icobest-18.2018.53.
- [20] E. Utami and D. B. A. Regita, “Analysis of Student Satisfaction with Student Affairs Unit Services,” *Journal of Novel Engineering Science and Technology*, vol. 2, no. 02, pp. 46–52, Jul. 2023, doi: 10.56741/jnest.v2i02.370.
- [21] K. Govender and E. David, “Experience and satisfaction: Exploring students perceptions of private and public higher education services,” *Problems and Perspectives in Management*, vol. 21, no. 2, pp. 371–382, 2023, doi: 10.21511/ppm.21(2).2023.36.
- [22] R. Cahyana, S. Rahayu, and E. Satria, “Revealing student satisfaction related to academic information services using the Kano model,” in *Journal of Physics: Conference Series*, IOP Publishing Ltd, Dec. 2019, doi: 10.1088/1742-6596/1402/6/066106.
- [23] E. C. Panggabean and J. S. Sinambela, “Evaluation Of User Satisfaction Towards New Student Admission Website Quality,” *Research Synergy Foundation*, Nov. 2020, pp. 69–82, doi: 10.31098/iceiakn.v1i1.243.
- [24] T. Zia, S. Khawaja, and F. Qureshi, “Student Satisfaction with

- Admission and Induction in the UK Private Higher Education Sector*,” *International Journal of Private Higher Education*, vol. 1, no. 1, pp. 47–79, Oct. 2022, doi: 10.60166/vnxx6686.
- [25] H. Cantril, “*Professor quiz: A gratifications study*,” in *Radio research 1941*, New York: Duell, Solan & Pearce: In P.F. Lazarsfeld & F. Stanton (Eds.), 1942, pp. 34–35.
- [26] E. Katz, J. G. Blumler, and M. Gurevitch, “*Uses and Gratifications Research*,” *Public Opin Q*, vol. 37, no. 4, p. 509, 1974, doi: 10.1086/268109.
- [27] H. Ko, C.-H. Cho, and M. S. Roberts, “*INTERNET USES AND GRATIFICATIONS: A Structural Equation Model of Interactive Advertising*,” *J Advert*, vol. 34, no. 2, pp. 57–70, Jun. 2005, doi: 10.1080/00913367.2005.10639191.
- [28] Z. Papacharissi, “*The Self Online: The Utility of Personal Home Pages*,” *J Broadcast Electron Media*, vol. 46, no. 3, pp. 346–368, Sep. 2002, doi: 10.1207/s15506878jobem4603_3.
- [29] N. Park, K. F. Kee, and S. Valenzuela, “*Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes*,” *CyberPsychology & Behavior*, vol. 12, no. 6, pp. 729–733, Dec. 2009, doi: 10.1089/cpb.2009.0003.
- [30] E.-K. (Cindy) Choi, D. Fowler, B. Goh, and J. (Jessica) Yuan, “*Social Media Marketing: Applying the Uses and Gratifications Theory in the Hotel Industry*,” *Journal of Hospitality Marketing & Management*, vol. 25, no. 7, pp. 771–796, Oct. 2016, doi: 10.1080/19368623.2016.1100102.

Thông tin về tác giả

	<p>Lê Văn Trúc Ly:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tốt nghiệp Cử nhân Báo chí - Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng (2012). - Tốt nghiệp Thạc sĩ Báo chí học - Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội (2016). - Giảng viên trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. - Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông xã hội, truyền thông số, xây dựng thương hiệu, quan hệ công chúng, biến đổi khí hậu, bình đẳng giới. - Điện thoại: 0977090676. - Email: lvtly@ued.udn.vn.
	<p>Lê Văn Thắng</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tốt nghiệp Thạc sĩ Báo chí học – Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn; Đại học Quốc gia Hà Nội (2022). - Giảng viên Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng. - Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông xã hội, Truyền thông nội bộ, Quan hệ công chúng, Phát triển bền vững, Sự kiện và Lễ hội. - Điện thoại: 0935534939. - Email: lethang.vhdl@gmail.com.

ĐÀO TẠO NGÀNH QUAN HỆ QUỐC TẾ VÀ TRUYỀN THÔNG TRONG KỶ NGUYÊN CHUYỂN ĐỔI SỐ: CÁCH TIẾP CẬN TỪ MÔ HÌNH QUADRUPLE HELIX

INTERNATIONAL RELATIONS AND COMMUNICATIONS IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION: AN APPROACH FROM THE QUADRUPLE HELIX MODEL

Thái Hoàng Hạnh Nguyên

Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh

Thai Hoang Hanh Nguyen

1Ho Chi Minh City University of Foreign Languages and Information Technology; Email: nguyenthh@hufliit.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Thái Hoàng Hạnh Nguyên (email: nguyenthh@hufliit.edu.vn)*

Tóm tắt - Trong những năm gần đây, thế giới đã chứng kiến sự bùng nổ mạnh mẽ của truyền thông và công nghệ số, kéo theo những biến chuyển sâu rộng trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Truyền thông ngày nay không còn chỉ là một kênh truyền tải thông tin, mà đã trở thành một công cụ chiến lược, được ứng dụng hiệu quả trong các lĩnh vực. Việc ứng dụng truyền thông đang dần trở thành xu thế tất yếu, góp phần định hình lại cách tiếp cận tri thức và xây dựng một môi trường học tập linh hoạt, sáng tạo và phù hợp với thời đại. Bài nghiên cứu này vận dụng lý thuyết Quadruple Helix – một mô hình có sự hợp tác giữa bốn trụ cột: trường đại học, doanh nghiệp, chính phủ và xã hội dân sự (bao gồm công chúng, giới truyền thông và các tổ chức xã hội) - để phân tích những thuận lợi và thách thức trong quá trình phát triển giáo dục đại học, đặc biệt là trong lĩnh vực quan hệ quốc tế và truyền thông. Dựa trên đó, nghiên cứu cũng đưa ra các khuyến nghị nhằm thúc đẩy sự phối hợp hiệu quả giữa các bên liên quan góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành học này trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

Từ khóa - Truyền thông; quan hệ quốc tế; giáo dục; chuyển đổi số; công nghệ số.

1. Đặt vấn đề

Trong kỷ nguyên số, sự bùng nổ của truyền thông và công nghệ thông tin đã và đang làm thay đổi sâu sắc cấu trúc xã hội, cách thức giao tiếp và phương pháp tiếp cận tri thức. Truyền thông hiện đại không chỉ giữ vai trò là kênh truyền tải thông tin, mà còn trở thành công cụ chiến lược trong quản trị, giáo dục, kinh doanh và phát triển xã hội. Tại Hội nghị Báo chí toàn quốc tổng kết công tác năm 2023, triển khai nhiệm vụ năm 2024, một trong những nhiệm vụ mà đồng chí Nguyễn Trọng Nghĩa, Bí thư Trung ương Đảng, Trưởng ban Tuyên giáo Trung ương đưa ra yêu cầu là “Cần tập trung xây dựng một khung chương trình đào tạo, bồi dưỡng báo chí phù hợp với yêu cầu, nhiệm vụ báo chí trong tình hình mới. Cần đào tạo cho được đội ngũ cán bộ báo chí có tư duy nhạy bén, có bản lĩnh chính trị vững vàng, có trình độ chuyên môn sâu, khả năng thích ứng, nắm bắt và làm chủ công nghệ; có phẩm chất đạo đức trong sáng, biết trọng danh dự, tâm huyết, công tâm, khách quan trong thực thi nhiệm vụ, luôn đặt lợi ích của Đảng, của Tổ quốc, của nhân dân lên trước hết và trên hết” [5]. Điều này cho thấy được tầm nhìn và mức độ đánh giá cao việc sử dụng các công nghệ phục vụ cho nghề nghiệp, tác

Abstract - In recent years, the world has witnessed the growth of media and digital technology, leading to profound transformations across all areas of social life. Today, the media is no longer a channel for information broadcasting but has evolved into a strategic tool that is effectively applied across various fields. The use of media is gradually becoming a predictable trend, helping to reshape approaches to knowledge and build a more flexible, creative, and contemporary learning environment. This paper applies the Quadruple Helix model – a model that emphasizes collaboration among four key pillars: universities, businesses, government, and civil society (including the public, media, and social organizations) - to analyze the advantages and challenges in the development of higher education, particularly in the fields of international relations and communications. Based on this analysis, the research also offers recommendations to promote effective coordination among stakeholders, thereby contributing to improving training quality and developing high-quality human resources.

Keywords – Media; international relations; education; digital transformation; digital technology.

ng nghiệp làm trong lĩnh vực báo chí truyền thông của Việt Nam.

Trong bối cảnh đó, mô hình Quadruple Helix - với sự tham gia của bốn trụ cột chính: trường đại học, doanh nghiệp, chính phủ và xã hội dân sự - được xem là một tiếp cận lý thuyết hiệu quả để phân tích, kết nối và phát huy vai trò của các bên liên quan trong việc phát triển giáo dục đại học. Việc vận dụng mô hình này vào lĩnh vực đào tạo Quan hệ quốc tế và Truyền thông giúp nhận diện rõ hơn những thuận lợi, thách thức cũng như tiềm năng hợp tác liên ngành nhằm nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Nghiên cứu này tập trung vào ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông vì trước nay có thể hai lĩnh vực này là riêng biệt nhưng tính đến thời điểm hiện nay thì ranh giới giữa quan hệ quốc tế và truyền thông là không còn. Bởi lẽ, quan hệ quốc tế chính là sự vận dụng của truyền thông để có thể đưa ra các quyết sách phù hợp và ngành truyền thông cũng cần biết đến các biến chuyển của tình hình quốc tế để có thể vận dụng vào lĩnh vực của mình. Nói cách khác quan hệ quốc tế và truyền thông là nghiên cứu liên ngành và bổ trợ cho nhau. Chính vì thế xu hướng đào tạo hiện nay chính là các đơn vị có

ngành quan hệ quốc tế sẽ có những chuyên ngành liên quan đến báo chí, truyền thông. Đó chính là lý do mà nghiên cứu này tập trung về cả lĩnh vực đào tạo Quan hệ quốc tế và Truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay. Nghiên cứu này chủ yếu được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định tính và cách áp dụng mô hình Quadruple Helix, dựa trên bốn trụ cột chính trong hệ sinh thái giữa đào tạo và thị trường lao động để phân tích và tổng hợp bối cảnh đào tạo ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông tại Việt Nam hiện nay.

2. Mô hình Quadruple Helix trong đào tạo

Mô hình Quadruple Helix mô tả bốn trụ cột chính trong hệ sinh thái đổi mới sáng tạo hiện nay bao gồm công nghiệp (Industry), chính sách (Policy), học thuật (Academia) và xã hội dân sự (Civil Society). Công nghiệp sẽ đại diện cho giá trị kinh doanh, các hoạt động mang tính tiêu biểu như khởi nghiệp, đầu tư sinh ra lợi tức. Chính sách chính là việc một quốc gia tạo ra được giá trị chính trị thể hiện qua việc vận động chính sách, ủng hộ các chương trình hoặc cá nhân. Học thuật sẽ mang đến các giá trị nghiên cứu thông qua các công bố khoa học, ấn phẩm, các sáng chế... Xã hội dân sự chính là thể hiện các giá trị xã hội thông qua các kiến nghị, điều hành các tổ chức phi chính phủ... để đi đến được các quyền và sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu xã hội. (European Union).

Bảng 1. Các giá trị liên quan trong mô hình Quadruple Helix (nguồn: Popa, Blok, and Wesselink, 2020)

Trụ cột	Giá trị	Định nghĩa	Hành vi tiêu biểu	Kết quả tiêu biểu
Công nghiệp	Giá trị kinh doanh	Giá trị tiền tệ trực tiếp hoặc gián tiếp.	Khởi nghiệp, đầu tư vào doanh nghiệp, sáp nhập và mua lại, quản lý doanh nghiệp.	Lợi tức đầu tư, thị phần.
Chính sách	Giá trị chính trị	Sự đóng góp vào việc duy trì và đảm bảo công bằng của hệ thống chính trị.	Vận động ủng hộ hoặc phản đối một chính sách, chương trình hay cá nhân.	Phiếu bầu.
Học thuật	Giá trị nghiên cứu	Sự đóng góp vào sự phát triển của lĩnh vực học thuật hoặc khoa học nói chung.	Xuất bản và trình bày các công trình nghiên cứu học thuật.	Ấn phẩm, bảng sáng chế, sách, danh hiệu học thuật, chỉ số trích dẫn.
Xã hội dân sự	Giá trị xã hội	Sự đóng góp vào việc bảo vệ quyền dân sự.	Kiến nghị, vận động hành lang, thành lập và điều hành các tổ chức phi chính phủ (NGO).	Các quyền và sản phẩm đáp ứng nhu cầu của xã hội.

Từ mô hình lý thuyết nêu trên, có thể áp dụng mô hình Quadruple Helix trong việc đẩy mạnh đào tạo các ngành học, bài viết này sẽ tập trung vào ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông. Trước hết, industry trong mô hình này đóng vai trò kết nối nhà trường với thực tiễn lao động và thị trường lao động. Trong lĩnh vực đào tạo ngành Quan hệ

quốc tế và Truyền thông, các doanh nghiệp, các tổ chức làm việc trong lĩnh vực truyền thông, quan hệ công chúng là các đối tác tiềm năng đồng hành cùng các đơn vị giáo dục. Trước nhất, thông qua việc đưa ra các ý kiến, quan điểm, nhận định về mức độ phát triển của ngành nghề liên quan đến Quan hệ quốc tế và Truyền thông thì các đơn vị doanh nghiệp này đã trở thành nơi tham khảo đáng giá để các trường đưa ra được các định hướng đào tạo phù hợp với thị trường lao động. Doanh nghiệp cũng là đơn vị hỗ trợ xây dựng chương trình đào tạo phù hợp với yêu cầu thực tế, mang đến các cơ hội thực tập, kiến tập cũng như cùng phối hợp với nhà trường để thực hiện các nghiên cứu. Qua các hoạt động từ doanh nghiệp này, sinh viên được tiếp cận với các kỹ năng thực hành, tư duy nghề nghiệp phát triển cũng như góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng được thị trường lao động. Xét đến yếu tố chính sách, việc định hướng phát triển của các cơ quan nhà nước, giáo dục giữ vai trò then chốt trong việc phát triển giáo dục đại học phù hợp với yêu cầu của thời đại số. Đối với ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông việc có được các chính sách phù hợp sẽ mở ra nhiều cơ hội mới trong việc tăng cường việc thiết kế và triển khai các chương trình đào tạo mang tính hội nhập. Là một trong những trụ cột của mô hình Quadruple Helix, các chính sách, định hướng, việc xây dựng chương trình đào tạo của các cơ sở giáo dục sẽ góp phần mang giá trị học thuật ra thực tế. Cuối cùng, xã hội dân sự với truyền thông đại chúng, các tổ chức phi chính phủ, các cộng đồng như cựu sinh viên, công chúng sẽ mang đến các phản hồi liên quan đến chất lượng giáo dục và đào tạo. Các phản hồi của công chúng cũng chính là sự minh bạch thông tin, tính chính xác phản ánh trong việc định hướng đào tạo của các đơn vị giáo dục.

Bảng 2. Áp dụng mô hình Quadruple Helix trong đào tạo ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông (nguồn: tác giả)

Trụ cột	Nội dung
Doanh nghiệp	Kết nối giữa nhà trường và thị trường lao động. Góp ý chương trình đào tạo theo nhu cầu thực tế. Cung cấp cơ hội thực tập, đào tạo, kiến tập, dự án thực tế...
Đại học	Trụ cột chính đào tạo sinh viên. Thiết kế chương trình đào tạo gắn với số hóa. Hợp tác với các bên liên quan khác.
Chính phủ	Định hướng và hoạch định chính sách giáo dục đại học. Tạo tính pháp lý cho công tác đào tạo.
Xã hội dân sự	Đóng góp thông tin về đề giảng dạy thực chiến.

Có thể thấy, mô hình Quadruple Helix không chỉ đơn thuần là một khung lý thuyết mà còn có thể áp dụng thành một khung chiến lược có tính định hướng thực tiễn giúp cho các cơ sở giáo dục đại học có thể phát triển chương trình đào tạo gắn liền với nhu cầu xã hội, tăng cường sự liên kết của các bên có liên quan để nâng cao phát triển nguồn nhân lực trong thời đại hội nhập và số hóa hiện nay.

3. Thực tiễn và nhận định về đào tạo ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông theo mô hình Quadruple Helix
3.1. Bối cảnh và sự phối hợp trong đào tạo ngành Quan

hệ quốc tế và Truyền thông hiện nay

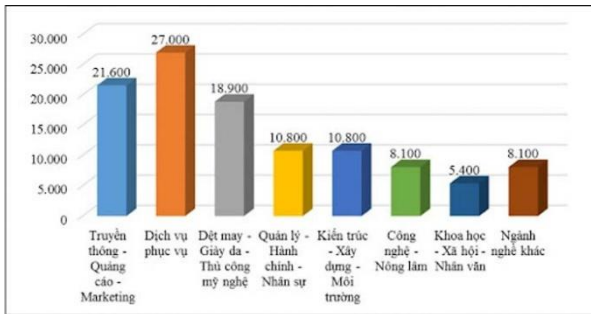
Từ năm 2022 Thủ tướng chính phủ đã ra Quyết định số 131/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Đề án “Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo giai đoạn 2022 - 2025, định hướng đến năm 2030”. Theo đó, mục tiêu chung của Đề án chính là “tận dụng tiến bộ công nghệ để thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong dạy và học, nâng cao chất lượng và cơ hội tiếp cận giáo dục, hiệu quả quản lý giáo dục; xây dựng nền giáo dục mở thích ứng trên nền tảng số, góp phần phát triển Chính phủ số, kinh tế số và xã hội số” [8]. 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” thể hiện tầm nhìn chính sách rõ ràng và phù hợp với xu thế phát triển của đất nước và thế giới. Đây là minh chứng cho quyết tâm của Nhà nước trong việc đưa công nghệ thông tin và chuyển đổi số trở thành đòn bẩy chiến lược cho ngành giáo dục, đặc biệt trong bối cảnh hậu Covid-19 và thời đại số hóa mạnh mẽ. Đối với ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông, chính sách này mang ý nghĩa quan trọng khi gián tiếp hỗ trợ và định hướng phát triển thông qua việc phát huy vai trò của hai ngành trong truyền tải chính sách giáo dục số, thúc đẩy hợp tác quốc tế trong lĩnh vực giáo dục, đồng thời góp phần xây dựng hình ảnh nền giáo dục Việt Nam hiện đại, hội nhập. Đề án còn tạo ra tác động đa chiều, không chỉ đổi mới phương pháp giảng dạy mà còn cải thiện công tác quản trị giáo dục, phát triển cơ sở dữ liệu học tập và nâng cao năng lực công nghệ của đội ngũ giảng viên và sinh viên. Trong đó, ngành Truyền thông đóng vai trò nòng cốt trong việc truyền thông chính sách, nâng cao nhận thức xã hội và phổ cập tri thức số. Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI đã ban hành Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 04/1/2013 về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. Kết quả đạt được ban đầu là “Giáo dục đại học tiếp tục đổi mới, gắn với tăng cường tự chủ đã tạo ra động lực mới, tạo chuyển biến mạnh về chất lượng, hiệu quả trong đào tạo nguồn nhân lực và nghiên cứu khoa học; số lượng chương trình đào tạo được kiểm định và công bố khoa học quốc tế tăng mạnh, một số cơ sở giáo dục đại học và nhóm ngành đào tạo được xếp hạng cao trong khu vực và thế giới”. Đến năm 2024 thì Bộ Chính trị có kết luận tiếp tục thực hiện Nghị quyết này thông qua Kết luận số 91-KL/TW ngày 12/8/2024 [1]. Tuy có được những điều kiện thuận lợi về mặt chính sách nhưng qua đánh giá của Bộ Chính trị thì giáo dục đại học nói chung còn có những hạn chế như “Giáo dục nghề nghiệp và giáo dục đại học chưa thực sự gắn với thị trường lao động, chưa đáp ứng yêu cầu nhân lực cho các ngành kinh tế mới, công nghệ cao” [1].

Có thể thấy rằng ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông được sự quan tâm, định hướng phát triển của Nhà nước. Điều này cho thấy về mặt chính sách Nhà nước đã có những nhận định xác đáng, chính sách phù hợp nhưng để đạt được hiệu quả đào tạo thì từng ngành học phải thích ứng với các bối cảnh khác nhau và sự thay đổi không ngừng của môi trường việc làm hiện nay. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp hiện nay có sự tham gia mạnh mẽ của các tổ chức,

cơ quan liên quan trực tiếp đến Quan hệ quốc tế và Truyền thông. Hiện nay, nhờ vào chính sách linh hoạt mà các đơn vị thông tấn báo đài cũng tham gia vào quá trình đào tạo ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông cùng với các đơn vị đào tạo trình độ đại học. Chẳng hạn như báo Tuổi trẻ đã có sự tiên phong trong việc thành lập Trung tâm đào tạo trên cơ sở nâng cấp và phát triển Phòng Hợp tác đào tạo trước đây. Đây chính là đơn vị của báo Tuổi trẻ có chức năng là đầu mối cho việc liên hệ, xây dựng cũng như mở rộng mạng lưới các đối tác có nhu cầu hợp tác đào tạo ngành báo chí, truyền thông, quan hệ công chúng. Đồng thời trung tâm này cũng đặc biệt lưu tâm đến các nhiệm vụ quan trọng khác như nghiên cứu, phát triển các chương trình đào tạo và các khóa tập huấn ngắn hạn. Mục tiêu cần đạt được của báo Tuổi trẻ chính là ba mục tiêu chính: đào tạo sinh viên đại học, đào tạo và tái đào tạo cho các nhà báo và đào tạo những người làm truyền thông, sáng tạo nội dung đa phương tiện, đa nền tảng. Theo nhà báo Lê Xuân Trung - Phó Tổng Biên Tập Báo Tuổi trẻ - cho biết “Báo Tuổi Trẻ sẽ biến tòa soạn không chỉ là nơi cung cấp thông tin cần thiết cho bạn đọc mà còn là nơi đào tạo nguồn nhân lực cho xã hội về báo chí truyền thông, quan hệ công chúng, tổ chức sự kiện. Đó là trách nhiệm và nghĩa vụ của Báo Tuổi Trẻ trong giai đoạn mới khi nhu cầu của người học, người tìm hiểu và sáng tạo nội dung ngày càng nhiều” [6]. Đây có thể xem là một minh họa sinh động cho mô hình doanh nghiệp - trường học. So với mô hình truyền thống thì sinh viên đến thực tập, kiến tập tại doanh nghiệp thì việc hợp tác đào tạo giữa một trung tâm được thành lập bởi một đơn vị báo chí uy tín và các trường đại học sẽ mang đến cho sinh viên các ví dụ thực tiễn sinh động, thực tế nhất và giờ học thực sự là kết hợp giữa lý thuyết và thực hành.

3.2. Những vấn đề đặt ra và khuyến nghị trong đào tạo ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông hiện nay

Đối với trụ cột *học thuật*, các trường đại học là nhân tố cốt lõi, đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng, phát triển các chương trình đào tạo cũng như nghiên cứu. Trên thực tế, nguồn nhân lực làm việc trong lĩnh vực Quan hệ quốc tế và Truyền thông sau này đều phải được trang bị kiến thức liên ngành văn hóa, xã hội, chính trị, kinh tế... để đáp ứng được yêu cầu việc làm. Theo báo cáo của Trung tâm Dự báo nhu cầu nhân lực và Thông tin thị trường lao động Thành phố Hồ Chí Minh thì thị trường lao động năm 2023 và dự báo nhu cầu nhân lực tại thành phố năm 2024 có các ngành thuộc về thông tin và truyền thông có nhu cầu nhân lực cao. Bên cạnh đó, về nguồn nhân lực của thành phố Hồ Chí Minh cho giai đoạn 2020 đến năm 2025 thì nhu cầu nhân lực ngành nghề khác thu hút nhiều lao động tại Thành phố Hồ Chí Minh từ 2015 đến 2020-2025 thì ngành truyền thông - quảng cáo - Marketing có tỉ lệ ngành nghề cao với số chỗ làm việc là 21.600 người/năm [9].



Hình 1. Dự báo tình hình nguồn nhân lực tại Thành phố Hồ Chí Minh từ năm 2015 đến giai đoạn 2020 - 2025

Trong những năm gần đây thị trường lao động của Việt Nam cũng có nhu cầu cao về các lĩnh vực như thông tin và truyền thông. Theo báo cáo của Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội về thị trường lao động Việt Nam quý I năm 2023 thì năm nhóm ngành có nhu cầu tuyển dụng nhiều nhất là Thông tin và truyền thông (15,11%); Công nghệ chế biến, cải tạo (13,23%); Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm (13,04%); Bán buôn và bán lẻ, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác (11,01%); và hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ (9,03%) [2]. Đến Quý II năm 2023 thì ngành Thông tin và truyền thông vẫn là nhóm ngành có nhu cầu tuyển dụng nhiều nhất trong số năm ngành với tỉ lệ tăng lên là 17,54%. Điều này cho thấy các nhóm doanh nghiệp liên quan đến truyền thông đang tăng rất cao trong thị trường lao động. Việc đào tạo nhóm ngành này vừa phải đảm bảo yêu cầu chuyên môn học thuật và cả thực tế để cung cấp cho thị trường lao động lực lượng nhân công chất lượng cao.

Tại Việt Nam, hiện nay đang có 78,44 triệu người sử dụng Internet trong tháng đầu năm 2024 với 72,70 triệu người dùng mạng xã hội tương đương với 73,3% tổng số dân số. 92,7% người dùng Việt Nam có ít nhất một nền tảng mạng xã hội tính đến thời điểm tháng 01/2024 [7]. Có thể thấy rằng, việc người dân Việt Nam sử dụng và tiếp xúc với các nền tảng mạng xã hội khác nhau và số người dùng không lồ như hiện nay đặt ra bài toán cho các doanh nghiệp, các cơ quan làm thế nào để gia tăng sự hiện diện, truyền thông trên các nền tảng số. Trong giáo dục đại học, việc tích hợp các yếu tố truyền thông vào quá trình dạy và học đang mở ra những hướng đi mới nhằm xây dựng môi trường học tập linh hoạt, sáng tạo và đáp ứng yêu cầu của thời đại số. Ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông cần phải đổi mới nội dung đào tạo để gắn liền với thực tiễn truyền thông hiện đại. Việc tích hợp các yếu tố truyền thông kỹ thuật số, truyền thông xã hội và tư duy chiến lược truyền thông vào chương trình học không chỉ giúp sinh viên làm quen với môi trường số, mà còn phát triển các kỹ năng mềm như tư duy phản biện, năng lực tương tác đa nền tảng và sáng tạo nội dung số. Bên cạnh đó, các đơn vị giáo dục tăng cường các môn học phù hợp với điểm mạnh của các đơn vị báo chí, truyền thông, quan hệ quốc tế để có thể tận dụng tối đa điểm mạnh của doanh nghiệp. Trường học phải là nơi chủ động tiếp cận với các đơn vị, các doanh nghiệp trong ngành truyền thông để người học có thể tiếp cận với môi trường làm việc năng động.

Trụ cột *Xã hội dân sự* chính là sự gắn liền giữa các giá

trị trong xã hội và đào tạo. Trong xã hội truyền thông số hiện nay, vai trò của xã hội dân sự ngày càng có sức ảnh hưởng sâu rộng. Xã hội dân sự ngày nay có thể kể đến các tổ chức phi chính phủ, các cá nhân có sức ảnh hưởng trên cộng đồng mạng. Họ tham gia vào truyền thông và quan hệ quốc tế thông qua các nền tảng mạng xã hội, các livestream, các chiến dịch khác nhau. Điều này đặt ra yêu cầu cho giáo dục đại học phải chú trọng vào việc đào tạo kỹ năng truyền thông xã hội, phân tích các dữ liệu để có được nghiệp vụ vững vàng. Ngoài việc lấy ý kiến đóng góp, khảo sát về chương trình đào tạo từ doanh nghiệp, các cơ sở giáo dục đại học cũng có thể phối hợp với các tổ chức phi chính phủ, người cho sức ảnh hưởng để có thể lấy ý kiến về tình hình thực tế, vận hành của truyền thông. Những người có sức ảnh hưởng với nền tảng kiến thức thực chiến cũng là một nguồn thông tin đắt giá giúp chương trình đào tạo ngày càng tiệm cận được với thực tế. Cựu người học cũng chính là một phần cung cấp thông tin về chất lượng giảng dạy đào tạo.

Xét trên trụ cột *Chính phủ* mà đặc biệt là chính sách liên quan đến giáo dục cần được xem xét gắn liền với thực tiễn đào tạo hiện nay. Một điều không thể phủ nhận là yêu cầu trình độ giảng dạy hiện nay ở đại học thì người dạy cần có trình độ tối thiểu là thạc sĩ. Tuy nhiên một số môn học thiên về kỹ năng trong truyền thông như thiết kế, nhiếp ảnh quay phim, dựng phim thì ngoài học chuyên môn, lý thuyết, người học cũng cần tiếp xúc với những người trong ngành, thực chiến. Chính vì vậy, việc có chủ trương cho lực lượng lao động là người có kinh nghiệm chính thức giảng dạy các học phần truyền thông này là cần thiết. Quan hệ quốc tế cũng cần được nhìn nhận không chỉ làm việc ở các cơ quan nhà nước mà thực tế cho thấy kiến thức ngành quan hệ quốc tế sẽ được ứng dụng trong lĩnh vực nghề nghiệp từ truyền thông đến các ngành gần như quan hệ công chúng, marketing sẽ hỗ trợ rất nhiều. Bởi vì nếu không biết về chính sách sẽ dễ mắc sai lầm về quảng bá thông tin sai. Chính vì vậy, về mặt chính sách cần có sự ban hành các quy định cụ thể về nội dung, tiêu chuẩn và chuẩn đầu ra cho các chương trình đào tạo cần thiết có mảng học về chính sách, đường lối của Đảng và Nhà nước gắn liền với chuyên ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông. Sâu hơn chính là yêu cầu ngành đào tạo cần có mảng học phần chuyên sâu liên quan đến luật an ninh mạng, luật sở hữu trí tuệ để hỗ trợ trang bị tốt nhất cho người học sự sẵn sàng khi tham gia vào thị trường lao động có tính số hóa cao ngày nay.

Đối với trụ cột *Doanh nghiệp* như số liệu nêu bên trên thì hiện nay các doanh nghiệp tuyển dụng người làm việc có chuyên môn trong lĩnh vực Quan hệ quốc tế và Truyền thông là rất lớn. Tuy nhiên, một thực tế cần ghi nhận là quy mô và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp hiện nay là chưa thể đánh giá tổng quát nhất. Bài viết này chỉ đặt ra vấn đề và khuyến nghị dành cho các doanh nghiệp hoạt động thực chất, có đóng góp cho sự phát triển của nền kinh tế. Theo đó, ngoài các chương trình mà trước nay doanh nghiệp hay phối hợp cùng các trường thực hiện như thực tập, kiến tập như phương cách truyền thống thì trong kỷ nguyên số doanh nghiệp cũng đứng trước nhiều cơ hội mới như sự phát triển của trí tuệ nhân tạo, Big Data và các nguy

cơ như khủng hoảng truyền thông. Doanh nghiệp chính là giảng đường thực chiến nên việc doanh nghiệp đóng góp vào quá trình đào tạo luôn mang lại giá trị thực tiễn cao. Doanh nghiệp có thể trong giai đoạn này xây dựng các phòng thí nghiệm số để sinh viên có thể sử dụng, phát triển các sản phẩm truyền thông cho học tập và đồng thời cũng là nơi ứng dụng các sản phẩm của sinh viên. Doanh nghiệp có thể cho phép sinh viên sử dụng các bảng beta hoặc bản gần giống với ứng dụng doanh nghiệp đang sử dụng để phân tích dữ liệu truyền thông, trở thành case study cho sinh viên phân tích.

4. Kết luận

Khi phân tích dưới góc nhìn của mô hình Quadruple Helix có thể thấy được những điểm thuận lợi trong quá trình đào tạo Quan hệ quốc tế và Truyền thông bao gồm: chính sách hỗ trợ từ nhà nước khuyến khích việc chuyển đổi số trong đào tạo và cần đào tạo gắn liền với nhu cầu xã hội; các doanh nghiệp đã có sự đồng hành với trường đại học trong đào tạo nhân lực vững kiến thức, thạo kỹ năng; xã hội dân sự có sự tham gia đồng đạo của các nhóm công chúng khác nhau và cũng mang đến các phản hồi tích cực. Hiện nay, nhu cầu về lao động ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông ngày càng cao trên thị trường chính là động lực thúc đẩy xây dựng và đào tạo ngày càng cao. Tuy nhiên, phải nhận định rằng hiện các bên có liên quan vẫn chưa có sự phối hợp chặt chẽ hay nói cách khác chưa có cơ chế cho thúc đẩy sự phối hợp đồng bộ. Tóm lại, trong bối cảnh toàn cầu hiện nay đang bước vào giai đoạn chuyển đổi số sâu rộng, yêu cầu đối với giáo dục đại học không chỉ dừng lại ở việc truyền đạt kiến thức học thuật mà còn phải thích ứng linh hoạt với thực tiễn xã hội, xu thế công nghệ và nhu cầu nhân lực chất lượng cao. Ngành Quan hệ quốc tế và Truyền thông có tính tương tác cao với đời sống chính trị, kinh tế và văn hóa - cần được định hướng đào tạo theo cách tiếp

cận liên ngành, thực tiễn và thích nghi với thời đại số hóa. Mô hình Quadruple Helix nên được xem xét để trở thành công cụ cho việc đổi mới đào tạo hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bộ Chính trị. *Kết luận số 91-KL/TW của Bộ Chính trị về thực hiện đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo*. 2024. 2025. <<https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/toan-van-ket-luan-cua-bo-chinh-tri-ve-thuc-hien-doi-moi-can-ban-toan-dien-giao-duc-va-dao-tao-119240815133542026.htm>>.

[2] Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội về Thị trường Lao động Việt Nam. *Bản tin thị trường lao động Việt Nam Quý I/2023*. 2023. 202. <<https://thongke.molisa.gov.vn/infographics/e43bbe02-85a4-425d-8466-5469e03b7fe4>>.

[3] —. *Bản tin thị trường lao động Việt Nam Quý II/2023*. 2023. 2025. <<https://thongke.molisa.gov.vn/infographics/de1a6efe-d102-402d-839c-36a6c617e2ae>>.

[4] European Union. *Quadruple Helix Collaborations in Practice: Stakeholder Interaction, Responsibility and* 2021.

[5] Lê Phạm Tuấn Vinh – Hoàng Thu Hằng. *Đào tạo nguồn nhân lực góp phần xây dựng nền báo chí truyền thông “Chuyên nghiệp - Nhân văn - Hiện đại”*. 2024. 2025. <<https://www.tuyengiao.vn/dao-tao-nguon-nhan-luc-gop-phan-xay-dung-nen-bao-chi-truyen-thong-chuyen-nghiep-nhan-van-hien-dai-152861>>.

[6] Minh Giảng. *Báo Tuổi Trẻ thành lập Trung tâm đào tạo*. 2024. 2025. <<https://tuoitre.vn/bao-tuoi-tre-thanh-lap-trung-tam-dao-tao-20241230131626217.htm>>.

[7] Simon Kemp. *Digital 2024: Vietnam*. 2024. 2025. <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-vietnam>>.

[8] Thủ tướng Chính phủ. *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”*. 2022. 2025. <<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Cong-nghe-thong-tin/Quyet-dinh-131-QD-TTg-2022-Tang-cuong-ung-dung-cong-nghe-thong-tin-trong-giao-duc-501823.aspx>>.

[9] Trung tâm Dự báo Nhu cầu Nhân lực và Thông tin *Thị trường Lao động thành phố Hồ Chí Minh. Thị trường Lao động năm 2023 – Dự báo nhu cầu nhân lực* 2024. 2023. 2025. <<http://www.dubaonhanluchcmc.gov.vn/tin-tuc/9299.thi-truong-lao-dong-nam-2023-du-bao-nhu-cau-nhan-luc-nam-2024.html>>.

Thông tin về tác giả



Thái Hoàng Hạnh Nguyên:

- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: tốt nghiệp cử nhân Ngữ văn Anh, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. Tốt nghiệp Thạc sĩ Quan hệ quốc tế tại Đài Loan theo chương trình học bổng của Bộ Giáo dục Đài Loan năm 2012 – 2014.
- Tóm tắt công việc hiện tại: công tác tại Khoa Quan hệ Quốc tế và Truyền thông - Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh; là nghiên cứu sinh tại khoa Quốc tế học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Lĩnh vực quan tâm: ngoại giao số, chính sách đối ngoại của các nước, đào tạo đại học.

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC ĐÁP ỨNG YÊU CẦU CHUYỂN ĐỔI SỐ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

TRAINING HUMAN RESOURCES TO MEET THE REQUIREMENTS OF DIGITAL TRANSFORMATION IN VIETNAM TODAY

Phạm Thị Thu Hương, Vũ Thị Hồng Vân*

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Pham Thi Thu Huong, Vu Thi Hong Van

Hanoi University of Industry; Email: ngheminh09@gmail.com

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Phạm Thị Thu Hương (email: ngheminh09@gmail.com)*

Tóm tắt - Chuyển đổi số là xu hướng tất yếu trong bối cảnh thế giới ngày càng phát triển mạnh mẽ về công nghệ và số hóa. Chính phủ Việt Nam đã xác định chuyển đổi số là một trong những nhiệm vụ trọng tâm, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và thúc đẩy sự phát triển bền vững. Để quá trình chuyển đổi số ở nước ta thành công, một trong những yếu tố quyết định là phát triển nguồn nhân lực. Bài viết này, trên cơ sở đề cập đến chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, phân tích những yêu cầu đặt ra đối với nguồn nhân lực trong bối cảnh chuyển đổi số, từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số ở Việt Nam.

Từ khóa - Đào tạo; đào tạo nguồn nhân lực; chuyển đổi số; nguồn nhân lực; nhân lực số.

Abstract - Digital transformation is an inevitable trend in the context of the world's increasingly strong development in technology and digitalization. The Vietnamese Government has identified digital transformation as one of the key tasks, promoting the application of information technology, improving national competitiveness and promoting sustainable development. For the digital transformation process in our country to be successful, one of the decisive factors is human resource development. This article, based on the policies and guidelines of the Party and State, analyzes the requirements for human resources in the context of digital transformation, thereby proposing a number of solutions for human resource development to meet the requirements of digital transformation in Vietnam.

Keywords – Training; human resource training; digital transformation; human resources; digital human resources.

1. Đặt vấn đề

Ở Việt Nam, chuyển đổi số đã được triển khai trên nhiều lĩnh vực, từ kinh tế, hành chính đến xã hội. Từ chủ trương, đường lối của Đảng đến chính sách, pháp luật của Nhà nước đã được ban hành và triển khai đồng bộ, giúp tạo nền tảng vững chắc cho quá trình chuyển đổi quốc gia. Tuy nhiên, để chuyển đổi số thành công, Việt Nam cần có một nguồn nhân lực đủ trình độ, kỹ năng và sự linh hoạt để tận dụng các cơ hội và giải quyết các thách thức mà cuộc cách mạng số đem lại. Trong bối cảnh này, ngày càng cần đến nguồn nhân lực có khả năng làm việc với các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT)... Vì vậy, việc đào tạo nguồn nhân lực có đủ trình độ, kỹ năng để thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ số đang là một trong những yếu tố quan trọng quyết định đến sự thành công của quá trình chuyển đổi số.

2. Kết quả nghiên cứu và khảo sát

2.1. Chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước về chuyển đổi số

“Chuyển đổi số là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất dựa trên các công nghệ số” [3]. Hay nói cách khác, “Chuyển đổi số là quá trình chuyển từ mô hình truyền thống sang mô hình số bằng cách ứng dụng các

công nghệ mới như Big Data, IoT, điện toán đám mây (Cloud computing) ... và các phần mềm công nghệ để thay đổi phương thức quản lý, điều hành, thay đổi quy trình, phương thức làm việc và thay đổi văn hóa tổ chức” [14].

Quá trình chuyển đổi số được diễn ra phổ biến trên thế giới vào năm 2017. Năm 2018, chuyển đổi số bắt đầu được nhắc đến ở Việt Nam. Do cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đặc biệt là công nghệ số đã tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực trong xã hội của tất cả các quốc gia trên thế giới thậm chí đến từng hoạt động cá nhân của con người. Tại Văn kiện Đại hội lần thứ XIII, Đảng đã khẳng định: “Đẩy mạnh nghiên cứu, chuyển giao ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ, đổi mới sáng tạo, nhất là thành tựu Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, thực hiện chuyển đổi số quốc gia, phát triển kinh tế số, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả, sức mạnh cạnh tranh của nền kinh tế số” [7]. Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị ban hành về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, trong đó: “xác định nội dung cốt lõi của chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư của nước ta là thúc đẩy phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trên tất cả các ngành, lĩnh vực và thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia, trọng tâm là phát triển kinh tế số, xây dựng đô thị thông minh, chính quyền điện tử, tiến tới chính quyền số” [1]. Tiếp đó, Chính phủ đã ban hành Chỉ thị 01/CT-TTg ngày

14/01/2020 về “Thúc đẩy phát triển công nghệ số Việt Nam”, 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”. Tại Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 3/6/2020, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”, với tầm nhìn đến năm 2030 là: Việt Nam trở thành quốc gia số, ổn định và thịnh vượng, tiên phong thử nghiệm các công nghệ và mô hình mới; đổi mới căn bản, toàn diện hoạt động quản lý, điều hành của chính phủ, hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, phương thức sống, làm việc của người dân, phát triển môi trường số an toàn, nhân văn, rộng khắp. Thực hiện chương trình chuyển đổi số quốc gia, cho đến nay đã đạt được những kết quả nhất định. Theo số liệu của Bộ Thông tin và Truyền thông, tính đến hết tháng 3 năm 2022, cả nước đã có 63/63 địa phương, có 22/22 bộ, ngành thành lập Ban chỉ đạo về chuyển đổi số. Trong đó 17/22 bộ, ngành và 57/63 địa phương ban hành chương trình/kế hoạch/đề án chuyển đổi số giai đoạn 05 năm. Bên cạnh đó, các cơ sở dữ liệu tạo nền tảng cho chính phủ số được đẩy mạnh triển khai, đặc biệt là cơ sở dữ liệu hộ tịch điện tử toàn quốc; Cổng Dịch vụ công quốc gia đã tích hợp với 3.552 dịch vụ công trực tuyến mức độ 3, 4 của các bộ, ngành, địa phương, tạo điều kiện cho người dân, doanh nghiệp truy cập thuận tiện (một cửa) đến dịch vụ công trực tuyến của cơ quan nhà nước các cấp... [11]

Ngoài ra, nhằm nâng cao nhận thức của nhân dân cũng như thu hút sự tham gia vào cuộc của cả hệ thống chính trị và toàn xã hội để đẩy nhanh tiến độ triển khai các nhiệm vụ về chuyển đổi số quốc gia Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 505/QĐ-TTg về Ngày Chuyển đổi số quốc gia là ngày 10 tháng 10 hàng năm.

Đặc biệt, Nghị quyết số 57-NQ/TW của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia được ban hành, đã khẳng định “Thời gian qua, Đảng, Nhà nước ta đã có nhiều chủ trương, chính sách đẩy mạnh ứng dụng, phát triển khoa học, công nghệ, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, chủ động, tích cực tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đạt được nhiều kết quả quan trọng. Tuy nhiên, tốc độ và sự bứt phá về phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia còn chậm...” [2]. Một trong những quan điểm chỉ đạo là: “Phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia là đột phá quan trọng hàng đầu, là động lực chính để phát triển nhanh lực lượng sản xuất hiện đại, hoàn thiện quan hệ sản xuất, đổi mới phương thức quản trị quốc gia, phát triển kinh tế - xã hội, ngăn chặn nguy cơ tụt hậu, đưa đất nước phát triển bứt phá, giàu mạnh trong kỷ nguyên mới” [2].

2.2. Thực trạng nguồn nhân lực và yêu cầu đặt ra đối với đào tạo nguồn nhân lực trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam

Phát triển, đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo là một trong những vấn đề quan trọng, tiên quyết để thực hiện thành

công chuyển đổi số quốc gia.

Bởi lẽ, chuyển đổi số là quá trình áp dụng công nghệ thông tin, Big Data, AI, Cloud computing và các công nghệ khác vào các lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, giáo dục, y tế và dịch vụ công để tạo ra giá trị mới. Quá trình chuyển đổi này yêu cầu nguồn nhân lực có trình độ cao, không chỉ về chuyên môn mà còn về khả năng sáng tạo, giải quyết vấn đề và sự nhạy bén với các xu hướng công nghệ mới. Để đáp ứng nhu cầu về nguồn nhân lực, tại văn kiện Đại hội lần thứ XIII, Đảng đã khẳng định: “phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao; ưu tiên phát triển nguồn nhân lực cho công tác lãnh đạo, quản lý và các lĩnh vực then chốt trên cơ sở nâng cao, tạo bước chuyển biến mạnh mẽ, toàn diện, cơ bản về chất lượng giáo dục và đào tạo gắn với cơ chế tuyển dụng, đãi ngộ nhân tài, đẩy mạnh nghiên cứu, chuyển giao ứng dụng và phát triển mạnh khoa học và công nghệ, đổi mới sáng tạo”[6]. Tiếp đến là “Đào tạo con người theo hướng có đạo đức, kỷ luật, kỷ cương, ý thức trách nhiệm công dân, xã hội; có kỹ năng sống, kỹ năng làm việc, ngoại ngữ, công nghệ thông tin, công nghệ số, tư duy sáng tạo và hội nhập quốc tế (công dân toàn cầu)” [6]. Những năm gần đây, chất lượng nguồn nhân lực ở nước ta đã được nâng cao, cụ thể tỷ lệ lao động qua đào tạo, có bằng cấp, chứng chỉ tính đến năm 2023 đạt 14,1 triệu người chiếm 27% dân số [12]. Việt Nam đang là một trong những nước có điểm cao nhất về chỉ số vốn nhân lực ở khu vực Đông Á - Thái Bình Dương. Về phát triển con người, tính đến năm 2019 sau 20 năm kể từ năm 1999, HDI của Việt Nam tăng 48% từ 0,475 lên 0,704 [5]. Bên cạnh đó, với quy mô dân số của nước ta là 100,3 triệu người (năm 2023), lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên là 52,4 triệu người. Mặc dù hiện nay tốc độ già hóa dân số ở nước ta diễn ra nhanh, nhưng vẫn ở giai đoạn cơ cấu dân số vàng - nhóm dân số trong độ tuổi từ 15 đến 59 chiếm 62,2% [13]. Độ tuổi này việc tiếp thu các kiến thức, thành tựu khoa học rất thuận lợi và có thể thích ứng nhanh với sự thay đổi của yêu cầu nghề nghiệp. Đây là điều kiện thuận lợi và vô cùng quan trọng để nguồn nhân lực Việt Nam thích ứng với công nghệ số và thực hiện chuyển đổi số. Mặt khác, việc đào tạo nguồn nhân để đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số có những bước tiến vượt bậc và có những kết quả đáng ghi nhận. Với hơn 150 trường có đào tạo chuyên ngành kỹ thuật như: công nghệ thông tin; điện tử - viễn thông, an toàn thông tin...trên tổng số hơn 240 trường đại học. Số lượng tuyển sinh đào tạo kỹ sư, cử nhân máy tính và công nghệ thông tin năm 2022 đạt 70.000 người, tăng 16% so với năm 2021. Hằng năm, số lượng sinh viên tốt nghiệp các chuyên ngành này vào khoảng hơn 65.000 (tính cả cao đẳng, trung cấp) [10]. Bên cạnh đó với các chính sách thu hút, trọng dụng nhân tài, các chuyên gia, người lao động có chuyên môn cao, các tầng lớp doanh nhân giỏi ngày càng nhiều đã góp phần vào sự nghiệp phát triển đất nước.

Tuy nhiên, Việt Nam đang gặp trở ngại trong việc thiếu hụt nguồn lao động chất lượng cao cũng như đội ngũ nhân lực khoa học, kỹ thuật, công nghệ toán (STEM), chuyên gia trong các lĩnh vực trọng điểm, các ngành mới như: AI, khoa học dữ liệu, chip bán dẫn, năng lượng mới, công nghệ sinh học... Sự thiếu hụt này sẽ là nguy cơ làm cho nước ta

mất cơ hội thu hút đầu tư vào những lĩnh vực công nghệ cao, chuyển dịch cơ cấu kinh tế... và năng lực cạnh tranh quốc gia. Bên cạnh đó, nhu cầu nguồn nhân lực công nghệ thông tin tính đến năm 2025 Việt Nam cần tới 700.000 người, trong khi đó tính tới năm 2022 mới chỉ đạt khoảng 530.000 người. Tỷ lệ nhân lực thông tin ước tính đạt 1,1% trong tổng số 51 triệu lao động của cả nước [4]. Trong tương lai, nhu cầu về nguồn nhân lực số ở Việt Nam ngày càng cao. Tuy nhiên với việc đào tạo như hiện nay các trường đại học chưa đáp ứng được về cả số lượng và chất lượng. Về số lượng, nguồn nhân lực mới đáp ứng khoảng 25% nhu cầu, chất lượng chỉ đạt 30% đáp ứng yêu cầu thực tế của doanh nghiệp đặt ra, còn 70% cần được bố trí đào tạo thêm tại doanh nghiệp từ 03 đến 06 tháng để làm quen với công việc và môi trường làm việc [9]. Cùng với đó, trên 65% doanh nghiệp trong nước nhận định, đa số người lao động còn thiếu các kỹ năng chuyên môn kỹ thuật cần thiết khi bước vào công việc cụ thể [8]. Điều này, tại Đại hội lần thứ XIII, Đảng đã khẳng định: “Chất lượng nguồn nhân lực, nhất là nhân lực chất lượng cao chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển; còn nặng về lý thuyết, nhẹ về thực hành, chưa quan tâm đúng mức đến kỹ năng xã hội, kỹ năng sống và khả năng tự học, kỹ năng sáng tạo” [7].

Như vậy, để đạt được những mục tiêu về chuyển đổi số, yêu cầu đặt ra cho đào tạo nguồn nhân lực là cần nâng cao chất lượng đào tạo toàn diện nguồn nhân lực, đặc biệt có chiến lược đào tạo cụ thể cho từng ngành, từng lĩnh vực và từng địa phương. Bên cạnh đào tạo trình độ chuyên môn sâu cần đào tạo nâng cao các kỹ năng và kiến thức số để đáp ứng yêu cầu của chuyển đổi số như:

Một là, đào tạo về kỹ năng số cơ bản và kỹ năng nâng cao cho người lao động. Người lao động không chỉ sử dụng thành thạo máy tính, Internet và các phần mềm văn phòng mà còn phải nắm vững các công cụ và nền tảng kỹ thuật số hiện đại như phần mềm quản lý, phân tích dữ liệu và các công cụ làm việc từ xa. Song song với đó, cần chú trọng đào tạo nâng cao các kỹ năng về an ninh mạng, bảo mật thông tin và kỹ năng làm việc với Big Data.

Hai là, đào tạo AI và Big Data. Bởi lẽ, đào tạo về AI, phân tích dữ liệu... sẽ giúp người lao động có khả năng khai thác, phân tích, áp dụng AI và Big Data vào công việc, đồng thời hiểu và phát triển các ứng dụng công nghệ mới, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh.

Ba là, khuyến khích sáng tạo và đổi mới để bắt kịp với tốc độ phát triển của công nghệ, các cơ sở đào tạo cần tạo môi trường thuận lợi để người học phát huy được năng lực của mình. Thực hiện thông qua các khóa học, các dự án thực tế, các chương trình hợp tác với doanh nghiệp để người học có cơ hội áp dụng lý thuyết vào thực tiễn, đồng thời phát triển các ý tưởng sáng tạo và khả năng giải quyết vấn đề.

Bốn là, đào tạo kỹ năng lãnh đạo và quản lý trong môi trường số. Trong môi trường số, đòi hỏi các nhà lãnh đạo, quản lý phải thay đổi cách thức điều hành, tổ chức. Bởi vậy, cần đào tạo các kỹ năng lãnh đạo, quản lý mới có thể giúp các nhà quản lý và lãnh đạo điều hành công ty vượt qua những thử thách và nắm bắt cơ hội trong môi trường

chuyển đổi số.

Năm là, đào tạo và phát triển nhân lực cho các ngành nghề mới. Chuyển đổi số mang lại nhiều cơ hội cho sự phát triển các ngành nghề mới, tập trung cho các ngành nghề phục vụ trực tiếp cho quá trình chuyển đổi số như: phát triển phần mềm, quản trị hệ thống mạng, công nghệ thông tin và nhiều lĩnh vực khác. Vì vậy, việc đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu của các ngành nghề này là cực kỳ quan trọng.

3. Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số trong bối cảnh hiện nay

Để đáp ứng nguồn nhân lực trong chuyển đổi số ở Việt Nam giai đoạn 2025 đến 2030 và tầm nhìn đến năm 2045, cần có những giải pháp cụ thể sau:

Thứ nhất, cần xây dựng chiến lược đào tạo nguồn nhân lực phải gắn liền với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và chuyển đổi số quốc gia. Với mục tiêu đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia số, ổn định và thịnh vượng, tiên phong thử nghiệm các công nghệ và mô hình mới; đổi mới căn bản, toàn diện hoạt động quản lý, điều hành của chính phủ, hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, phương thức sống, làm việc của người dân, phát triển môi trường số an toàn, nhân văn, rộng khắp. Theo Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, tầm nhìn đến năm 2045 “Việt Nam có quy mô kinh tế số đạt tối thiểu 50% GDP; là một trong những trung tâm công nghiệp số của khu vực và trên thế giới”. Điều đó có nghĩa người lao động không chỉ có trình độ chuyên môn cao mà phải có kỹ năng số. Người lao động cần có khả năng sử dụng công nghệ số một cách thành thạo và thích ứng nhanh với thực tế luôn biến động, nếu không sẽ có nguy cơ mất việc làm do bị thay thế bởi robot, công nghệ thông minh, AI... hoặc không có cơ hội tham gia những công việc thu nhập cao. Như vậy, chiến lược đào tạo nguồn nhân lực cần xác định rõ mục tiêu cụ thể từ quy mô đến chất lượng nguồn nhân lực đối từng ngành, từng lĩnh vực, từng vùng, từng địa phương và định hướng phát triển trong tương lai. Do đó, đòi hỏi cần đẩy mạnh việc kết hợp các bộ, ngành để xây dựng chiến lược đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực trực tiếp đáp ứng cho chuyển đổi số;

Thứ hai, xây dựng các trung tâm đổi mới sáng tạo quốc gia, tập trung vào các công nghệ “lõi”, tăng cường sự hợp tác liên kết trong đào tạo, chuyển giao công nghệ giữa các trung tâm, viện nghiên cứu và các cơ sở đào tạo. Rà soát và tái thiết lập các cơ sở nghiên cứu khoa học - công nghệ đồng thời tăng mức đầu tư, tăng cường công tác quản lý, giám sát trên cơ sở áp dụng mô hình quản trị mới để hoạt động nghiên cứu khoa học - công nghệ đi vào chiều sâu và đáp ứng tốt nhu cầu của đất nước. Bên cạnh đó, cần đổi mới cơ chế, chính sách quản lý khoa học - công nghệ nhằm phát huy tính tự chủ, khuyến khích thu hút những nguồn đầu tư, nhân lực vào lĩnh vực khoa học - công nghệ. Nghị quyết 57-NQ/TW đã khẳng định “Xây dựng một số trường, trung tâm đào tạo tiên tiến, chuyên sâu về AI. Có cơ chế

đặc thù về hợp tác công tư trong đào tạo nhân lực công nghệ số. Xây dựng nền giáo dục, đào tạo trực tuyến, mô hình giáo dục đại học số, nâng cao năng lực số trong xã hội” [2];

Thứ ba, đổi mới và hoàn thiện hệ thống cơ sở giáo dục đại học, cao đẳng, đào tạo nghề theo hướng liên thông đa dạng, đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ cũng như chuyển đổi số trong quản trị. Cùng với đó đổi mới cơ chế quản lý đối với các cơ sở giáo dục đại học theo hướng hiện đại, hoàn thiện mô hình “Giáo dục đại học số”. Tiếp tục thực hiện phân tầng các cơ sở giáo dục đại học theo hướng nghiên cứu, ứng dụng và thực hành, hoàn thiện mô hình đại học quốc gia, đại học vùng. Ưu tiên đầu tư mọi nguồn lực để phát triển các cơ sở giáo dục đại học có thể mạnh đào tạo, nghiên cứu chuyên gia công nghệ thuộc các ngành, lĩnh vực STEM;

Thứ tư, đối với mỗi cơ sở đào tạo, đặc biệt là cơ sở giáo dục đại học cần nâng cao tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm để phát huy tính năng động, sáng tạo nâng cao sức cạnh tranh trên cơ sở chất lượng đào tạo. Chủ động áp dụng mô hình đào tạo số, đào tạo theo hướng thực hành, trong đó sinh viên có thể tiếp cận trực tiếp với các công nghệ mới như AI, blockchain, Big Data, Cloud computing... Mặt khác, các cơ sở giáo dục đại học triển khai và nhân rộng hợp tác đào tạo theo mô hình “3 hóa”: Doanh nghiệp hóa, chứng chỉ hóa và quốc tế hóa để trong quá trình đào tạo chuyên môn và kỹ năng mềm đáp ứng được chuẩn quốc tế và có sự tham gia của các chuyên gia đến từ các doanh nghiệp uy tín trong nước và quốc tế. Đặc biệt, đến năm 2030 các cơ sở giáo dục đại học và cao đẳng công lập có thể mạnh đào tạo về công nghệ thông tin, chuyển đổi số tập trung đào tạo đạt mục tiêu 20.000 kỹ sư, cử nhân thực hành chất lượng cao chuyên ngành công nghệ số. Hằng năm, tăng chỉ tiêu đào tạo đối với các ngành công nghệ, kỹ thuật, ứng dụng công nghệ;

Thứ năm, đổi mới chương trình, nội dung, phương pháp dạy - học, phương pháp kiểm tra đánh giá, quản lý người học từ môi trường truyền thống sang môi trường số. Đồng thời, phát huy tinh thần độc lập suy nghĩ và sáng tạo của người học. Chú trọng, ưu tiên đào tạo lại, đào tạo nâng cao, nguồn nhân lực sẵn có như các kỹ sư điện tử, viễn thông, công nghệ thông tin, công nghệ số, cùng với lợi thế nguồn nhân lực có năng lực về STEM bám sát nhu cầu thị trường và chiến lược dài hạn. Bên cạnh đó, xây dựng các chương trình đào tạo mới phù hợp với sự biến đổi của cơ cấu ngành nghề, mở thêm chuyên ngành đào tạo hoặc điều chỉnh bổ sung nội dung đào tạo về chuyển đổi số. Thời điểm trước mắt cần phát triển các chương trình đào tạo, tích hợp nội dung về vi mạch bán dẫn, AI, khoa học dữ liệu, năng lượng mới, công nghệ sinh học... Cùng với đó, tăng cường đầu tư cơ sở vật chất, kỹ thuật phục vụ giảng dạy và học tập, các loại hình, trường lớp, có sự ưu tiên đầu tư tăng cường phương tiện hiện đại cho công việc dạy - học và nghiên cứu đáp ứng chuẩn khu vực và thế giới;

Thứ sáu, đối với đội ngũ nhà giáo ngoài việc học tập nâng cao trình độ chuyên môn cần thường xuyên được đào tạo, bồi dưỡng năng lực số để thực hiện tốt nhiệm vụ giảng

dạy và nghiên cứu khoa học. Tăng cường đào tạo đội ngũ giảng viên chuyên ngành công nghệ số như: AI, Big Data, Cloud computing, an ninh mạng, tài chính số, kinh doanh số, truyền thông số... Bên cạnh đó có những chính sách đột phá về cơ chế lương, thưởng, vinh danh để thu hút nhân tài, các chuyên gia giỏi trong lĩnh vực công nghệ thông tin, bán dẫn, điện tử trong và ngoài nước; kết nối chuyên gia đầu ngành trong nước và quốc tế, đặc biệt là các chuyên gia Việt Nam đang làm việc tại nước ngoài tham gia vào quá trình đào tạo;

Thứ bảy, tổ chức đa dạng, linh hoạt các hình thức đào tạo, đào tạo lại kiến thức và kỹ năng công nghệ thông tin, công nghệ số cho người lao động. Trước mắt cần đào tạo, tập huấn tối thiểu 1000 chuyên gia về chuyển đổi số cho các ngành, lĩnh vực, địa phương để các chuyên gia này trực tiếp đào tạo lại cho người lao động. Cung cấp các khóa học ngắn hạn, đại trà, khuyến khích xây dựng và phát triển các nền tảng học tập trực tuyến nhằm tạo điều kiện cho người lao động có cơ hội học tập phù hợp, hiệu quả. Nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng cho kinh tế số, chính phủ số và xã hội số;

Thứ tám, tuyên truyền giáo dục hiệu quả nâng cao nhận thức của toàn xã hội về chuyển đổi số để việc thực hiện chuyển đổi số diễn ra trong cả hệ thống chính trị, doanh nghiệp và người dân. Triển khai sâu rộng phong trào “học tập số”. Có cơ chế, chính sách về tín dụng, học bổng, học phí để thu hút người học theo học các ngành khoa học cơ bản, kỹ thuật và công nghệ then chốt. Xây dựng xã hội học tập hướng tới hoạt động học tập suốt đời nhằm đảm bảo các năng lực cốt lõi với những kỹ năng, kiến thức, phẩm chất đáp ứng cho sự phát triển bền vững của xã hội như kỹ năng tự học, học tập suốt đời; kỹ năng ngoại ngữ; kỹ năng công nghệ thông tin; kỹ năng hợp tác, chia sẻ, tôn trọng con người.

4. Kết luận

Đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số ở Việt Nam là một nhiệm vụ quan trọng, đòi hỏi sự nỗ lực của các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và toàn xã hội. Đảng và Nhà nước luôn khẳng định phát triển nguồn nhân lực số được coi là một trong ba khâu đột phá của chiến lược chuyển đổi mô hình phát triển kinh tế - xã hội ở nước ta. Vì vậy, để phát huy lợi thế cũng như khắc phục những hạn chế về nguồn nhân lực ở nước ta hiện nay trong bối cảnh chuyển đổi số, bài toán đặt ra là cần giải quyết tốt các vấn đề từ chiến lược phát triển nguồn nhân lực đến xây dựng chiến lược đào tạo; từ cơ cấu lại hệ thống các cơ sở đào tạo đến xây dựng, đổi mới phương thức quản trị nhà trường, chương trình đào tạo và đội ngũ giảng viên. Chỉ khi có nguồn nhân lực đủ mạnh, có trình độ chuyên môn cao và khả năng thích ứng nhanh với những thay đổi trong công nghệ, Việt Nam mới có thể phát triển bền vững trong kỷ nguyên số và hội nhập quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Chính trị, *Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính*

trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

[2] Bộ Chính trị, *Nghị quyết số 57-NQ/TU về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia* ngày 22/12/2024.

[3] Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), *Cẩm nang chuyển đổi số*, Nxb. Thông tin và Truyền thông.

[4] Bộ Thông tin và Truyền thông. *Báo cáo tình hình triển khai chuyển đổi số Quý I năm 2022*. Tài liệu phục vụ Phiên họp lần thứ 2 của Ủy ban Quốc gia về chuyển đổi số ngày 26/4/2022.

[5] Chất lượng nguồn nhân lực Việt Nam, đăng ngày 28/10/2021, <http://www.mof.gov.vn>., truy cập ngày 15/4/2025.

[6] [6]. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb. CTQG Sự thật, t.1.

[7] Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb. CTQG Sự thật, t.2.

[8] Kỹ năng lao động của lực lượng lao động Việt Nam, <https://www.tuyengiao.vn>, đăng ngày 14/11/2023, truy cập ngày

15/4/2025.

[9] Việt Nam thiếu từ 150.000 đến 200.000 nhân sự công nghệ thông tin, đăng ngày 19/09/2023, <https://kinhtedothi.vn>, thời gian truy cập 15h15 ngày 15/4/2025.

[10] Phát triển nhanh nguồn nhân lực cho chuyển đổi số, <https://dangcongsan.vn>., đăng ngày 13/11/2023.



[11] Nhận thức về chuyển đổi số trong cơ quan nhà nước, doanh nghiệp và toàn dân không ngừng được nâng cao, đăng ngày 06/10/2022, <https://quochoi.vn>, truy cập ngày 14/4/2025.

[12] Thông cáo báo chí về tình hình dân số, lao động, việc làm quý IV năm 2023, đăng ngày 29/12/2023. <https://www.gso.gov.vn>., truy cập, ngày 18/4/2025.

[13] Tình hình thị trường lao động Việt Nam năm 2023, đăng ngày 02/02/2024, <http://www.gso.gov.vn>., truy cập ngày 16/4/2025.

[14] Nguyễn Thị Thu Vân (2021), *Chuyển đổi số trong các cơ sở giáo dục đại học*, Tạp chí Quản lý nhà nước, số 309, tr. 8-14.

Thông tin về tác giả

	<p>Phạm Thị Thu Hương:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Năm 2015, Tiến sĩ Triết học.- Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên chính, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.- Lĩnh vực quan tâm: Giáo dục và đào tạo.- Điện thoại: 09829859885.
	<p>Vũ Thị Hồng Vân:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: 2014, Tiến sĩ Luật học.- Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên chính, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.- Lĩnh vực quan tâm: Luật học.- Điện thoại: 0989097896.

ĐẨY MẠNH CHIA SẺ CHUYÊN MÔN TỪ GIẢNG VIÊN ĐỂ KIẾN TẠO TÁC ĐỘNG BỀN VỮNG: MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP TỪ RMIT VIỆT NAM

LEVERAGING ACADEMICS' EXPERTISE TO CREATE SUSTAINABLE IMPACT: A MODEL AND SOLUTIONS FROM RMIT VIETNAM

Trần Huỳnh Nhã Trân, Đinh Hoàng Quân, Hoàng Minh Ngọc, Hoàng Thị Thúy Hà, Phạm Thùy Dung

Trường Đại học RMIT Việt Nam

Tran Tran, Quan Dinh H., Ngoc Hoang, Ha Hoang, Dung Pham*

*RMIT University Vietnam; tran.tran@rmit.edu.vn, quan.dinh3@rmit.edu.vn, ngoc.hoangminh@rmit.edu.vn,
ha.hoangthithuy@rmit.edu.vn, dung.pham21@rmit.vn*

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Đinh Hoàng Quân (email: quan.dinh3@rmit.edu.vn)*

Tóm tắt - Trong kỷ nguyên số, vai trò của giảng viên không còn giới hạn trong giảng dạy và nghiên cứu mà mở rộng sang truyền thông và kết nối với cộng đồng. Tại Trường Đại học RMIT Việt Nam, chúng tôi xây dựng mô hình “Bình luận chuyên gia” nhằm khai thác chuyên môn cũng như kết quả nghiên cứu của đội ngũ giảng viên để đóng góp ý kiến vào các vấn đề quan trọng trong xã hội. Thông qua việc cung cấp phân tích chuyên sâu, mô hình “Bình luận chuyên gia” không chỉ nâng cao nhận diện thương hiệu học thuật của trường mà còn tạo cơ hội để giảng viên, nghiên cứu viên tham gia vào đối thoại chính sách, đóng góp tiếng nói vào những vấn đề quan trọng và cấp thiết của đất nước. Bài báo phân tích cách Trường Đại học RMIT Việt Nam thực hiện chiến lược truyền thông học thuật, từ việc lựa chọn chủ đề, người phát biểu đến việc hỗ trợ giảng viên phát triển nội dung và kết nối với các kênh truyền thông. Phân tích dựa trên dữ liệu từ tháng 01/2022 đến 12/2024, giai đoạn chứng kiến sự gia tăng đáng kể về mức độ tham gia của giảng viên vào các thảo luận xã hội, đặc biệt trong bối cảnh các vấn đề như trí tuệ nhân tạo, kinh tế toàn cầu, chính sách bảo hộ thương mại và phát triển bền vững trở thành tâm điểm của truyền thông. Ngoài ra, bài báo cũng trình bày một số ví dụ thực tế, bài học kinh nghiệm và gợi ý cho các trường đại học khác nhằm phát huy tối đa vai trò của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên trong việc đóng góp ý kiến chuyên môn và tạo tác động bền vững.

Từ khóa - Chuyên môn giảng viên; truyền thông học thuật; bình luận chuyên gia; ảnh hưởng xã hội; truyền thông đại học.

1. Đặt vấn đề

Trong kỷ nguyên số, giáo dục đại học ngày càng gắn bó chặt chẽ với trách nhiệm xã hội. Vai trò của giảng viên không còn giới hạn trong giảng dạy và nghiên cứu, mà đang mở rộng sang lĩnh vực truyền thông học thuật. Theo đó, giảng viên không chỉ tập trung vào hoạt động chuyên môn là truyền đạt tri thức nơi giảng đường, mà còn chủ động chia sẻ hiểu biết với công chúng, góp phần định hướng dư luận, đóng góp xây dựng chính sách và nâng cao chất lượng thảo luận xã hội.

Tại Việt Nam, truyền thông học thuật vẫn là một lĩnh vực còn nhiều tiềm năng chưa được khai thác đầy đủ. Phần lớn hoạt động truyền thông của các cơ sở giáo dục đại học vẫn tập trung vào quảng bá thương hiệu hoặc tuyển sinh, trong khi các mô hình khuyến khích giảng viên chia sẻ bình luận chuyên sâu với truyền thông còn khá rời rạc, khiến khoảng cách giữa tri thức học thuật chuyên sâu và nhu cầu

Abstract - In the context of higher education being increasingly linked to social responsibility, the role of academics now extends beyond teaching and research to include the sharing of knowledge with the broader community through media engagement. At RMIT Vietnam, the “expert commentary” model has been implemented as a strategic approach to academic communication, enabling academics to offer expert analysis, shape public conversations, and strengthen the university’s societal impact. This paper examines how RMIT Vietnam operated this model from January 2022 to December 2024, based on published expert commentaries, relevant topic areas, academic participation, and media reach. The study finds that the model not only enhances the academic visibility of participating staff but also fosters their role in thought leadership within public discourse. It further highlights key success factors, challenges, and practical recommendations for universities seeking to adopt similar models to better bridge academia and society.

Keywords - Academic expertise; academic communication; expert commentary; social impact; university media.

tiếp cận thông tin đáng tin cậy từ phía xã hội còn khá xa.

Trường Đại học RMIT Việt Nam là một trong những cơ sở giáo dục đại học tiên phong xây dựng và triển khai mô hình “Bình luận chuyên gia” một cách hệ thống như một chiến lược truyền thông nhằm chia sẻ bình luận chuyên sâu của giảng viên với truyền thông đại chúng, góp phần lan tỏa tri thức học thuật đến công chúng theo cách gần gũi, dễ hiểu và kịp thời. Thông qua mô hình bình luận chuyên gia, giảng viên từ nhiều chuyên ngành khác nhau đã tham gia bình luận, phân tích chuyên sâu các vấn đề như trí tuệ nhân tạo, an toàn thông tin, tiền mã hóa, kinh tế toàn cầu, chính sách thương mại và phát triển bền vững. Sáng kiến này được công chúng và các cơ quan thông tấn báo chí đánh giá cao, củng cố vai trò của Trường Đại học RMIT Việt Nam như một đối tác tri thức hàng đầu đáng tin cậy. Hồ sơ năng lực của các chuyên gia đóng góp ý kiến chuyên môn theo mô hình này cũng nhờ đó mà được nâng cao đáng

kể.

Bài báo tập trung phân tích hoạt động “Bình luận chuyên gia” tại Trường Đại học RMIT Việt Nam trong giai đoạn từ tháng 01/2022 đến 12/2024 như một ví dụ điển hình trong việc triển khai chiến lược truyền thông học thuật. Trên cơ sở dữ liệu thu thập được trong giai đoạn này, bài viết đánh giá quy trình triển khai, tác động của mô hình tới giảng viên và nhà trường, đồng thời đưa ra các bài học kinh nghiệm và gợi ý triển khai cho các cơ sở giáo dục khác đang quan tâm hay mong muốn phát huy hơn nữa vai trò của giảng viên thông qua truyền thông đại chúng.

2. Về mô hình “Bình luận chuyên gia” tại Trường Đại học RMIT Việt Nam

2.1. Bối cảnh ra đời và động lực triển khai

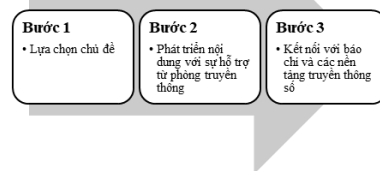
Tại Trường Đại học RMIT Việt Nam, mô hình “Bình luận chuyên gia” là một sáng kiến do phòng Truyền thông khởi xướng, được xây dựng như một chiến lược truyền thông học thuật có hệ thống nhằm kết nối tri thức chuyên môn của giảng viên với cộng đồng thông qua báo chí và các nền tảng truyền thông số. Mô hình này phản ánh cam kết của Trường Đại học RMIT Việt Nam trong việc phục vụ cộng đồng - một trong ba định hướng chiến lược trọng tâm của Trường Đại học RMIT Việt Nam đến năm 2031. Theo định hướng này, giảng viên được khuyến khích chia sẻ kiến thức học thuật một cách dễ tiếp cận và có tác động xã hội rõ nét, thông qua việc tham gia đối thoại công, đóng góp phân tích chuyên sâu và phản hồi kịp thời trước các vấn đề thời sự đang được quan tâm.

Về mặt nội bộ, năng lực chuyên môn vững chắc và khả năng truyền đạt của đội ngũ giảng viên cùng hoạt động điều phối nhịp nhàng và hiệu quả của Phòng Truyền thông đã giúp mô hình đạt được những kết quả vượt bậc. Nhiều giảng viên năng nổ dành thời gian tham gia sáng kiến “Bình luận chuyên gia”, sẵn sàng hợp tác chặt chẽ với chuyên viên Truyền thông để chuyên hóa các kết quả nghiên cứu học thuật hay ý kiến chuyên môn thành phân tích thời sự hay bình luận chuyên sâu theo hướng dễ tiếp thu, phù hợp với đại chúng. Bên cạnh đó, chủ trương tăng cường tham gia hoạt động truyền thông từ ban lãnh đạo các khoa, cùng sự phối hợp chặt chẽ giữa các khoa và Phòng Truyền thông, đã tạo điều kiện thuận lợi để mô hình vận hành linh hoạt và hiệu quả.

Trong khi đó, nhu cầu về phân tích chuyên sâu từ báo chí và công chúng ngày càng tăng, nhất là với các chủ đề như trí tuệ nhân tạo, an toàn thông tin, tiền mã hóa, thành phố thông minh, phát triển bền vững hay kinh tế toàn cầu. Các cơ quan báo đài chủ động tìm kiếm ý kiến chuyên môn từ các trường đại học có uy tín, tạo cơ hội để Trường Đại học RMIT Việt Nam phát huy vai trò “lãnh đạo về tư duy” trong không gian truyền thông đại chúng.

2.2. Quy trình triển khai mô hình

Mô hình “Bình luận chuyên gia” được chia sẻ sau đây tập trung vào các bài viết được RMIT Việt Nam chủ động đề xuất và triển khai. Mô hình gồm ba bước chính:



Hình 1. Sơ đồ các bước triển khai mô hình

Bước 1: Lựa chọn chủ đề

Các chủ đề bình luận được xác định dựa trên xu hướng truyền thông, thời sự xã hội và chính sách công. Chuyên viên Phòng Truyền thông chủ động theo dõi, đưa ra đề xuất, đồng thời khích lệ giảng viên chủ động cập nhật đồng thời sự trong nước và khu vực để có thể tự gợi ý chủ đề bình luận chuyên sâu. Chủ đề được chọn khi có sự giao thoa giữa tính thời sự, giá trị học thuật và mức độ tiếp nhận của công chúng.

Bước 2: Phát triển nội dung với sự hỗ trợ từ phòng Truyền thông

Sau khi xác định chủ đề, giảng viên phối hợp với chuyên viên Phòng Truyền thông để biến những luận điểm học thuật hay kết quả nghiên cứu thành các bài viết được diễn đạt dễ hiểu, đúng phong cách báo chí mà vẫn giữ vững kiến thức cốt lõi của bình luận chuyên sâu. Đội ngũ chuyên viên Phòng Truyền thông hỗ trợ sâu về định hướng và cấu trúc bài, tiêu đề, hình ảnh và cách truyền đạt. Với đội ngũ chuyên gia đa dạng, giàu kinh nghiệm đến từ nhiều quốc gia trên khắp thế giới, chuyên gia Phòng Truyền thông cũng hỗ trợ dịch bài viết sang tiếng Việt nhằm đảm bảo tính chính xác về mặt chuyên môn và ngôn ngữ đối với từng bài viết.

Bước 3: Kết nối với báo chí và các nền tảng truyền thông số

Phòng Truyền thông chịu trách nhiệm gửi thông cáo báo chí giới thiệu về bình luận chuyên sâu mà các chuyên gia đã thực hiện với các kênh truyền thông phù hợp, bao gồm báo in, báo điện tử, kênh truyền hình, đài phát thanh. Các bài viết cũng được biên tập để đăng trên các nền tảng của nhà trường như trang web, mạng xã hội và kênh thông tin nội bộ, nhằm tăng mức độ tương tác và lan tỏa sau khi xuất bản trên các kênh truyền thông đại chúng. Phòng Truyền thông cũng làm trung gian tiếp nhận các yêu cầu phỏng vấn bổ sung từ báo chí gửi đến chuyên gia.

Ngoài ra, sự phối hợp nhịp nhàng chặt chẽ giữa các bộ phận cũng đóng vai trò then chốt trong sự thành công của mô hình. Bên cạnh hợp tác trực tiếp giữa giảng viên và chuyên viên Phòng Truyền thông, chính sự ủng hộ và hỗ trợ từ ban lãnh đạo, các trường khoa và chủ nhiệm bộ môn/nhóm bộ môn đã thúc đẩy văn hóa chia sẻ chuyên môn, giúp củng cố mạnh mẽ tác động về mặt học thuật của nhà trường đối với cộng đồng và xã hội nói chung.

2.3. Tính đặc thù trong mô hình “Bình luận chuyên gia” của Trường Đại học RMIT Việt Nam

Mô hình “Bình luận chuyên gia” tại Trường Đại học RMIT Việt Nam có thể được xem là một sáng kiến đáng chú ý trong bối cảnh truyền thông học thuật tại Việt Nam

vẫn còn là lĩnh vực mới mẻ và chưa có nhiều mô hình được công bố một cách hệ thống. Trong khi một số đại học trên thế giới như University of Melbourne (với The Conversation), The London School of Economics and Political Science (với LSE Blogs), hay Harvard Kennedy School (với Policy Brief Series) đã phát triển các nền tảng xuất bản bình luận học thuật hướng đến công chúng và giới hoạch định chính sách, thì tại Việt Nam, chưa có nhiều mô hình được công bố rộng rãi với cấu trúc phối hợp rõ ràng giữa các đơn vị trong trường. Nhiều chuyên gia và nhóm nghiên cứu tại các trường đại học lớn đã chủ động viết bài phân tích đăng trên báo chí, song những nỗ lực này chưa thể hiện rõ vai trò điều phối chiến lược của nhà trường trong toàn bộ quy trình truyền thông học thuật.

Điểm khác biệt của Trường Đại học RMIT Việt Nam nằm ở việc xây dựng mô hình như một chiến lược truyền thông học thuật có cấu trúc rõ ràng, được điều phối bởi phòng Truyền thông với sự phối hợp của các khoa chuyên môn và gắn với chiến lược hoạt động của Trường Đại học RMIT Việt Nam đến năm 2031, trong đó "phục vụ cộng đồng" là một trong ba trụ cột chính.

Cụ thể, mô hình gồm ba bước triển khai rõ ràng: lựa chọn chủ đề - phát triển nội dung - lan tỏa trên báo chí và nền tảng số. Giảng viên được hỗ trợ xuyên suốt quá trình, từ định hướng nội dung, biên tập theo phong cách báo chí, đến kết nối với truyền thông. Mỗi khoa có đầu mối chuyên trách, giúp chọn lọc chuyên gia phù hợp và phân bổ cơ hội đồng đều. Cách tiếp cận này mở ra hướng đi bài bản và lâu dài cho hoạt động truyền thông học thuật, thay vì các phương pháp triển khai thiếu tính kết nối tổng thể.

Bên cạnh mục tiêu tăng cường sự hiện diện học thuật của nhà trường, mô hình còn hướng tới lan tỏa tri thức đến cộng đồng, đóng góp vào đối thoại công một cách kịp thời, dễ hiểu và có chiều sâu. Tính kết hợp này giúp mô hình phù hợp với xu hướng phát triển đại học ứng dụng, đồng thời có khả năng nhân rộng trong môi trường giáo dục đại học hiện đại tại Việt Nam và khu vực.

3. Cơ sở phân tích

3.1. Cách tiếp cận

Bài báo tiếp cận mô hình “Bình luận chuyên gia” của Trường Đại học RMIT Việt Nam như một ví dụ tiêu biểu về chiến lược truyền thông học thuật có hệ thống trong bối cảnh giáo dục đại học tại Việt Nam. Thay vì sử dụng khung phân tích học thuật truyền thống, bài viết tập trung vào mô tả thực tiễn triển khai, rút ra bài học kinh nghiệm và đề xuất khả năng áp dụng cho các tổ chức tương tự.

Phân tích trong bài được thực hiện dựa trên sự kết hợp giữa mô tả định tính và tổng hợp dữ liệu định lượng. Về định tính, bài viết trình bày cách thức vận hành mô hình, quy trình phối hợp giữa các bên liên quan, cũng như vai trò của truyền thông nội bộ và bên ngoài trong việc thúc đẩy mô hình. Về định lượng, bài viết sử dụng dữ liệu thống kê từ các hoạt động truyền thông trong giai đoạn từ tháng 01/2022 đến tháng 12/2024 để làm cơ sở đánh giá hiệu quả của mô hình.

Cách tiếp cận này nhằm mang đến một cái nhìn toàn diện, vừa phản ánh cách tổ chức thực hiện chiến lược

truyền thông học thuật, vừa đo lường được mức độ lan tỏa và tác động thực tế đến nhà trường, đội ngũ giảng viên và công chúng.

Trong phạm vi bài viết này, một số khái niệm cốt lõi được hiểu như sau: truyền thông học thuật là các hoạt động chia sẻ kiến thức chuyên môn của giảng viên với công chúng thông qua báo chí và các nền tảng truyền thông số, nhằm tăng cường kết nối giữa nhà trường và xã hội. Bình luận chuyên gia là hình thức thể hiện quan điểm hoặc phân tích chuyên môn của giảng viên - có thể dưới dạng bài viết, trả lời phỏng vấn hoặc nhận định nhanh - nhằm cung cấp góc nhìn học thuật về các vấn đề thời sự hoặc chính sách công. Các bài viết này thường được điều chỉnh về cách diễn đạt để phù hợp với công chúng đại chúng, nhưng vẫn giữ vững giá trị khoa học và tính chính xác chuyên môn.

3.2. Nguồn dữ liệu và phạm vi phân tích

Dữ liệu sử dụng trong bài viết được thu thập từ hệ thống theo dõi truyền thông nội bộ của Trường Đại học RMIT Việt Nam giai đoạn 2022 - 2024. Các nguồn chính bao gồm:

- Danh sách đầy đủ các bài “Bình luận chuyên gia” đã được xuất bản;
- Thống kê số lượng bài được báo chí và các nền tảng truyền thông số đăng tải lại;
- Số lượng giảng viên tham gia và lĩnh vực chuyên môn liên quan;
- Tỷ lệ giảng viên tham gia mô hình so với tổng số giảng viên toàn trường.

Các chỉ số truyền thông như: giá trị quảng cáo tương đương (AVE), số lượng cơ quan báo chí đăng bài, số yêu cầu phỏng vấn từ báo chí, và tỷ lệ “Bình luận chuyên gia” so với tổng số tin bài có nhắc đến Trường Đại học RMIT Việt Nam.

Phạm vi phân tích của bài viết tập trung vào việc mô tả cách thức triển khai mô hình và đánh giá hiệu quả truyền thông từ góc độ lan tỏa thông tin, mức độ tham gia của giảng viên và khả năng tiếp cận công chúng thông qua các kênh truyền thông đại chúng. Đây là những chỉ số phản ánh mức độ thành công ban đầu của mô hình trong việc chuyển tải kiến thức học thuật ra ngoài phạm vi nhà trường.

Bài báo không đi sâu vào đánh giá tác động chính sách, thay đổi nhận thức xã hội hay ảnh hưởng dài hạn - vì đây là những yếu tố đòi hỏi phương pháp nghiên cứu khác như khảo sát độc giả, phân tích truyền thông hoặc nghiên cứu tác động định lượng. Đây sẽ là hướng nghiên cứu tiềm năng trong tương lai nhằm lượng hóa sâu hơn ảnh hưởng xã hội của truyền thông học thuật.

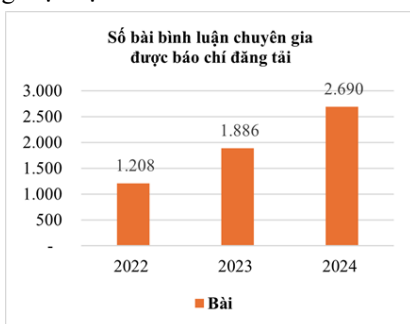
Các chỉ số truyền thông trong bài được tính toán dựa trên dữ liệu từ nền tảng theo dõi tin tức Andi.vn, nền tảng báo cáo kết quả truyền thông CoverageBook.com, cũng như hệ thống thống kê nội bộ của Trường Đại học RMIT Việt Nam. Giá trị quảng cáo tương đương (Advertising Value Equivalency - AVE) được Andi tính toán và phản ánh chi phí mà nhà trường sẽ phải trả nếu mua bài quảng cáo với vị trí, thời lượng, định dạng tương đương bài viết được đăng miễn phí trên cùng kênh. Lượt xem trực tuyến của tin bài được nền tảng Coveragebook ước tính dựa trên

dữ liệu trung bình về phạm vi tiếp cận khán giả (audience reach) và tỉ lệ tương tác (engagement rate) của từng nền tảng báo chí trực tuyến, trong khi tỉ lệ bài viết chuyên gia được phòng Truyền thông Trường Đại học RMIT Việt Nam tính dựa trên so sánh với tổng số bài báo nhắc đến Trường Đại học RMIT Việt Nam trong cùng giai đoạn (số liệu tổng do Andi cung cấp). Các con số đều được rà soát định kỳ bởi bộ phận chuyên trách của Phòng Truyền thông.

4. Kết quả và tác động của mô hình

4.1. Tổng quan dữ liệu và phân tích

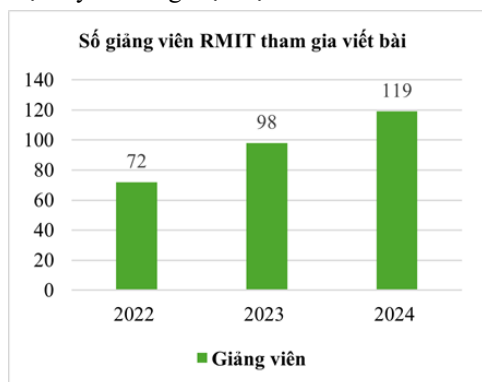
Kết quả ghi nhận trong giai đoạn 2022 - 2024 là minh chứng rõ nét cho tính hiệu quả của mô hình “Bình luận chuyên gia” tại Trường Đại học RMIT Việt Nam. Trong ba năm, số lượng bài viết được báo chí đăng tải tăng 122% - từ 1.208 bài (năm 2022) lên 2.690 bài (năm 2024) (Hình 2). Sự hợp tác giữa giảng viên và Phòng Truyền thông ngày càng chuyên nghiệp, với một số bài viết có thể hoàn tất trong vòng 24 giờ kể từ thời điểm báo chí liên hệ – cho thấy khả năng phản hồi nhanh chóng, phù hợp với nhịp độ truyền thông hiện đại.



Hình 2. Số bài bình luận chuyên gia Trường Đại học RMIT Việt Nam được báo chí đăng tải (2022 - 2024)

Nguồn: Thống kê của Trường Đại học RMIT Việt Nam

Đồng thời, mức độ tham gia của giảng viên cũng gia tăng đáng kể, từ 72 người lên 119 người (tăng 65%) (Hình 3). Bên cạnh đó, quy trình hợp tác giữa giảng viên và phòng Truyền thông ngày càng chuyên nghiệp, với một số bài viết có thể hoàn tất trong vòng 24 giờ kể từ thời điểm báo chí liên hệ - cho thấy khả năng phản hồi nhanh chóng, phù hợp với nhịp độ truyền thông hiện đại.

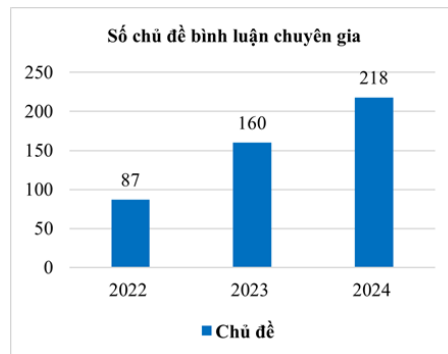


Hình 3. Số giảng viên Trường Đại học RMIT Việt Nam tham gia viết bài Bình luận chuyên gia (2022-2024).

Nguồn: Thống kê của Trường Đại học RMIT Việt Nam

Tổng số chủ đề “Bình luận chuyên gia” tăng từ 87 chủ đề năm 2022 lên 160 vào năm 2023 và đạt 218 chủ đề vào

năm 2024 (Hình 4). Trong đó, tỉ lệ chủ đề xuất phát từ yêu cầu của báo chí tăng từ 60% lên 72%, cho thấy niềm tin ngày càng lớn của truyền thông đối với đội ngũ giảng viên Trường Đại học RMIT Việt Nam. Đây cũng là kết quả của quá trình xây dựng quan hệ báo chí bền vững và chuyên nghiệp, với sự điều phối nhất quán từ Phòng Truyền thông. Nhờ đó, nhiều cơ quan báo chí đã chuyển từ thể bị động sang chủ động tiếp cận giảng viên để phỏng vấn về các vấn đề chuyên môn đang thu hút dư luận.



Hình 4. Số chủ đề bình luận chuyên gia do Trường Đại học RMIT Việt Nam thực hiện (2022 - 2024)

Nguồn: Thống kê của Trường Đại học RMIT Việt Nam

Nếu tính theo số lượng bài báo (vì một chủ đề có thể tạo ra nhiều bài), thì con số này tăng hơn gấp đôi sau hai năm - từ 1.208 bài (2022) lên 2.690 bài (2024). Tỉ lệ các bài “Bình luận chuyên gia” so với tổng số bài viết có nhắc đến Trường Đại học RMIT Việt Nam trên báo chí cũng tăng mạnh từ 25% lên 47%, cho thấy dấu ấn ngày càng rõ nét của chiến lược truyền thông học thuật trong hoạt động truyền thông tổng thể của nhà trường.

Mạng lưới đối tác truyền thông cũng liên tục được mở rộng, với số lượng cơ quan báo chí từng đăng tải nội dung “Bình luận chuyên gia” tăng từ 214 đơn vị năm 2022 lên 281 đơn vị năm 2024. Những con số này không chỉ cho thấy quy mô lan tỏa của mô hình mà còn phản ánh rõ mức độ định vị học thuật của Trường Đại học RMIT Việt Nam trong truyền thông đại chúng.

4.2. Tác động đến giảng viên

Tổng số giảng viên tham gia viết bài tăng đều qua các năm (Hình 3): 72 (2022), 98 (2023) và 119 (2024), chiếm khoảng 23 - 24% tổng số giảng viên toàn trường. Việc tham gia mô hình giúp nâng cao đáng kể hồ sơ chuyên môn của giảng viên, đồng thời gia tăng mức độ hiện diện trong công chúng và báo chí. Một số giảng viên lần đầu thử sức viết bài đã nhanh chóng trở thành người phát ngôn được báo chí chủ động tìm đến.

Việc tham gia các bài bình luận chuyên gia cũng giúp giảng viên kết nối gần hơn với cộng đồng, truyền đạt kiến thức học thuật theo hướng dễ tiếp cận và phù hợp với nhu cầu xã hội. Nhờ xuất hiện trên báo chí, một số giảng viên nhận được lời mời tham gia làm diễn giả tại các hội thảo, sự kiện chuyên môn do các cơ quan báo chí, hiệp hội doanh nghiệp và cơ quan nhà nước tổ chức. Một số giảng viên còn được các cơ quan báo chí quốc tế liên hệ phỏng vấn.

Theo chia sẻ của các giảng viên, việc tham gia trả lời phỏng vấn báo chí và chủ động viết bài cho báo chí cũng

giúp họ luôn có ý thức cập nhật các vấn đề thời sự, nâng cao khả năng truyền đạt kiến thức cho các đối tượng khác nhau, qua đó hỗ trợ cho công tác giảng dạy, nghiên cứu tại Trường Đại học RMIT Việt Nam. Bên cạnh đó, kết quả khảo sát nội bộ năm 2024 cho thấy hơn 81% giảng viên tham gia mô hình đánh giá tích cực tác động của truyền thông học thuật tới việc mở rộng cơ hội hợp tác (trong nghiên cứu và quan hệ doanh nghiệp).

Phó giáo sư Tiến sĩ Nguyễn Văn Thăng Long - giảng viên Truyền thông chuyên nghiệp, Trường Đại học RMIT Việt Nam - chia sẻ rằng ông tham gia viết bài cho báo chí không chỉ để đóng góp góc nhìn về các vấn đề quan trọng và quảng bá năng lực chuyên môn từ bộ môn Truyền thông chuyên nghiệp, mà còn để tiếp cận nhiều cơ hội. Trong đó có các cơ hội hợp tác về nghiên cứu và triển khai dự án chung với các đối tác ngành.

Tiến sĩ Daisy Kanagasapapathy - giảng viên ngành Quản trị du lịch và khách sạn, Trường Đại học RMIT Việt Nam - thì cho rằng thông qua việc xuất hiện trên các phương tiện truyền thông, bà đã có cơ hội nâng cao nhận thức của công chúng về các vấn đề quan trọng như phát triển bền vững, góp phần thúc đẩy những chuyển biến tích cực trong xã hội và đóng góp vào các cuộc thảo luận có ý nghĩa.

4.3. Tác động đến nhà trường

Mô hình “Bình luận chuyên gia” góp phần củng cố vai trò của Trường Đại học RMIT Việt Nam như một tổ chức có trách nhiệm xã hội, tích cực đóng góp tri thức cho cộng đồng. Trên góc độ truyền thông, đây là minh chứng rõ ràng cho chiến lược “lãnh đạo về tư duy” - thông qua việc lan tỏa tri thức gắn với thương hiệu nhà trường một cách bài bản, quán và có định hướng.

Kết quả khảo sát các phóng viên trong mạng lưới hợp tác của Phòng Truyền thông năm 2024 cho thấy, 35% người trả lời đánh giá nội dung từ Trường Đại học RMIT Việt Nam “hữu ích” và 55% đánh giá là “rất hữu ích” hoặc “cực kỳ hữu ích”. Tỷ lệ đón nhận này phản ánh chất lượng cũng như độ tin cậy của các bình luận chuyên gia được chia sẻ từ một nguồn chính thống như Trường Đại học RMIT Việt Nam.

Đáng chú ý, mô hình cũng thúc đẩy sự chuyển mình của Phòng Truyền thông từ vai trò hỗ trợ kỹ thuật sang đối tác học thuật chiến lược. Thay vì chỉ thực hiện chức năng quảng bá, Phòng Truyền thông đóng vai trò định hướng nội dung, biên tập và kết nối hiệu quả giữa giảng viên, nhà trường và hệ sinh thái truyền thông - xã hội. Điều này cho thấy truyền thông không chỉ là công cụ hỗ trợ, mà đang trở thành một phần thiết yếu trong việc thực hiện sứ mệnh phụng sự cộng đồng của nhà trường, đặc biệt là lan tỏa tri thức ra cộng đồng.

4.4. Ví dụ tiêu biểu

Một trong những minh chứng rõ nét cho hiệu quả của mô hình “Bình luận chuyên gia” tại Trường Đại học RMIT Việt Nam là loạt bài phân tích chuyên sâu liên quan đến nhiệm kỳ hai của Tổng thống Hoa Kỳ Donald Trump - một chủ đề thu hút sự chú ý rộng rãi của dư luận trong và ngoài nước từ cuối tháng 11/2024.

Tính đến ngày 18/4/2025, Trường Đại học RMIT Việt Nam đã triển khai 12 bài viết chuyên sâu do giảng viên chủ động hợp tác cùng Phòng Truyền thông thực hiện, đồng thời nhận được 12 yêu cầu phỏng vấn từ báo chí, bao gồm các báo uy tín trong và ngoài nước như VnExpress, Financial Times, CNBC, Reuters. Tổng cộng, loạt nội dung này đã được đăng tải trong hơn 320 tin bài trên các nền tảng truyền thông lớn, với số lượt xem trực tuyến ước tính vượt mốc 37 triệu lượt (theo dữ liệu từ nền tảng đo lường Coveragebook.com).

Sức lan tỏa của loạt bài không chỉ đến từ tính kịp thời, mà còn nằm ở chiều sâu và sự đa dạng trong góc nhìn chuyên môn. Có tới 21 giảng viên từ Khoa Kinh doanh và Khoa Khoa học, Kỹ thuật và Công nghệ đã tham gia viết bài hoặc trả lời phỏng vấn, với tổng cộng 25 chủ đề trải rộng từ kinh tế vĩ mô, ti giá, chuỗi cung ứng, lãi suất, đến tài sản số, trí tuệ nhân tạo và chính sách khoa học - công nghệ.

Đáng chú ý, không ít chủ đề được các giảng viên chủ động đề xuất và triển khai chỉ trong vòng 24 giờ kể từ thời điểm diễn ra sự kiện - như khi công bố kết quả bầu cử Tổng thống Mỹ năm 2024 hay khi chính quyền Mỹ công bố các biện pháp thuế quan mới vào ngày 02/4/2025. Điều này thể hiện rõ sự nhạy bén với thời cuộc, tinh thần trách nhiệm và mong muốn đồng hành cùng xã hội trong việc giải thích, phân tích các vấn đề quan trọng.

Thành công của loạt bài là kết quả tổng hòa của nhiều năm xây dựng mối quan hệ bền vững với giới báo chí, nỗ lực nâng cao năng lực truyền thông học thuật cho đội ngũ giảng viên và sự kiên định trong việc xây dựng văn hóa tổ chức đề cao việc chia sẻ kiến thức với công chúng như một phần trong sứ mệnh của một trường đại học hiện đại.

5. Tiềm năng nhân rộng mô hình tại các trường đại học Việt Nam: Giải pháp và khuyến nghị từ Trường Đại học RMIT Việt Nam

Mô hình “Bình luận chuyên gia” không chỉ phù hợp với chiến lược truyền thông học thuật của Trường Đại học RMIT Việt Nam mà còn có thể được điều chỉnh, mở rộng và áp dụng tại nhiều cơ sở giáo dục đại học khác trong nước. Để làm được điều này, trước hết cần xây dựng một số điều kiện nền tảng và thiết kế lộ trình triển khai phù hợp với bối cảnh tổ chức.

5.1. Điều kiện cần thiết

Trước tiên, yếu tố văn hoá tổ chức đóng vai trò quan trọng. Môi trường khuyến khích giảng viên chia sẻ chuyên môn ra công chúng, coi đây là một phần của sứ mệnh học thuật, sẽ tạo nền tảng thuận lợi để mô hình phát triển. Bên cạnh đó, chính sách hỗ trợ truyền thông học thuật rõ ràng nhận được sự hỗ trợ và tham gia tích cực của ban lãnh đạo nhà trường – từ Hiệu trưởng đến Trường khoa – là yếu tố bảo đảm tính bền vững và lan tỏa của mô hình. Giảng viên cần được tạo điều kiện để dành thời gian trả lời/viết bài cho báo chí, đồng thời được sự ghi nhận và động viên từ lãnh đạo Trường/Khoa.

Về mặt hệ thống, cần thiết lập quy trình nội bộ linh hoạt, cho phép Phòng Truyền thông phối hợp chặt chẽ với các khoa. Ví dụ, cử đại diện Phòng Truyền thông tham gia

các cuộc họp định kỳ cấp khoa hoặc nhóm chuyên môn để nắm bắt thông tin mới, đồng thời chủ động đề xuất chủ đề phù hợp với thời sự xã hội.

Một yếu tố hỗ trợ rất hiệu quả tại Trường Đại học RMIT Việt Nam là việc có các đầu mối thực hiện vai trò trung gian ở các khoa. Họ là những người kết nối giữa giảng viên, nghiên cứu viên và Phòng Truyền thông, hỗ trợ thúc đẩy việc lựa chọn chuyên gia phù hợp và phân bổ cơ hội đồng đều. Các đầu mối này có thể là chủ nhiệm bộ môn, trưởng nhóm nghiên cứu hay các tình nguyện viên tự ứng cử và được lãnh đạo khoa phê duyệt.

5.2. Gợi ý triển khai

Các trường có thể bắt đầu bằng việc thành lập một nhóm truyền thông học thuật nhỏ, phối hợp với giảng viên để đề xuất chủ đề, phát triển nội dung và thiết lập quan hệ với báo chí. Việc phân loại các cơ quan báo chí, xác định chủ đề phù hợp với từng kênh truyền thông, cũng như xây dựng lịch trình gợi ý định kỳ theo thời sự là những bước quan trọng trong việc vận hành hiệu quả.

Song song đó, các hoạt động đào tạo kỹ năng truyền thông cho giảng viên nên được tổ chức định kỳ, từ cách lên dàn ý, viết bài, đặt tiêu đề, đến trả lời phỏng vấn. Đây không chỉ là hỗ trợ về mặt kỹ thuật mà còn bước đầu xây dựng văn hoá chia sẻ trong giới học thuật.

Cuối cùng, các trường có thể tích hợp kết quả hoạt động truyền thông vào hệ thống ghi nhận đóng góp học thuật, ví dụ như đưa vào cơ cấu giải thưởng thường niên, đánh giá cuối năm, báo cáo hoạt động khoa, bản tin nội bộ hoặc trình bày tại các buổi họp lãnh đạo để cùng cố nhận thức và khuyến khích mở rộng mô hình.

Ngoài những gợi ý triển khai ban đầu, một số điều kiện thực tiễn và yếu tố hỗ trợ cần được cân nhắc để đảm bảo mô hình có thể nhân rộng hiệu quả:

Để triển khai mô hình “Bình luận chuyên gia” một cách hiệu quả tại các cơ sở giáo dục đại học khác, cần xác định rõ ba nhóm nguồn lực nền tảng. Thứ nhất, một nhóm truyền thông trong nội bộ tổ chức với năng lực biên tập học thuật - bao gồm cả kỹ năng báo chí và hiểu biết chuyên môn - sẽ đóng vai trò then chốt trong việc chuyển đổi các kiến thức chuyên sâu thành nội dung truyền thông dễ tiếp cận; Thứ hai, cần thiết lập cơ chế công nhận đóng góp của giảng viên trong hoạt động truyền thông học thuật như một phần của đánh giá hiệu quả công việc, hồ sơ năng lực hoặc khen thưởng định kỳ; Thứ ba, sự cam kết từ lãnh đạo nhà trường trong việc phân bổ ngân sách, nhân sự và thời gian để duy trì mô hình là điều kiện tiên quyết cho tính bền vững.

Trong bối cảnh một số trường có thể gặp khó khăn về nhân lực chuyên môn, một giải pháp thực tiễn là tuyển chọn sinh viên ngành truyền thông, báo chí hoặc quan hệ công chúng tham gia làm trợ lý nội dung cho nhóm truyền thông học thuật. Việc kết hợp đào tạo tại chỗ và hướng dẫn trực tiếp từ giảng viên có thể giúp xây dựng năng lực nội bộ theo thời gian, đồng thời tạo cơ hội trải nghiệm thực tế cho sinh viên.

Xét về tính khả thi liên ngành, mô hình này có thể được áp dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực học thuật khác nhau - từ khoa học xã hội, nhân văn đến công nghệ, kinh tế và y

tế. Mỗi lĩnh vực có thể đóng góp những góc nhìn chuyên môn độc đáo đối với các vấn đề thời sự, miễn là được hỗ trợ bởi đội ngũ truyền thông có khả năng chuyển hóa nội dung phù hợp với công chúng. Chính sự đa dạng trong nội dung và góc nhìn này sẽ giúp mô hình đạt được độ lan tỏa và chiều sâu trong không gian truyền thông đại chúng.

5.3. Bài học kinh nghiệm từ thực tiễn tại RMIT Việt Nam

Quá trình triển khai mô hình “Bình luận chuyên gia” tại RMIT Việt Nam cho thấy một số bài học quan trọng về điều kiện thành công, các rào cản cần lưu ý, cũng như khuyến nghị dành cho các trường đại học muốn áp dụng mô hình tương tự.

Thứ nhất, một trong những yếu tố then chốt là khả năng chọn lọc nội dung phù hợp với thời sự truyền thông mà vẫn giữ vững tính học thuật. Việc xác định đúng thời điểm để đưa ra bình luận chuyên gia giúp nâng cao khả năng được báo chí đăng tải, đồng thời tạo sức lan tỏa cao trong dư luận;

Thứ hai, mô hình thành công nhờ có sự hỗ trợ và phối hợp chiến lược giữa các bên trong trường gồm ban lãnh đạo khoa, giảng viên, Phòng Truyền thông và các bộ phận học thuật khác. Việc thiết lập quy trình làm việc linh hoạt và định hướng chiến lược rõ ràng giúp rút ngắn thời gian triển khai, đồng thời đảm bảo chất lượng học thuật trong từng bài viết;

Thứ ba, Phòng Truyền thông không chỉ đóng vai trò hỗ trợ mà còn chủ động xây dựng định hướng chiến lược truyền thông học thuật cho toàn trường. Đội ngũ chuyên viên không chỉ am hiểu kỹ thuật báo chí mà còn có khả năng chuyển kiến thức học thuật có phần khô khan khó hiểu sang ngôn ngữ báo chí để được với công chúng, đồng thời kết nối nhuần nhuyễn giữa nội dung học thuật và kênh phân phối phù hợp.

5.4. Thách thức

Mặc dù có nhiều điểm tích cực, quá trình triển khai mô hình cũng gặp một số thách thức như áp lực thời gian do yêu cầu phản hồi nhanh từ báo chí, khó khăn trong việc diễn đạt kiến thức học thuật theo cách dễ tiếp cận và e ngại ban đầu từ một số giảng viên chưa quen với văn hoá truyền thông đại chúng. Ngoài ra, cân bằng cơ hội xuất hiện trên truyền thông giữa các lĩnh vực học thuật cũng là một thách thức, đặc biệt với những ngành thuộc nhóm đề tài “kén đọc giả” trong môi trường báo chí hiện đại.

5.5. Khuyến nghị

Dựa trên kinh nghiệm thực tiễn, nhóm tác giả đề xuất các khuyến nghị sau:

- Xây dựng bộ hướng dẫn truyền thông học thuật rõ ràng, phù hợp với ngữ cảnh Việt Nam, giúp giảng viên dễ dàng tham gia;
- Triển khai theo từng bước nhỏ và linh hoạt, ưu tiên chủ đề và người phát ngôn phù hợp để đảm bảo chất lượng ban đầu;
- Phát triển cơ chế cổ vũ nội bộ, trong đó các giảng viên có kinh nghiệm hỗ trợ người mới thông qua đào tạo viết bài, kỹ năng làm việc với báo chí và biết cách tương tác với các bên liên quan;
- Ghi nhận và tôn vinh đóng góp thông qua các

chương trình như giải thưởng Ngôi sao truyền thông nhằm duy trì động lực và lan tỏa văn hóa chia sẻ tri thức.

Ngoài những khuyến nghị ngắn hạn, mô hình cũng hứa hẹn tạo ra những tác động tích cực về lâu dài nếu được duy trì và phát triển một cách chiến lược.

Về dài hạn, mô hình “Bình luận chuyên gia” có thể tạo ra hệ sinh thái truyền thông học thuật vững chắc trong từng trường đại học. Ngoài việc lan tỏa tri thức ra cộng đồng, mô hình còn góp phần nâng cao hình ảnh học thuật của cơ sở giáo dục trên truyền thông, tăng khả năng thu hút giảng viên chất lượng cao và mở rộng hợp tác quốc tế. Với sự nhất quán và đầu tư chiến lược, mô hình có thể trở thành một phần trong “thương hiệu học thuật” của trường, giúp khẳng định vai trò tri thức trong xã hội một cách bền vững.

6. Kết luận

Trong bối cảnh giáo dục đại học ngày càng gắn kết với trách nhiệm xã hội, việc kết nối tri thức với cộng đồng không còn là hoạt động bên lề mà đã trở thành một phần thiết yếu trong sứ mệnh của các trường đại học hiện đại. Mô hình “Bình luận chuyên gia” do Trường Đại học RMIT Việt Nam triển khai là một ví dụ điển hình cho thấy truyền thông học thuật hoàn toàn có thể được tổ chức một cách bài bản, chiến lược và tạo ra tác động bền vững.

Mô hình này không chỉ tạo điều kiện để giảng viên góp tiếng nói vào các vấn đề quan trọng của đất nước, mà còn thúc đẩy sự phát triển của văn hóa chia sẻ tri thức trong toàn trường. Đặc biệt, vai trò của phòng Truyền thông trong kết nối, đồng hành và dẫn dắt chiến lược giúp mô hình trở thành cầu nối hiệu quả giữa học thuật và xã hội.

Bài báo này là lời gợi mở cho các trường đại học Việt Nam trên hành trình phát triển mô hình đại học ứng dụng, nơi tri thức không còn giới hạn trong giới học thuật mà trở thành nguồn lực sống động hỗ trợ phát triển cộng đồng. Trong kỷ nguyên số, chia sẻ chuyên môn không còn là lựa chọn mà là trách nhiệm và cơ hội để giáo dục đại học thực hiện vai trò công dân của mình một cách trọn vẹn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Boyer, Ernest L. *Scholarship Reconsidered: Priorities of the Professoriate*. The Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching, 1990. [Online] Available: <https://eric.ed.gov/?id=ED326149>. Accessed 10 Apr. 2025.

[2] Bryant, Peter, et al. *“The Modern University in the Digital Age.”*

Briefing Papers, 2012. [Online] Available: https://eprints.lse.ac.uk/56219/1/Bryant_The_modern_university_in_the_digital_age_2012.pdf. Accessed 10 Apr. 2025.

[3] Bucchi, Massimiano. *“Science and the Media: Alternative Routes in Scientific Communication.”* Current Sociology, 2008. [Online] Available: <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/22625>. Accessed 10 Apr. 2025.

[4] Feldman, Lauren. *“How Media – Namely News, Ads and Social Posts – Can Shape an Election.”* Rutgers University, 2024. [Online] Available: <https://www.rutgers.edu/news/how-media-namely-news-ads-and-social-posts-can-shape-election>. Accessed 10 Apr. 2025.

[5] Graydon, Shari. *“Making a Case for Media Engagement.”* Academic Matters, May 2011. [Online] Available: <https://academicmatters.ca/making-a-case-for-media-engagement/>. Accessed 10 Apr. 2025.

[6] Hazelkorn, Ellen. *“How Do Rankings Impact on Higher Education?”* UNESCO Forum on Higher Education, Research and Knowledge, 2009. [Online] Available: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED504113.pdf>. Accessed 10 Apr. 2025.

[7] Jongbloed, Ben, et al. *“Higher Education and Its Communities: Interconnections, Interdependencies and a Research Agenda.”* Higher Education, vol. 56, no. 3, 2008, pp. 303–324. [Online] Available: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10734-008-9128-2>. Accessed 10 Apr. 2025.

[8] Koekoek, Anouk, et al. *“Unraveling University–Community Engagement: A Literature Review.”* Journal of Higher Education Outreach and Engagement, vol. 25, no. 1, 2021, pp. 3–22. [Online] Available: <https://openjournals.libs.uga.edu/jheoe/article/view/1586>. Accessed 10 Apr. 2025.

[9] RMIT University. *Knowledge with Action: RMIT Strategy 2031. RMIT University*, 2022. [Online] Available: <https://rmit.edu/content/dam/rmit/au/en/about/strategy/rmit-strategy-knowledge-with-action.pdf>. Accessed 10 Apr. 2025.

[10] RMIT Vietnam. Internal Media Impact Reports 2022–2024. Unpublished institutional data.

[11] Schalet, Amy T., Linda R. Tropp, and Allison Troy. *Making Research Usable: A Relational Model of Public Engagement*. University of Massachusetts Amherst, 2020. [Online] Available: https://www.umass.edu/pep/sites/default/files/schalet_tropp_troy_2020_making_research_usable_-_relational_model_of_public_engagement.pdf. Accessed 10 Apr. 2025.

[12] Jenkins, Henry, et al. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York UP, 2013.



[13] McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press, 1994.




[14] Shirky, Clay. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Press, 2008.

[15] Lanham, Richard A. *The Economics of Attention: Style and Substance in the Age of Information*. University of Chicago Press, 2006.

[16] Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed., Wiley-Blackwell, 2010.

Thông tin về tác giả

	<p>Trần Huỳnh Nhã Trân</p> <ul style="list-style-type: none">- Thạc sĩ Nghiên cứu dịch thuật, Đại học Quốc gia Australia; Năm tốt nghiệp 2006.- Quản lý Truyền thông đối ngoại, Trường Đại học RMIT Việt Nam.- Lĩnh vực quan tâm: quan hệ công chúng, sáng tạo nội dung chiến lược, truyền thông học thuật, quản trị khủng hoảng và truyền thông rủi ro, quản lý hình ảnh tổ chức và xây dựng danh tiếng thương hiệu, truyền thông liên văn hóa trong môi trường quốc tế.- Điện thoại: 0903395118.
	<p>Đinh Hoàng Quân</p> <ul style="list-style-type: none">- Thạc sĩ ngành Thông tin và Truyền thông xã hội tại Đại học Shizuoka, Nhật Bản; Năm tốt nghiệp: 2019.- Chuyên viên Truyền thông đối ngoại, Trường Đại học RMIT Việt Nam.- Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông thương hiệu, tâm lý xã hội, văn hóa đại chúng, truyền thông học thuật, diễn

	<p>ngôn trong đời sống xã hội, kỷ ức tập thể và quyền lực truyền thông trong xã hội đương đại.</p> <p>- Điện thoại: 0905838633.</p>
	<p>Hoàng Minh Ngọc</p> <p>- Cử nhân Quản trị kinh doanh quốc tế, Đại học Kinh tế và Kinh doanh Vienna, Cộng hòa Áo; Năm tốt nghiệp: 2012.</p> <p>- Trưởng nhóm Truyền thông đối ngoại, Trường Đại học RMIT Việt Nam.</p> <p>- Lĩnh vực quan tâm: Quan hệ công chúng, sáng tạo nội dung chiến lược, quản trị khủng hoảng và truyền thông rủi ro, tích hợp truyền thông trong bối cảnh toàn cầu hóa, quản lý hình ảnh tổ chức và xây dựng danh tiếng thương hiệu, truyền thông liên văn hóa trong môi trường quốc tế.</p> <p>- Điện thoại: 02132012569.</p>
	<p>Hoàng Thị Thúy Hà</p> <p>- Cử nhân Báo chí (Đại học Khoa học, Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh), Thạc sĩ Quản trị Truyền thông (Đại học Công nghệ Sydney UTS).</p> <p>- Chuyên viên và biên tập viên.</p> <p>- Lĩnh vực quan tâm: Sáng tạo nội dung chiến lược, quản lý khủng hoảng và truyền thông rủi ro, quản lý hình ảnh tổ chức và xây dựng danh tiếng thương hiệu, truyền thông liên văn hóa trong môi trường quốc tế, chuyển ngữ nội dung phù hợp với bối cảnh Việt Nam.</p> <p>- Điện thoại: 0907712666.</p>
	<p>Phạm Thùy Dung</p> <p>- Cử nhân Kinh tế, Trường Đại học Ngoại thương Hà Nội (Năm 2017).</p> <p>- Hiện là chuyên viên Truyền thông đối ngoại, Trường Đại học RMIT Việt Nam.</p> <p>- Lĩnh vực quan tâm: Quan hệ công chúng, sáng tạo nội dung chiến lược, quản trị khủng hoảng và truyền thông rủi ro, tích hợp truyền thông trong bối cảnh toàn cầu hóa, quản lý hình ảnh tổ chức và xây dựng danh tiếng thương hiệu, truyền thông liên văn hóa trong môi trường quốc tế.</p> <p>- Điện thoại: 02836223441.</p>

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ, HƯỚNG TỚI XÂY DỰNG NGUỒN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO ĐÁP ỨNG KỶ NGUYÊN VƯỜN MÌNH CỦA DÂN TỘC..... 1

ẢNH HƯỞNG CỦA MẠNG XÃ HỘI ĐẾN CÁCH TIẾP NHẬN THÔNG TIN GIÁO DỤC CỦA SINH VIÊN: MỘT GÓC NHÌN ĐỊNH TÍNH 15

ẢNH HƯỞNG CỦA MÔI TRƯỜNG HỌC TẬP VÀ TRUYỀN THÔNG SỐ ĐẾN HIỆU QUẢ HỌC TRỰC TUYẾN: NGHIÊN CỨU TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH 22

ẢNH HƯỞNG CỦA ỨNG DỤNG TIKTOK ĐẾN GIÁO DỤC ĐẠI HỌC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ 27

ÁNH SÁNG - YẾU TỐ GÓP PHẦN KHAI SINH VÀ ĐỊNH HÌNH THẨM MỸ CHO HÌNH ẢNH TRONG TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN 34

BÁO ĐẢNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ..... 40

BẢO MẬT DỮ LIỆU CỦA GIẢNG VIÊN VÀ SINH VIÊN KHI THAM GIA HOẠT ĐỘNG GIÁO DỤC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ 48

CHIẾN LƯỢC QUẢN TRỊ KHỦNG HOẢNG TRUYỀN THÔNG TRONG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC..... 53

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO VÀ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC: KHUYẾN NGHỊ CHO ĐÀO TẠO NGÀNH TRUYỀN THÔNG TẠI VIỆT NAM..... 67

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA TRUYỀN THÔNG - GIÁO DỤC THỜI CHUYỂN ĐỔI SỐ: TỪ LÝ LUẬN ĐẾN THỰC TIỄN ĐẠI HỌC 72

CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG TUYỂN SINH CỦA CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở MIỀN BẮC VIỆT NAM 78

ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA CÔNG CHÚNG ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TUYỂN SINH TRÊN FANPAGE: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG 84

ĐÀO TẠO NGÀNH QUAN HỆ QUỐC TẾ VÀ TRUYỀN THÔNG TRONG KỶ NGUYÊN CHUYỂN ĐỔI SỐ: CÁCH TIẾP CẬN TỪ MÔ HÌNH QUADRUPLE HELIX..... 93

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC ĐÁP ỨNG YÊU CẦU CHUYỂN ĐỔI SỐ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY..... 98

ĐẨY MẠNH CHIA SẺ CHUYÊN MÔN TỪ GIẢNG VIÊN ĐỂ KIẾN TẠO TÁC ĐỘNG BỀN VỮNG: MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP TỪ RMIT VIỆT NAM 103

ĐẨY MẠNH VIỆC PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG MỀM CHO SINH VIÊN TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

PROMOTING SOFT SKILLS DEVELOPMENT FOR STUDENTS IN THE DIGITAL AGE

Đặng Thị Thanh Trâm

Trường Đại học Mở - Địa chất

Dang Thi Thanh Tram

University of Mining and Geology; dangthithanhtram@humg.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Dang Thi Thanh Tram (email: dangthithanhtram@humg.edu.vn)*

Tóm tắt - Trong kỷ nguyên số và kỷ nguyên phát triển hùng cường của dân tộc, nhu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao, trong đó người lao động phải thành thục về kỹ năng mềm trở nên hết sức cấp thiết. Bài viết trình bày sự cần thiết của việc các cơ sở giáo dục phải đẩy mạnh phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên trong bối cảnh mới. Đồng thời, bài viết xác định những kỹ năng cần thiết phải trang bị cho sinh viên và gợi mở cho các trường đại học các cách thức để thực hiện việc phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên.

Từ khóa - Các cơ sở đại học; đẩy mạnh; kỹ năng mềm; kỷ nguyên số; sinh viên.

Abstract - In the digital age and the era of strong national development, the need for high-quality human resources, in which workers must be proficient in soft skills, becomes extremely urgent. The article presents the necessity for educational institutions to promote the development of soft skills for students in the new context. At the same time, the article identifies the necessary skills to equip students and suggests ways for universities to implement the development of soft skills for students.

Keywords - Universities; promote; soft skills; digital age; students.

1. Đặt vấn đề

Việt Nam đang quyết tâm thực hiện khát vọng phát triển thịnh vượng, trở thành nước công nghiệp phát triển vào giữa thế kỷ XXI trong bối cảnh thế giới đang diễn biến phức tạp, khó lường; khoa học công nghệ và trí tuệ nhân tạo (AI) phát triển như vũ bão. Tình hình thế giới và trong nước như vậy vừa tạo ra nhiều cơ hội song cũng gây ra không ít thử thách, khó khăn cho tất cả các chủ thể từ quốc gia, doanh nghiệp, đến từng cá nhân. Nhu cầu của đất nước về một nguồn nhân lực lao động chất lượng cao, một thể hệ chủ nhân tương lai được phát triển toàn diện vừa vững về năng lực chuyên môn vừa thành thục các kỹ năng mềm để xây dựng, phát triển đất nước và kiến tạo cuộc sống cá nhân hạnh phúc trong kỷ nguyên mới là hết sức cần thiết. Nghị quyết 57 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia đã xác định vai trò hết sức quan trọng đối với các cơ sở giáo dục đại học đối với đất nước trước yêu cầu mới.

Trong vòng 15 năm qua, các trường đại học, cao đẳng trên cả nước đều nỗ lực trong việc nâng cao chất lượng đào tạo để đáp ứng nhu cầu của xã hội, trong đó, đã chú trọng việc trang bị các kỹ năng mềm cho sinh viên bằng việc tăng cường các hoạt động ngoại khóa cho các tổ chức Đoàn, Hội, câu lạc bộ sinh viên. Thiết thực nhất là nhiều cơ sở giáo dục đã đưa các học phần kỹ năng mềm vào chương trình giảng dạy chính khóa và đã đạt được những kết quả nhất định song cũng còn nhiều hạn chế, tồn tại. Trong bối cảnh mới, trước yêu cầu cao hơn, các cơ sở giáo dục đại học cần phải đẩy mạnh việc trang bị kỹ năng mềm cho sinh viên theo hướng thực chất hơn.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Việc cần thiết phải đẩy mạnh phát triển kỹ năng mềm

cho sinh viên

Thực hiện khát vọng đưa đất nước bước vào kỷ nguyên phát triển thịnh vượng, nhiều cuộc cách mạng đã đồng loạt diễn ra với tốc độ thần tốc, trong đó có cuộc cách mạng về phát triển khoa học công nghệ và chuyển đổi số. Ngày 22/12/2024, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, trong đó, Nghị quyết đề cập đến việc phát triển giáo dục đại học theo hướng hiện đại hóa, ứng dụng công nghệ số để tăng cường chất lượng, hiệu quả đào tạo cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho đất nước. Trước yêu cầu này, các trường đại học Việt Nam phải đẩy nhanh thực hiện chuyển đổi số, đưa công nghệ vào mọi hoạt động giảng dạy, nghiên cứu và quản lý. Theo đó, các chương trình đào tạo ngành học mới được xây dựng; các chương trình đào tạo không còn phù hợp sẽ được điều chỉnh, loại bỏ; giảng viên chuyển đổi từ giảng giải, thuyết trình sang hướng dẫn sinh viên tự học. Chương trình mới thì mục tiêu về kiến thức, kỹ năng và thái độ cũng như thời lượng của các học phần cần được điều chỉnh, bổ sung cho phù hợp để hướng tới đích đào tạo ra nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu của xã hội số, nền kinh tế số, văn hóa số. Trong bối cảnh mới, việc xây dựng chương trình đào tạo kỹ năng mềm; đẩy mạnh việc trang bị những kỹ năng mềm cho sinh viên trở nên rất cấp thiết bởi những lý do sau:

Trong kỷ nguyên số, tốc độ phát triển của khoa học công nghệ, AI rất nhanh, tri thức của nhân loại là không lồ, kéo theo mọi hoạt động của đời sống xã hội đều thay đổi không ngừng. Có những ngành nghề bị thay thế, song lại có nhiều ngành nghề mới ra đời. Có những công đoạn, công việc bị máy móc, robot thông minh thực hiện, tuy nhiên lại có những hoạt động AI chưa thể hoặc không thể thay thế.

Báo cáo Tương lai việc làm năm 2025 của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) [1] phác dựng toàn cảnh về thị trường lao động toàn cầu từ năm 2025 đến 2030. Báo cáo được cung cấp bởi các nghiên cứu được thực hiện bởi Indeed dựa trên đánh giá của GPT-4 về khả năng sử dụng hơn 2.800 kỹ năng trong ba lĩnh vực: kiến thức lý thuyết, khả năng giải quyết vấn đề và nhu cầu về sự hiện diện vật lý hoặc thao tác thủ công. Kết quả là:

- Không có kỹ năng nào trong số hơn 2.800 kỹ năng được đánh giá là có “khả năng rất cao” bị thay thế bởi thể hệ GenAI hiện tại.

- Khoảng 69% các kỹ năng được kiểm tra được xác định là có “khả năng rất thấp” hoặc “khả năng thấp” bị thay thế. Điều này cho thấy GenAI hiện vẫn còn hạn chế trong việc thực hiện các tác vụ đòi hỏi thao tác vật lý, sự đánh giá mang tính phức tạp hoặc ứng dụng thực tế. Các kỹ năng dựa trên sự tương tác giữa con người với con người, như sự đồng cảm, lắng nghe tích cực và khả năng xử lý về cảm giác [1] ít có khả năng bị AI thay thế.

Hai là, trên cơ sở phân tích nhu cầu đào tạo kỹ năng dựa trên số liệu báo cáo hằng năm của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), yêu cầu về kỹ năng của doanh nghiệp, xu hướng đào tạo của các đại học lớn trên thế giới cho thấy nhu cầu đào tạo các kỹ năng cho sinh viên ngày càng nhiều. Riêng đối với Việt Nam, tiến trình hội nhập, hợp tác quốc tế ngày càng sâu rộng với các tổ chức, khu vực, các nền kinh tế lớn trên thế giới đòi hỏi rất lớn nguồn nhân lực chất lượng cao phải thành thực kỹ năng giao tiếp đa văn hóa, có tư duy toàn cầu để làm việc trong môi trường quốc tế.

Ba là, gần 20 năm qua, ý thức được tầm quan trọng của kỹ năng mềm đối với sự phát triển toàn diện của sinh viên, nhiều trường đại học đã đưa một số học phần kỹ năng mềm vào giảng dạy chính khóa. Tuy vậy, kết quả vẫn còn nhiều tồn tại, hạn chế. “Có đến 83% sinh viên tốt nghiệp ra trường bị đánh giá là thiếu kỹ năng mềm, 37% sinh viên ra trường không tìm được việc làm do không đáp ứng được nhu cầu về kỹ năng mềm [2]. Thậm chí, ngay tại cơ sở đào tạo hàng đầu của quốc gia mà thực trạng thiếu hụt kỹ năng mềm cũng rất trầm trọng. Năm 2019 - 2020, Viện Công nghệ Thông tin và Truyền thông (Đại học Bách khoa) đã lọc ra được 40 sinh viên xuất sắc để tham gia phỏng vấn làm việc cho công ty công nghệ của Hoa Kỳ song chỉ có 03 sinh viên khiến họ hài lòng cả về thuật toán, kỹ năng mềm và ngoại ngữ, còn lại người thì giỏi thuật toán thì kém tiếng Anh, được tiếng Anh thì kỹ năng mềm yếu, thậm chí không biết viết email, CV như thế nào [3]. Nguyên do của thực trạng này là bởi nhiều yếu tố. Trong đó, các cơ sở đào tạo vẫn chưa thực sự hoàn toàn đổi mới tư duy giáo dục truyền thống sang trang bị năng lực, phẩm chất, kỹ năng cho người học nên phần lý thuyết trong chương trình vẫn chiếm phần nhiều, phần vận dụng thực hành còn ít. Thời lượng các môn kỹ năng mềm ở các trường khối kỹ thuật thường ít, 02 tín chỉ và được đưa vào các môn học tự chọn, chứ không phải các môn học bắt buộc. Bộ phận giảng viên tham gia giảng dạy các kỹ năng mềm ở nhiều cơ sở giáo dục chưa được đào tạo bài bản; phần nhiều giảng viên tự nghiên cứu, tự đào tạo học phần mới mẻ này. Một khó khăn lớn khác là

nguồn ngân sách chi cho việc mở các chương trình đào tạo kỹ năng rất tốn kém trong khi học phí không thể tăng thêm [3]. Trong khi đó, mối liên kết giữa các cơ sở giáo dục đại học với các doanh nghiệp, công ty chưa thực sự chặt chẽ. Các doanh nghiệp, công ty chưa thể hiện đầy đủ trách nhiệm của mình trong việc hỗ trợ cho các cơ sở giáo dục đại học trong việc tham gia phát triển năng lực cho sinh viên, trong đó có việc đào tạo kỹ năng mềm. Còn về phía bản thân sinh viên, họ cũng bị áp lực về điểm số và bằng cấp có thể khiến họ tập trung quá nhiều vào việc học lý thuyết và chưa chú trọng đến việc phát triển kỹ năng mềm. Tóm lại, mặc dù trong chương trình đào tạo các trường đại học đều đã bổ sung tên một số học phần kỹ năng mềm song thực tế do nhiều nguyên nhân mà phần đa sinh viên chưa được cung cấp, hỗ trợ đủ để có cơ hội thực hành, phát triển kỹ năng quan trọng này để đáp ứng nhu cầu của xã hội.

Bốn là, hiện nay, những cơ sở giáo dục đại học hàng đầu của Việt Nam như hai Đại học Quốc gia, Đại học Bách khoa, Đại học Kinh tế Quốc dân.... đã nhanh chóng xây dựng chương trình đào tạo kỹ năng mềm cho sinh viên một cách tổng thể, bài bản và truyền thông về chương trình này, coi đó là một ưu thế để khẳng định khả năng đáp ứng nhu cầu xã hội đối với người học cũng như các doanh nghiệp, tập đoàn sử dụng lao động trong bối cảnh mới..

Như vậy, trong kỷ nguyên phát triển của đất nước diễn ra trong bối cảnh của kỷ nguyên số trên toàn cầu đặt ra yêu cầu rất cao về chất lượng nguồn nhân lực. Người lao động phải đảm bảo có trình độ chuyên môn nghề nghiệp (kỹ năng cứng) lẫn năng lực kỹ năng mềm. Trong thời gian qua, trang bị kỹ năng mềm cho sinh viên đã được các cơ sở giáo dục đại học quan tâm song do nhiều yếu tố tác động mà kết quả còn hạn chế, chưa đáp ứng được nhu cầu của xã hội. Do đó, trong bối cảnh mới, một yêu cầu cấp thiết là các cơ sở giáo dục đại học cần phải đẩy mạnh phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên.

2.2. Những kỹ năng cần thiết cần đẩy mạnh đào tạo cho sinh viên trong kỷ nguyên số

Đến nay, Bộ Giáo dục và Đào tạo mới ban hành các tiêu chuẩn chất lượng giáo dục đại học, bao gồm các yêu cầu về năng lực và kỹ năng cho sinh viên tốt nghiệp. Tuy nhiên, chưa có một khung tiêu chuẩn riêng biệt và toàn diện về kỹ năng mềm cho sinh viên ở tất cả các ngành học. Trong thời gian qua, các trường đại học và cao đẳng ở Việt Nam thường tự xây dựng và triển khai các môn học đào tạo kỹ năng mềm cho sinh viên. Tuy nhiên, hiện nay, trong bối cảnh kỷ nguyên số, với sự phát triển khoa học công nghệ cùng với đó là sự biến động khôn lường trên tất cả các lĩnh vực, trong đó sự thay đổi về việc làm, sự tác động của các thiết bị số tới mỗi quan hệ, tương tác của con người ở tốc độ chóng mặt đang đặt ra cho giáo dục đào tạo nói chung, đào tạo đại học nói riêng những thay đổi lớn về mục tiêu. Khi công cụ tìm kiếm thông minh và hỗ trợ của các phần mềm AI khiến mọi người không cần biết trước quá nhiều tri thức chưa cần và có thể tương lai là vô dụng mà chúng ta cần nắm được cách biết tìm tri thức, biết cách xử lý kịp thời các vấn đề xảy đến với ta [4]. Trường đại học không thể đáp ứng nhu cầu “học để biết”, “học để làm” nữa mà phải chuyển sang phải dạy cho sinh viên “học để biết cách

biết”, “học để biết cách làm”, biết cách chuyển đổi, thích nghi trong thế giới biến động nhanh. Khi thế giới phẳng, học không chỉ để chung sống với người khác mà còn kết nối với người khác; học không chỉ để khẳng định bản thân mà phải liên tục phát triển bản thân. Với cách tiếp cận như vậy, chương trình đào tạo sinh viên vừa đảm bảo những năng lực cốt lõi (năng lực tự học, năng lực kết nối và năng lực sáng tạo), vừa đảm bảo trang bị bộ kỹ năng mềm tương thích là hết sức cần thiết. Dưới đây là các kỹ năng thiết yếu cần trang bị cho sinh viên trong kỷ nguyên số.

Kỹ năng tự học: trong xã hội phát triển, đây là kỹ năng rất quan trọng đối với mỗi người nói chung đặc biệt là sinh viên. Điều này được Nghị quyết Hội nghị lần thứ hai Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII yêu cầu cần phát huy mạnh mẽ tinh thần tự học, bảo đảm thời gian tự học, tự nghiên cứu cho mọi người và “Phát triển mạnh phong trào tự học, tự đào tạo thường xuyên và rộng khắp trong toàn dân nhất là trong thanh niên” [5]. Nghị quyết số 29-NQ/TW về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo xác định yêu cầu đối với giáo dục đại học là tập trung đào tạo nhân lực trình độ cao, bồi dưỡng nhân tài, phát triển phẩm chất và năng lực tự học, tự làm giàu tri thức, sáng tạo của người cơ sở giáo dục đại học do hạn hẹp về nguồn ngân sách và sự liên kết với các doanh nghiệp, công ty, cơ sở sản xuất, kinh doanh chưa thực chất nên khó khăn trong việc tự học [6]. Trong kỷ nguyên số, năng lực tự học, tự học chủ động, tự học sáng tạo trở thành một yếu tố then chốt, là nền tảng để giúp thế hệ thanh niên Việt Nam vững vàng trên con đường tiếp thu tri thức và hoàn thiện bản thân [7].

Kỹ năng tư duy phản biện: trong kỷ nguyên số, với sự phát triển của AI, trước lượng thông tin khổng lồ, những lập luận sai lệch, thủ thuật ngôn từ và định kiến nhận thức có thể bị lạm dụng để gây ảnh hưởng xấu hoặc lôi kéo sự quan tâm của mọi người thì kỹ năng tư duy phản biện sẽ giúp con người nhận biết, giải mã các vấn đề phức tạp, xác định những vấn đề cốt lõi, thách thức các giả định và tìm ra giải pháp là lợi thế của tư duy phản biện [8]. Đây là kỹ năng quan trọng tạo nên năng lực sáng tạo của người học; cội nguồn của sự khai phóng tư tưởng, dân chủ, phát triển xã hội mà ở đó đội ngũ trí thức có sứ mệnh dẫn dắt. Vì thế, kỹ năng này phải được trang bị thành thực cho sinh viên.

Kỹ năng giao tiếp: một trong những mục tiêu của sự học là để chung sống, kết nối với người khác. Hiện nay, các bạn trẻ sử dụng thường xuyên các thiết bị điện tử trên các nền tảng số để học tập, làm việc, giao tiếp đã dẫn tới hai hiện trạng: ít và ngại giao tiếp với nhau trực tiếp song cũng lúng lúng khi giao tiếp, ứng xử trên không gian mạng. Trong bối cảnh đất nước hội nhập quốc tế sâu rộng, sinh viên có cơ hội học tập, nghiên cứu khoa học, thực hiện các dự án với các sinh viên, các nhà nghiên cứu ở nhiều địa phương, nhiều quốc gia khác nhau. Sau khi tốt nghiệp, họ có thể làm việc trong các tập đoàn, doanh nghiệp quốc tế có môi trường đa văn hóa. Vì thế, việc trang bị kỹ năng giao tiếp cơ bản, kỹ năng giao tiếp đa văn hóa (tức là kỹ năng giao tiếp trong môi trường có các cá nhân đến từ nhiều nền văn hóa khác nhau) để họ tự tin tương tác, kết nối hiệu quả với giáo viên, bạn học, đồng nghiệp, cộng sự là hết sức cần thiết.

Kỹ năng làm việc nhóm: trong thế giới mà lượng thông

tin khổng lồ, các vấn đề lớn, phức tạp song cần có phương án giải quyết tối ưu, nhanh chóng, do đó làm việc nhóm là cách thức sử dụng và quản lý nguồn nhân lực hiệu quả tại các doanh nghiệp, công ty trên toàn cầu. Theo đó, kỹ năng làm việc nhóm là một trong những kỹ năng quan trọng bậc nhất mà bất kỳ đơn vị tuyển dụng nào cũng yêu cầu ở người lao động bởi những lợi ích của nó mang lại. Vì thế, đây là kỹ năng mà sinh viên cần phải được trang bị để sẵn sàng đáp ứng nhu cầu của xã hội.

Kỹ năng giải quyết vấn đề: trong quá trình học tập, nghiên cứu, trưởng thành và công tác trong một bối cảnh thế giới biến động nhanh chóng, phức tạp, mỗi cá nhân sẽ phải đối mặt với nhiều tình huống, nhiều vấn đề phức tạp mà mình phải tự giải quyết. Kỹ năng giải quyết vấn đề là khả năng xác định, phân tích vấn đề và vận dụng các nguyên lý để lựa chọn giải pháp tối ưu một cách linh hoạt. Đây là một kỹ năng mềm quan trọng để phát triển năng lực sáng tạo, năng lực thích ứng cho người học.

Kỹ năng kỹ thuật số: cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 với nhiều vai trò của AI, Internet of Things - Internet vạn vật, Big Data - Dữ liệu lớn hay Cloud Computing - Điện toán đám mây... hỗ trợ con người trong mọi hoạt động công việc. Những kỹ năng để làm việc trong môi trường kỷ nguyên số trở thành một điều kiện tiên quyết khi các doanh nghiệp, tổ chức lựa chọn nhân sự. Cũng theo Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF), một nửa lực lượng lao động toàn cầu sẽ cần phải đào tạo lại kỹ năng vào năm 2025. Hệ quả tất yếu là người lao động phải được trang bị kỹ năng kỹ thuật số. Đó là khả năng nghiên cứu độc lập trên Internet; quen thuộc với những công cụ và nền tảng công nghệ phổ biến; thích nghi và thấu hiểu những công nghệ mới [9].

Trên đây là các kỹ năng thiết yếu cần trang bị cho sinh viên trong bối cảnh kỷ nguyên số. Nó được xác định dựa trên căn cứ về mục tiêu giáo dục đại học hướng tới phát triển năng lực, phẩm chất, kỹ năng cho người học. Tùy từng mục tiêu khác nhau mà các chương trình đào tạo của mỗi trường, mỗi ngành bổ sung các kỹ năng khác như kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng giải quyết xung đột, kỹ năng đàm phán, kỹ năng quản lý cảm xúc, kỹ năng ảnh hưởng xã hội...

2.3. Các biện pháp đẩy mạnh phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cần sự chung tay của nhiều chủ thể tham gia trực tiếp vào quá trình đào tạo, bao gồm cơ sở giáo dục đại học, giảng viên, sinh viên và các doanh nghiệp, công ty. Mỗi chủ thể có vai trò khác nhau, song tựu trung lại vai trò của cơ sở giáo dục đại học gắn với tập thể người đứng đầu của cơ sở đó là quan trọng nhất. Từ kinh nghiệm của một số cơ sở giáo dục đại học và trên cơ sở phân tích đánh giá xu hướng phát triển của giáo dục đại học, bài viết gợi mở các giải pháp để nâng cao chất lượng đào tạo kỹ năng mềm cho sinh viên trong bối cảnh mới:

Tập thể lãnh đạo, quản lý của cơ sở giáo dục đại học phải thống nhất nhận thức trong quyết tâm chuyển đổi thực chất tư duy, triết lý giáo dục từ trang bị kiến thức sang phát triển năng lực, kỹ năng, phẩm chất của người học; hướng đến sự phát triển bền vững; chất lượng đào tạo, khả năng đáp ứng nhu cầu xã hội là yếu tố quan trọng nhất tạo nên

thương hiệu của nhà trường.

Các cơ sở giáo dục cần xây dựng chương trình đào tạo kỹ năng mềm trong tổng thể chương trình nâng cao chất lượng sinh viên chung với hệ thống giải pháp đồng bộ, thực chất để phát triển năng lực, phẩm chất và kỹ năng cho sinh viên, chú trọng phát triển các kỹ năng mềm.

Thường xuyên rà soát chương trình đào tạo trên cơ sở nắm bắt xu thế, yêu cầu của xã hội để chỉnh sửa, bổ sung những chương trình hiện hành không còn phù hợp đồng thời xây dựng thêm những ngành nghề đào tạo mới. Trong chương trình cần phải đưa các học phần kỹ năng mềm thiết yếu vào đào tạo ngay từ những năm đầu theo hướng bắt buộc để sinh viên có nhận thức tầm quan trọng của kỹ năng mềm và ý thức trau dồi nó trong suốt quá trình học tập.

Đầu tư phát triển các nhóm cán bộ quan trọng của cơ sở giáo dục đại học, gồm: nhóm lãnh đạo, quản lý và nhóm giảng viên. Trong đó chú trọng đến bộ phận giảng viên trực tiếp giảng dạy các học phần kỹ năng mềm theo hướng chuyên nghiệp, thành thực chuyên môn và có kinh nghiệm thực tế.

Đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị, hệ sinh thái để các tổ chức của sinh viên như Đoàn Thanh niên, Hội sinh viên, các câu lạc bộ sinh viên có không gian thực hiện các hoạt động tập thể; hoặc xây dựng các mô hình trải nghiệm các tình huống ảo cho sinh viên.

Các cơ sở giáo dục đại học phải đẩy mạnh mối liên kết với doanh nghiệp, công ty để kiến tạo môi trường thực hành các chuyên môn đào tạo và kỹ năng mềm cho sinh viên.

Tuyên truyền, phổ biến cho sinh viên nhận thức sâu sắc được tầm quan trọng của kỹ năng mềm trong tổng thể phát triển năng lực, phẩm chất của người lao động trong bối cảnh mới.

3. Kết luận

Như vậy, bài viết đã chỉ ra sự cần thiết của việc các cơ sở giáo dục đại học cần phải đẩy mạnh việc phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên dựa trên những căn cứ từ thực tiễn của đất nước về nguồn nhân lực chất lượng cao trong kỷ nguyên phát triển; từ những tác động của kỷ nguyên số và trí tuệ nhân tạo đang diễn ra; từ những tồn tại, hạn chế trong

công tác đào tạo kỹ năng mềm thời gian qua. Đồng thời, dựa trên nhu cầu của xã hội, bài viết xác định những kỹ năng cần thiết, cốt lõi cần phải trang bị cho sinh viên trong kỷ nguyên số và gợi mở các biện pháp để đẩy mạnh việc phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] “*Báo cáo Tương lai việc làm năm 2025: Cơ hội và Thách thức*”, <https://ocd.vn/tuong-lai-viec-lam-nam-2025-co-hoi-va-thach-thuc/>, Last updated on 21 January, 2025.

[2] *Người trẻ thiếu kỹ năng mềm chứ không phải kiến thức cơ bản (phần 2)*, <https://hvpnvu.edu.vn/cat-cong-tac-sinh-vien/sinh-vien-vwa/nguoi-tre-thieu-ky-nang-mem-chu-khong-phai-kiem-thuc-co-ban-phan-2/>, ngày đăng 06/04/2022.

[3] *Nhà tuyển dụng chê sinh viên thiếu kỹ năng mềm*, <https://vnexpress.net/nha-tuyen-dung-che-sinh-vien-thieu-ky-nang-mem-3996146.html>.

[4] Hoàng Văn Kiêm, “*Đã đến lúc thay đổi mục tiêu học tập của UNESCO: Học không phải để biết?*”, <https://thanhnien.vn/da-den-luc-thay-doi-muc-tieu-hoc-tap-cua-unesco-hoc-khong-phai-de-biet-1851524299.htm>, 23/11/2022 08:15 GMT+7.

[5] “*Nghị quyết Hội nghị lần thứ hai Ban Chấp hành Trung ương Đảng (khóa VIII) về định hướng chiến lược phát triển giáo dục - đào tạo trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá và nhiệm vụ đến năm 2000*”, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/van-kien-tu-lieu-ve-dang/hoi-nghi-bch-trung-uong/khoa-viii/nghi-quyet-hoi-nghi-lan-thu-hai-ban-chap-hanh-trung-uong-dang-khoa-viii-ve-dinh-huong-chien-luoc-phat-trien-giao-duc-666>.

[6] “*Nghị quyết hội nghị Trung ương 8 khóa XI, Về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo*” <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/nghi-quyet-29-nq-tw-nam-2013-doi-moi-can-ban-toan-dien-giao-duc-dao-tao-hoi-nhap-quoc-te-212441.aspx>.

[7] Phi Long, *Xây dựng năng lực tự học trong kỷ nguyên số*, <https://vtv.vn/giao-duc/xay-dung-nang-luc-tu-hoc-trong-ky-nguyen-so-20241113212508031.htm>, Thứ năm, ngày 14/11/2024 09:04 GMT+7.

[8] Nord Anglia, *Tư duy phản biện là gì? Tại sao học sinh cần rèn luyện tư duy phản biện?*, <https://www.nordangliaeducation.com/vi/bvis-hanoi/news/2024/02/22/why-is-critical-thinking-important#:~:text=T%E1%BA%A1i%20sao%20t%C6%B0%20duy%20ph%E1%BA%A3n%20bi%E1%BB%87n%20l%E1%BA%A1i%20quan%20tr%E1%BB%8Dng%3F&text=%C4%90%E1%BB%83%20r%C3%A8n%20luy%E1%BB%87n%20k%E1%BB%B9%20n%C4%83ng,duy%20ph%E1%BA%A3n%20bi%E1%BB%87n%20nh%E1%BA%A1y%20b%C3%A9n>, ngày đăng 23 Tháng Hai, 2024.

[9] *3 kỹ năng công nghệ số quan trọng bạn cần tự trang bị*, <https://vnexpress.net/nha-tuyen-dung-che-sinh-vien-thieu-ky-nang-mem-3996146.html>.

Thông tin về tác giả



Đặng Thị Thanh Trâm

- Từ 1995 – 1999: Sinh viên Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Năm 2016: Tiến sỹ Lịch sử Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên chính Khoa Lý luận chính trị, Trường Đại học Mở - Địa chất.
- Lĩnh vực quan tâm: Lịch sử Việt Nam; phát triển các kỹ năng mềm.
- Điện thoại: 0982627583.

ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC SỐ Ở CẤP ĐỘ CÁ NHÂN TRONG BỐI CẢNH TRUYỀN THÔNG MỚI

PROPOSED SOLUTIONS TO IMPROVE DIGITAL LITERACY AT THE INDIVIDUAL LEVEL IN THE NEW MEDIA CONTEXT

Huỳnh Thị Kim Uyên

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Huỳnh Thị Kim Uyên

Ho Chi Minh City University of Social Sciences and Humanities; huynhkimuyen3007@gmail.com

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Huỳnh Thị Kim Uyên (email: huynhkimuyen3007@gmail.com)*

Tóm tắt - Trong bối cảnh truyền thông mới, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số và việc gia tăng sử dụng các công cụ số đã tạo ra một nhu cầu cấp thiết về khả năng sử dụng công nghệ một cách hiệu quả. Khái niệm về "năng lực số" (Digital Literacy) đã trở thành một yếu tố quan trọng trong việc xác định khả năng của cá nhân trong việc tiếp nhận, sử dụng và tạo ra thông tin số. Trong bối cảnh đó, các khái niệm và định nghĩa về năng lực số đã liên tục phát triển để phản ánh sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ và những yêu cầu ngày càng cao của xã hội. Dựa trên các quan điểm của các học giả trên thế giới và ở Việt Nam, bài nghiên cứu làm rõ hơn về năng lực số, khung đánh giá năng lực số và đề xuất một số giải pháp khả thi trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam. Đặc biệt, nhằm đơn giản hoá khung năng lực để mỗi người có thể dễ dàng áp dụng, bài nghiên cứu đã đề xuất sử dụng ba cấp độ năng lực số của Martin & Grudziecki, từ đó, đưa ra năm khả năng để đáp ứng các cấp độ trên.

Từ khóa - Năng lực số; truyền thông mới; khung đánh giá; cá nhân; công nghệ.

1. Đặt vấn đề

Bước vào kỷ nguyên mới - kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, mỗi cá nhân đều cần phải trang bị cho bản thân những năng lực số cần thiết để hướng đến sự phát triển chung của đất nước. Truyền thông mới hiện nay là một trong những vấn đề nghiên cứu được nhiều học giả quan tâm bởi tác động to lớn của nó. Là một phần của phương tiện truyền thông đại chúng, các phương tiện truyền thông mới dựa trên các công nghệ kỹ thuật số như phương tiện truyền thông xã hội, trò chơi và ứng dụng trực tuyến, đa phương tiện, ứng dụng năng suất, điện toán đám mây, hệ thống tương tác và thiết bị di động [1]. Với sự phát triển của công nghệ web và việc truy cập vào công nghệ số và Internet, truyền thông số đã trở thành yếu tố trung tâm của 'Thế hệ mạng' (Net Generation). Vì vậy thuật ngữ phù hợp nhất để mô tả sự tiến hóa công nghệ này là năng lực số (Digital Literacy) [12].

Định nghĩa về năng lực số đã được nhiều tác giả và tổ chức khác nhau đề xuất, đưa ra một cách tiếp cận riêng biệt nhưng đều nhấn mạnh vào khả năng sử dụng công nghệ một cách hiệu quả và có tư duy phê phán. Rõ ràng, số hóa đã có tác động sâu sắc đến nền tảng công nghệ, kinh tế và xã hội của báo chí và thay đổi các kỹ năng và quy trình làm việc theo nhiều cách [6].

Glister là người đầu tiên đưa ra khái niệm này, định

Abstract - In the context of new media, the rapid development of digital technology and the increasing use of digital tools have created an urgent demand for the ability to use technology effectively. The concept of "Digital Literacy" has become a crucial factor in determining an individual's ability to access, use, and create digital information. In this context, the concepts and definitions of digital literacy have continuously evolved to reflect the rapid changes in technology and the growing demands of society. Based on the perspectives of scholars from around the world and Vietnam, this study clarifies the concept of digital literacy, digital literacy assessment frameworks, and proposes several feasible solutions in the context of digital transformation in Vietnam. Specifically, in order to simplify the framework of digital literacy for easy application by individuals, the study suggests using the three levels of digital literacy as proposed by Martin, A., & Grudziecki, J., and from there, outlines five key competencies to address these levels.

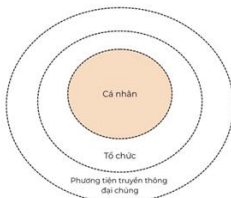
Keywords - Digital Literacy; new Media; assessment framework; individuals; technology.

nghĩa năng lực số là khả năng hiểu và sử dụng thông tin ở nhiều định dạng khác nhau qua máy tính. Ủy ban Châu Âu (European Commission) định nghĩa năng lực số là khả năng sử dụng ICT (Information & Communications Technologies - Công nghệ thông tin và truyền thông) và Internet để sáng tạo và khởi nghiệp trong xã hội thế kỷ XXI [13]. Hay UNESCO định nghĩa năng lực số là "khả năng truy cập, quản lý, hiểu, kết hợp, giao tiếp, đánh giá và sáng tạo thông tin một cách an toàn và phù hợp thông qua công nghệ số để phục vụ cho các công việc từ đơn giản đến phức tạp cũng như khởi nghiệp. Năng lực số là tổng hợp của năng lực sử dụng máy tính, năng lực công nghệ thông tin, năng lực thông tin và năng lực truyền thông" [8].

Theo Martin và Grudziecki, năng lực số là nhận thức, thái độ và khả năng của cá nhân trong việc sử dụng hợp lý các công cụ và tiện ích số để xác định, truy cập, quản lý, tích hợp, đánh giá, phân tích và tổng hợp các nguồn tài nguyên số, xây dựng kiến thức mới, tạo ra các phương tiện truyền thông và giao tiếp với người khác, trong bối cảnh các tình huống cụ thể của cuộc sống, để cho phép hành động xã hội mang tính xây dựng và đề suy ngẫm về quá trình này [9]. Cùng với đó, dự án DigEuLit đề xuất một định nghĩa toàn diện về năng lực số bao gồm nhận thức, thái độ và khả năng sử dụng các công cụ kỹ thuật số để đạt được mục tiêu trong cuộc sống [2].

Có rất nhiều khung năng lực số được đề xuất ở trên thế giới nói chung và ở Việt Nam nói riêng [6]. Theo Heitin, nhóm năng lực số chia thành các cụm sau: (a) tìm kiếm và tiêu thụ nội dung số; (b) tạo nội dung số; (c) giao tiếp hoặc chia sẻ nội dung số [10]. Nhóm nghiên cứu của Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội về năng lực số 2022 (DigiLit 1.0) do Đỗ Văn Hùng chủ biên và các cộng sự cũng đã đề xuất một mô hình khung năng lực số cho sinh viên gồm 07 nhóm năng lực với 26 tiêu chuẩn [7] hoặc Thông tư số 02/2025/TT-BGDĐT ngày 24/01/2025 quy định Khung năng lực số cho người học gồm 06 miền năng lực với 24 năng lực thành phần, được chia thành 04 trình độ từ cơ bản đến chuyên sâu theo 08 bậc [11]. Điểm chung của hầu hết các khung năng lực này đều nhấn mạnh đến khả năng sử dụng công nghệ số một cách hiệu quả và có tư duy phê phán để tìm kiếm, đánh giá, quản lý, tạo và chia sẻ thông tin, cũng như tham gia vào các hoạt động trực tuyến một cách an toàn và có trách nhiệm. Tuy nhiên, mỗi khung năng lực đều đưa ra rất nhiều miền, phạm vi và cách đánh giá tùy thuộc vào bối cảnh thực tế tại quốc gia nghiên cứu. Một số khung năng lực số trở nên phức tạp, chi tiết, nhiều bước và khó nắm bắt thực hiện khi áp dụng vào bối cảnh thực tiễn tại Việt Nam.

Cùng với đó, nội lực (agency) đề cập đến các quyết định của cá nhân để tuân thủ hoặc thách thức các quy tắc hoặc thông lệ của một tổ chức xã hội. Các nhà xã hội học tin rằng cá nhân có thể đưa ra lựa chọn và những lựa chọn này có thể có những hậu quả quan trọng. Vì vậy, trước khi xem xét các yếu tố như tổ chức hay xã hội hoặc các thể chế xã hội thì chúng ta cần hiểu rõ ở cấp độ cá nhân, năng lực số có vai trò như thế nào trong việc hình thành khả năng nhằm tuân thủ hoặc thách thức các quy tắc hoặc thông lệ của một tổ chức xã hội [1].



Hình 1. Mô hình trao đổi xã hội [1]

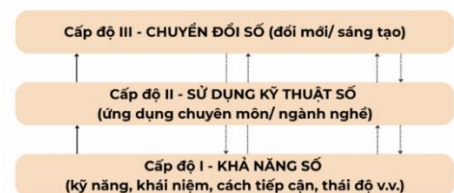
Bài nghiên cứu sẽ trả lời cho câu hỏi rằng cá nhân cần có năng lực số như thế nào để đáp ứng với sự phát triển của truyền thông mới như hiện nay, đặc biệt là ở bối cảnh Việt Nam.

Từ các nghiên cứu của các chuyên gia về lĩnh vực xã hội học, truyền thông và thông tin, bài viết đưa ra một định nghĩa về năng lực số ở cấp độ cá nhân như sau: năng lực số là khả năng nhận diện, hiểu biết và vận dụng thông tin ở nhiều định dạng từ nhiều nguồn khác nhau trong môi trường truyền thông mới. Người có năng lực số phải đảm bảo cả ba yếu tố về kiến thức, kỹ năng và thái độ trong cách nhận diện, hiểu biết và vận dụng theo từng cấp độ cụ thể từ khả năng số đến sử dụng kỹ thuật số và chuyển đổi số.

2. Mô hình ba cấp độ năng lực số cho cá nhân của Martin và Grudziecki trong bối cảnh truyền thông mới tại Việt Nam

Khung lý thuyết về năng lực số (Literacy) tùy theo mỗi trường hợp để thích ứng với từng môi trường và bối cảnh khác nhau [12]. Rõ ràng trong các nghiên cứu là có sự chồng chéo đáng kể giữa các trình độ năng lực được nêu ở trên. Trong một số trường hợp, định nghĩa về các năng lực hay hiểu biết khác nhau gần như giống hệt nhau và chỉ khác nhau về các hướng, do con đường của chúng từ các trọng tâm kỹ thuật số và ý thức của chúng về mối quan tâm của cộng đồng cụ thể mà chúng đã phát triển để phục vụ. Một phần của sự hội tụ cũng bao gồm sự phát triển của các trình độ đọc viết từ trọng tâm kỹ năng thông qua trọng tâm ứng dụng hướng đến mối quan tâm với phê bình, phản ánh và phán đoán và việc xác định các khả năng hoặc quy trình nhận thức chung hoặc siêu kỹ năng. Theo cách này, các trình độ kỹ thuật số tự xác định là liên quan đến việc áp dụng các khả năng phản biện và phản ánh tương tự trong các lĩnh vực hoạt động hơi khác nhau.

Có ba góc độ được đề xuất liên quan đến sự phát triển của năng lực số trong dự án DigEuLit được đề xuất bởi Martin và Grudziecki bao gồm: Khả năng số (Digital Competence); Sử dụng kỹ thuật số (Digital Usage) và Chuyển đổi số (Digital Transformation) được miêu tả trong Hình 2 [2].



Hình 2. Mô hình ba cấp độ năng lực số của Martin và Grudziecki [2]

Cấp độ thứ nhất - Khả năng số (Digital Competence).

Đây là nền tảng của hệ thống, bao gồm một loạt các chủ đề, từ kỹ năng nhận biết trực quan và kỹ năng thao tác cơ bản đến các cách tiếp cận mang tính phê phán, đánh giá và khái niệm hơn, đồng thời bao gồm cả thái độ và nhận thức. Khả năng số là những kỹ năng, kiến thức và thái độ cơ bản cần thiết để sử dụng các công cụ và tài nguyên kỹ thuật số.

Cấp độ thứ hai - Sử dụng kỹ thuật số (Digital Usage).

Đây là cấp độ trung tâm và quan trọng, đề cập đến việc áp dụng năng lực số trong các bối cảnh chuyên môn hoặc lĩnh vực cụ thể. Người dùng vận dụng các năng lực số phù hợp và các yếu tố đặc trưng cho ngành nghề, lĩnh vực hoặc bối cảnh cuộc sống khác. Việc sử dụng số được định hình bởi yêu cầu của tình huống và gắn liền với hoạt động của cộng đồng chuyên môn hoặc lĩnh vực được biểu thị trong sơ đồ Hình 3.

Nhiệm vụ hoặc vấn đề phát sinh từ các tình huống trong cuộc sống cá nhân, có thể liên quan đến công việc, học tập, giải trí hoặc bất kỳ lĩnh vực nào khác. Để thực hiện nhiệm vụ hoặc giải quyết vấn đề, cá nhân cần xác định các yêu cầu về năng lực. Sau đó, họ có thể tiếp cận và phát triển các kỹ năng số cần thiết thông qua các phương pháp học tập phù hợp và được ưa chuộng. Từ đó, các tác động sẽ được thể hiện ngược lại bởi các biểu hiện của hành động xã hội.



Hình 3. Năng lực số trong hành động [2]

Cấp độ thứ ba - Chuyển đổi số (Digital Transformation). Đây là giai đoạn cuối cùng, đạt được khi việc sử dụng số đã phát triển cho phép đổi mới và sáng tạo, đồng thời kích thích những thay đổi đáng kể trong lĩnh vực chuyên môn hoặc tri thức. Sự thay đổi này có thể xảy ra ở cấp độ cá nhân, nhóm hoặc tổ chức. Mặc dù nhiều người có năng lực số có thể đạt đến trình độ chuyển đổi, nhưng đây không phải là điều kiện bắt buộc để được coi là có năng lực số.

3. Một số đề xuất nâng cao năng lực số cho cá nhân trong bối cảnh truyền thông mới tại Việt Nam

Đối với tình hình ở Việt Nam - quốc gia đang trong quá trình chuyển mình mạnh mẽ, chuyển đổi số trên mọi lĩnh vực, từ thương mại điện tử, tài chính, đến giáo dục và y tế, công nghệ... đã và đang thay đổi cách thức vận hành, mang lại hiệu quả cao hơn và trải nghiệm tốt hơn cho người dân [16]. Với đặc tính lan truyền nhanh chóng, sự hội tụ và khả năng tương tác, các công nghệ truyền thông mới thúc đẩy một sân chơi bình đẳng toàn cầu trên nền tảng trực tuyến [14]. Điều này cũng mở ra cơ hội và thách thức cho mỗi cá nhân trong việc nâng cao năng lực số đáp ứng với sự biến đổi không ngừng của bối cảnh mới - một kỷ nguyên trong đó sự khác biệt giữa trực tuyến và ngoại tuyến, thực và ảo, đang trở nên mờ nhạt, nếu không muốn nói là dần bị xóa bỏ [15]. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại những thách thức lớn tạo ra rào cản đối với tiến trình chuyển đổi số tại Việt Nam hiện nay chẳng hạn như sự chênh lệch về năng lực số giữa các nhóm đối tượng, đặc biệt là giữa khu vực thành thị và nông thôn, giữa các nhóm ngành nghề và trình độ học vấn khác nhau. Bên cạnh đó, hạn chế trong hạ tầng công nghệ, thiếu hụt nguồn nhân lực có chuyên môn, cũng như tâm lý e ngại thay đổi trong một bộ phận cán bộ, giáo viên, người học khiến cho làm chậm quá trình tiếp cận và triển khai hiệu quả các giải pháp chuyển đổi số trong thực tiễn.

Để đạt được mục tiêu chuyển đổi số toàn diện, đưa Việt Nam tiến vào kỷ nguyên mới, mỗi cá nhân cũng cần trau dồi khả năng phù hợp. Dựa vào ba cấp độ đã phân tích ở trên của Martin và Grudziecki và đặc thù bối cảnh chuyển đổi số ở nước ta hiện nay, chúng tôi đề xuất 05 khả năng chính sau đây:

Thứ nhất, người có năng lực số phải có khả năng tìm kiếm và quản lý thông tin số. Có nghĩa là người có năng lực số có khả năng tìm kiếm, thu thập, lưu trữ, tổ chức và quản lý thông tin từ nhiều môi trường kỹ thuật số khác nhau. Khả năng tìm kiếm thông tin trực tuyến được xem là một trong những thành tố nền tảng của năng lực số, vốn đã được Gilster đề cập từ giai đoạn khởi đầu của khái niệm này. Năng lực này bao gồm việc sử dụng thành thạo các công cụ tìm kiếm, cơ sở dữ liệu và các nền tảng trực tuyến

nhằm định vị và truy xuất thông tin phù hợp với mục tiêu cụ thể. Bên cạnh đó, cá nhân có năng lực số còn cần biết cách tổ chức, sắp xếp và quản lý hiệu quả khối lượng lớn thông tin kỹ thuật số trong bối cảnh dữ liệu ngày càng phong phú và đa dạng.

Thứ hai, người có năng lực số phải có khả năng đánh giá và phân tích thông tin số. Một người có năng lực số có thể diễn giải và trình bày thông tin, bao gồm khả năng tóm tắt, so sánh và đối chiếu thông tin từ các nguồn kỹ thuật số khác nhau. Bất cứ khi nào nhận được một thông điệp từ một phương tiện truyền thông đại chúng hoặc nội dung trên mạng xã hội, cá nhân có năng lực số sẽ tìm cách hiểu được chủ đích của thông điệp đó [17]. Một trong những năng lực cốt lõi của công dân số là khả năng đánh giá tính xác thực, mức độ phù hợp và giá trị của thông tin trong môi trường trực tuyến. Quá trình đọc không chỉ dừng lại ở việc tiếp nhận nội dung, mà còn bao hàm hoạt động hiểu và phân tích sâu - vốn là nền tảng cho tư duy phản biện. Năng lực này đóng vai trò then chốt trong việc sàng lọc, nhận diện và phản bác các dạng thông tin sai lệch, tin giả hoặc nội dung bị thao túng. Trong bối cảnh bùng nổ thông tin hiện nay, việc phát triển tư duy phản biện thông qua đọc hiểu có ý nghĩa thiết thực đối với việc hình thành và củng cố năng lực số của người học.

Thứ ba, người có năng lực số phải đáp ứng được khả năng sáng tạo và truyền đạt nội dung số. Năng lực số không chỉ dừng lại ở việc tiêu thụ thông tin mà còn bao gồm khả năng tạo ra nội dung mới bằng cách sử dụng thông tin đã tìm được. Kỹ năng giao tiếp và hợp tác kỹ thuật số là những yếu tố quan trọng của năng lực số [4]. Điều này có thể bao gồm việc viết văn bản, tạo hình ảnh, video hoặc các định dạng đa phương tiện khác. Đặc biệt, trong bối cảnh giáo dục tại Việt Nam, việc xây dựng các chương trình bồi dưỡng nhằm nâng cao năng lực số cho cả giáo viên và học sinh là hết sức cần thiết. Các hoạt động như tọa đàm chuyên đề, hội thảo (workshop) không chỉ góp phần khơi dậy động lực đổi mới, mà còn đóng vai trò là diễn đàn để tháo gỡ những khó khăn thực tiễn, chia sẻ kinh nghiệm và lan tỏa các thực hành hiệu quả trong việc thiết kế, sáng tạo cũng như truyền đạt nội dung số một cách tích cực và hiệu quả.

Thứ tư, người có năng lực số phải sử dụng thành thạo công nghệ kỹ thuật số. Để thực hiện các khả năng trên, người có năng lực số cần có các kỹ năng kỹ thuật và thủ tục để vận hành các thiết bị kỹ thuật số, sử dụng phần mềm và tương tác với các nền tảng trực tuyến. Điều này bao gồm các kỹ năng cơ bản như quản lý tệp, sử dụng các ứng dụng phổ biến và điều hướng môi trường trực tuyến. Việc đầu tư cho các chương trình hỗ trợ, hướng dẫn giáo viên tiếp cận với công nghệ cũng cần được quan tâm, tạo ra các cộng đồng hỗ trợ giáo viên trực tuyến, các chuyên đề hướng dẫn về kỹ năng công nghệ số ở các cấp độ năng lực khác nhau là một điều cần thiết để giảm đi áp lực cho giáo viên trong quá trình giảng dạy trong các cơ sở giáo dục ở Việt Nam [18].

Thứ năm, người có năng lực số có khả năng tham gia và ứng xử có trách nhiệm với môi trường số. Người có năng lực số không chỉ sử dụng công nghệ cho mục đích cá nhân mà còn có thể tham gia vào xã hội dân sự và đóng góp vào

một xã hội năng động và có hiểu biết. Từ đó, cá nhân tạo ra được môi trường số lành mạnh, nỗ lực chia sẻ và xem xét đến việc bảo vệ người khác trong môi trường trực tuyến. Ngoài ra, cần thiết xây dựng các bộ quy tắc ứng xử văn minh, lịch sự trên môi trường số cũng là một sáng kiến để áp dụng trong bối cảnh Việt Nam. Điều này có thể thay đổi nhận thức, tư duy về đạo đức sử dụng thông tin và công nghệ, hiểu biết về luật pháp kỹ thuật số và trách nhiệm, cũng như các quyền và nghĩa vụ kỹ thuật số.

Như vậy, việc trở thành một cá nhân có năng lực số không chỉ là việc học hỏi các công cụ kỹ thuật mà còn là quá trình phát triển tư duy sáng tạo và chiến lược. Mỗi khía cạnh này không chỉ yêu cầu những kỹ năng kỹ thuật mà còn đòi hỏi sự thích ứng nhanh với các xu hướng và công nghệ mới.

4. Kết luận và những gợi mở nghiên cứu


Từ ba góc độ khả năng số, sử dụng kỹ thuật số và chuyển đổi số cùng với năm năng lực được đưa ra, chúng ta có thể tiếp tục định hình được văn hoá số (digital culture) trong bối cảnh truyền thông mới tại Việt Nam. Bài nghiên cứu này dựa trên các tổng hợp tài liệu của các nhà nghiên cứu truyền thông, thông tin và xã hội để đưa ra một khung năng lực số phù hợp và đơn giản hơn với bối cảnh thực tế. Tuy nhiên, xu hướng truyền thông trực tuyến trong tương lai sẽ tiếp tục bùng nổ, đặc biệt là với việc áp dụng công nghệ AI để gợi ý nội dung phù hợp với sở thích cá nhân, mang đến trải nghiệm ngày càng cá nhân hóa [16]. Việc định khung năng lực số cần phải được xem xét ở nhiều góc độ kỹ lưỡng hơn và tiến tới tìm hiểu về năng lực hiểu biết về AI. Ngoài ra, tồn tại những khoảng trống như thiếu các dữ liệu định lượng để làm rõ các khả năng theo nhu cầu của đối tượng cụ thể nào đó hoặc thiếu dẫn chứng phỏng vấn sâu từ các chuyên gia tâm lý hay truyền thông để làm sâu sắc hơn vấn đề này. Trên đây là các nỗ lực nhằm đơn giản hoá khung năng lực số để dễ dàng áp dụng cho mỗi cá nhân tại Việt Nam. Với mong muốn sâu xa hơn, chúng tôi sẽ tiếp tục hình thành các mô hình, định khung lại những khái niệm cụ thể xoay quanh năng lực số và văn hoá số tại Việt Nam trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Rohlinger, Deana A. "Introduction: Understanding Social Institutions and Ourselves in a New Media Society". New Media and Society, New York, USA: New York University Press, 2019, trang 1 <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479859566.003.0004>.

- [2] Martin, A., and J. Grudziecki. "DigEuLit: Concepts and Tools for Digital Literacy Development." Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences, vol. 5, số 4, 2006, trang 249–267. <https://doi.org/10.11120/ital.2006.05040249>.
- [3] Reddy, P., K. Chaudhary, and S. Hussein. "A Digital Literacy Model to Narrow the Digital Literacy Skills Gap." Heliyon, vol. 9, 2023, e14878.
- [4] Tinmaz, H., H. F. Baber, M. Fanea-Ivanovici, and Y. T. Lee. "A Bibliometric Analysis of Digital Literacy Research and Emerging Themes Pre-During COVID-19 Pandemic." Smart Learning Environments, vol. 9, số 1, 2022, trang 21.
- [5] Gutiérrez-Ángel, N., J-N. Sánchez-García, I. Mercader-Rubio, J. García-Martín, and S. Brito-Costa. "Digital Literacy in the University Setting: A Literature Review of Empirical Studies between 2010 and 2021." Frontiers in Psychology, vol. 13, 2022, bài viết 896800. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.896800>.
- [6] Kirchhoff, S. (2021). Journalism Education's Response to the Challenges of Digital Transformation: A Dispositive Analysis of Journalism Training and Education Programs. Journalism Studies, 23(1), 108–130. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2004555>.
- [7] Vũ Thị Dung, Ngô Thị Huyền. "Mô Hình và Khung Kiến Thức Số." Tạp chí Thư viện Việt Nam, 2019, số 6, trang 27-33.
- [8] Đỗ Văn Hùng (Chủ biên), *Năng lực số (Sách chuyên khảo)*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2022.
- [9] Ala-Mutka, Kirsti. (2011), "Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding". 10.13140/RG.2.2.18046.00322.
- [10] Tinmaz, Hasan, et al, "A systematic review on digital literacy." Smart Learning Environments, vol. 9, số 21, 2022, trang 1-18, <https://doi.org/10.1186/s40561-022-00204-y>.
- [11] Bộ Giáo dục và Đào tạo (2025), "Thông tư số 02/2025/TT-BGDĐT của Bộ Giáo dục và Đào tạo: Quy định Khung năng lực số cho người học", 2025, <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=212648>, ngày truy cập 1/4/2025.
- [12] Reddy, Pritika, Bibhya Sharma, and Kaylash Chaudhary. "Digital Literacy: A Review of Literature." International Journal of Technoethics, vol. 11, 2020, trang 65-94. doi:10.4018/IJT.20200701.0a1.
- [13] Knobel, Michele. "Digital Literacy and Participation in Online Social Networking Spaces". 2008, https://www.academia.edu/3011380/Digital_literacy_and_participation_in_online_social_networking_spaces, truy cập ngày 30/3/2025.
- [14] Đỗ Thị Thanh Hà, "Phương tiện truyền thông mới - một thế giới thu nhỏ", Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, số 12/2021.
- [15] Chayko, Mary, "Techno-social Life: The Internet, Digital Technology, and Social Connectedness." Sociology Compass, vol. 8, số 7, 2014, trang 976–991. Wiley Online Library, <https://doi.org/10.1111/soc4.12190>.
- [16] Nguyễn Văn Cường, "Tổng quan về chuyển đổi số ở Việt Nam." Tạp chí Cộng sản, 13/1/ 2025, 22:28, www.tapchiconsan.org.vn, truy cập 2/4/2025.
- [17] Trương Văn Minh, "Văn hoá truyền thông", NXB ĐHQG-HCM, năm 2021, tr.213.
- [18] Vũ Thị Mai Hương, "Các tiêu chí đánh giá và định hướng phát triển năng lực số Cho Sinh Viên Sư phạm Việt Nam". Tạp Chí Giáo dục, vol 24, số 4, 2/2024, tr 1-6, <https://tcgd.tapchigiaoduc.edu.vn/index.php/tapchi/article/view/1474>.

Thông tin về tác giả

	<p>Huỳnh Thị Kim Uyên:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tốt nghiệp chuyên ngành Báo chí, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. - Học viên cao học ngành Báo chí học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. - Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Chuyên viên truyền thông. - Lĩnh vực quan tâm: báo chí, truyền thông, văn hoá truyền thông. - Điện thoại: 0935854596.
--	--

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CỦA TRUYỀN THÔNG VÀ GIÁO DỤC - ĐÀO TẠO TRONG THỜI ĐẠI SỐ

SOME SOLUTIONS TO IMPROVE THE EFFECTIVENESS OF COMMUNICATION AND EDUCATION & TRAINING IN THE DIGITAL AGE

Nguyễn Văn Thành

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Văn Thanh

University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University – Ho Chi Minh City;

thanhvietnamhoc@hcmussh.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Van Thanh (email: thanhvietnamhoc@hcmussh.edu.vn)*

Tóm tắt - Trong thời đại số hiện nay, truyền thông và giáo dục – đào tạo luôn giữ một vai trò rất quan trọng. Kỷ nguyên số mang lại những cơ hội to lớn cho truyền thông và giáo dục - đào tạo phát triển, đóng góp quan trọng vào sự tiến bộ của xã hội nhưng đồng thời nó cũng mang lại những thách thức không nhỏ cho cả truyền thông và giáo dục - đào tạo. Do vậy, cần có những giải pháp phù hợp để tận dụng những cơ hội và khắc phục vượt qua những thách thức, nâng cao hiệu quả của hoạt động truyền thông và giáo dục - đào tạo trong kỷ nguyên số hiện nay. Bài báo đề xuất một số giải pháp nhằm góp phần nâng cao hiệu quả của lĩnh vực truyền thông và giáo dục - đào tạo trong thời đại số hiện nay

Abstract - In the digital age today, communication and education and training play a very important role. Digital resources bring many opportunities for the development of communication and education and training, contributing significantly to the advancement of society, but they also pose challenges that hinder both communication and education and training. Therefore, it is essential to have appropriate solutions to exploit opportunities and overcome the challenges, enhancing the effectiveness of communication and education and training activities in this digital era. This article aims to propose some solutions aimed at enhancing the effective understanding of communication and education and training in the digital age

Từ khóa - Truyền thông; giáo dục và đào tạo; kỷ nguyên số; thách thức; giải pháp.

Keywords – Communication; education and training; digital ages; challenges; solutions.

1. Cơ sở lý luận và thực tiễn cho việc đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả của truyền thông và giáo dục – đào tạo trong thời đại số

1.1. Chính sách của Đảng và Nhà nước Việt Nam về phát triển giáo dục - đào tạo

Thế giới ngày nay đang chuyển vào kỷ nguyên số một cách nhanh chóng và mạnh mẽ, truyền thông và giáo dục - đào tạo đang ngày càng giữ vai trò vô cùng quan trọng đối với sự phát triển mọi mặt của đời sống xã hội. Kỷ nguyên số (KNS) đã và đang thay đổi mạnh mẽ cách thức truyền thông và giáo dục - đào tạo (GDĐT) trên toàn thế giới. KNS tạo ra những cơ hội to lớn nhưng đồng thời cũng đem đến những thách thức không nhỏ cho truyền thông và GDĐT. Vì vậy mỗi cơ sở GDĐT cần có những giải pháp phù hợp để phát huy những thuận lợi, vượt qua những thách thức đó để nâng cao hiệu quả hoạt động của mình trong KNS này. Nhận thức rõ vai trò “quốc sách hàng đầu” của GDĐT, Đảng, Chính phủ và Bộ Giáo dục - Đào tạo (Bộ GD&ĐT) đã sớm có những Nghị quyết, Quyết định, văn bản chỉ đạo, đề ra những chính sách, định hướng cho sự phát triển của sự nghiệp to lớn này. Các Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng các khóa đều có phần nội dung về phát triển sự nghiệp GDĐT. Để đáp ứng nhiệm vụ trong thời kỳ mới, ngày 04 tháng 11 năm 2013 Hội nghị Trung ương 8 Khóa XI của Đảng đã ban hành Nghị quyết số 29-NQ/TW về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo,

đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. Nghị quyết số 29-NQ/TW đã phân tích rõ tình hình và nguyên nhân của những thành tựu đạt được và những hạn chế của ngành GDĐT thời gian qua, đưa ra những quan điểm chỉ đạo, mục tiêu tổng quát, mục tiêu cụ thể, những nhiệm vụ, giải pháp cơ bản cho việc đổi mới căn bản, toàn diện GDĐT. Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng năm 2021 cũng xác định “Tiếp tục đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực, nhất là nhân lực chất lượng cao, trọng tâm là hiện đại hóa giáo dục, nâng cao chất lượng đào tạo để đáp ứng yêu cầu phát triển trong bối cảnh Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư và hội nhập quốc tế”. Ngày 25/02/2022 Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 131/QĐ-TTg về việc Phê duyệt Đề án “Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong GDĐT giai đoạn 2022-2025, định hướng đến năm 2030”. Ngày 30/12/2022 Bộ GD&ĐT có Quyết định số 4725/QĐ-BGDĐT Ban hành Bộ chỉ số đánh giá mức độ chuyển đổi số của cơ sở giáo dục phổ thông và giáo dục thường xuyên và Quyết định số 4740/QĐ-BGDĐT Ban hành Bộ chỉ số, tiêu chí đánh giá chuyển đổi số cơ sở giáo dục đại học. Ngày 12/8/2024, sau khoảng 10 năm thực hiện Nghị quyết 29, Bộ Chính trị Trung ương Đảng đưa ra Kết luận số 91-KL/TW “về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 04/11/2013” với việc tập trung thực hiện tốt một số nhiệm vụ cụ thể về đổi mới GDĐT.

Trên thực tế, các cơ sở GDĐT đã quán triệt chủ trương trên của Đảng và Nhà nước, nhiều trường học đang triển khai mạnh mẽ công tác truyền thông và công cuộc chuyển đổi số, thực hiện việc đổi mới phương pháp giảng dạy, tăng cường đầu tư cơ sở vật chất để công việc dạy và học mang lại hiệu quả tốt hơn, chất lượng GDĐT được nâng lên đáng kể. Tuy nhiên, trong KNS hiện nay, công tác truyền thông và sự nghiệp GDĐT vẫn còn gặp phải khá nhiều khó khăn thách thức. Qua bài viết này, người viết muốn nhìn nhận lại những hạn chế và vấn đề đặt ra đối với truyền thông và GDĐT hiện tại, để có những đề xuất giải pháp nhằm góp phần nâng cao hiệu quả của hoạt động truyền thông và GDĐT, góp phần thực hiện tốt chính sách phát triển GDĐT của Đảng và Nhà nước.

1.2. Những hạn chế và vấn đề đặt ra đối với truyền thông và GDĐT trong kỷ nguyên số ở nước ta

Đối với lĩnh vực truyền thông, sự bùng nổ của mạng xã hội và các nền tảng trực tuyến đã làm gia tăng nguy cơ lan truyền những tin giả, thông tin sai lệch. Việc phân biệt giữa thông tin chính xác và thông tin giả mạo trở nên khó khăn, làm ảnh hưởng đến độ tin cậy của các nguồn thông tin. Người học dễ bị tiếp cận thông tin sai lệch hoặc không phù hợp nếu không có được sự hướng dẫn đúng đắn. Các cơ sở truyền thông giáo dục còn gặp khó khăn trong việc chuyển đổi số, thiếu nhân lực am hiểu công nghệ và sáng tạo nội dung số chất lượng. Vấn đề khá phổ biến là sự chênh lệch về kỹ năng số đối với người sử dụng, đặc biệt ở những vùng sâu vùng xa, người dạy và người học không có đủ kỹ năng và kiến thức để tiếp cận và sử dụng công nghệ số một cách hiệu quả, điều này dẫn đến việc người dạy, người học ở đó không thể khai thác hết tiềm năng của truyền thông số.

Việc bảo mật và an toàn thông tin cũng là vấn đề đặt ra cho công tác truyền thông trong GDĐT. Hiện nay có sự gia tăng các mối đe dọa an ninh mạng, như tấn công mạng và lừa đảo trực tuyến, đặt ra yêu cầu cao về bảo vệ dữ liệu cá nhân và thông tin nhạy cảm. Mặc dù nước ta đã có Luật An ninh mạng và một số văn bản liên quan đến truyền thông nhưng nhìn chung vẫn còn chưa có sự đồng bộ trong quy định. Việc thiếu một khung pháp lý vững chắc để quản lý và điều chỉnh các hoạt động truyền thông số có khi gây cản trở cho sự phát triển bền vững của lĩnh vực này.

Ở lĩnh vực GDĐT, công cuộc chuyển đổi số trong GDĐT còn thiếu đồng bộ giữa các vùng miền, giữa các khu vực đô thị và khu vực nông thôn. Về hạ tầng kỹ thuật, mặc dù hiện đã có sự phát triển mạnh mẽ, nhưng ngành GDĐT vẫn còn đối mặt với nhiều hạn chế, nhất là ở các vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới, hải đảo... hạ tầng mạng vẫn còn yếu, tốc độ chậm hoặc không ổn định ảnh hưởng không tốt đến khả năng tiếp cận thông tin số và việc học tập trực tuyến. Chi phí cao cho việc trang bị Internet và thiết bị máy tính, điện thoại thông minh (smartphone) còn là gánh nặng đối với những hộ gia đình có thu nhập thấp. Nhiều cơ sở GDĐT vẫn còn sử dụng trang thiết bị lỗi thời, máy móc, phần mềm cũ kỹ không tương thích với các nền tảng mới hoặc thiếu đầu tư vào công nghệ mới như Trí tuệ nhân tạo (AI), Dữ liệu lớn (Big Data), Thực tế ảo/Thực tế ảo tăng cường (VR/AR)... làm cho chất lượng trải nghiệm số trong truyền thông và GDĐT chưa cao. Từ đó đã tạo ra khoảng

cách số trong giáo dục, đối với cả người dạy và người học.

Về đội ngũ thầy cô giảng dạy, thời đại số đòi hỏi thầy cô cần thay đổi từ phương pháp giảng dạy truyền thống sang phương pháp giảng dạy tích hợp công nghệ, nhưng thực tế không phải thầy cô nào cũng có đủ kỹ năng số để có thể đáp ứng yêu cầu này. Việc cá nhân hóa công việc học tập cho người học thông qua công nghệ như ứng dụng AI và Big Data chẳng hạn, cũng đòi hỏi giáo viên phải thích nghi và đổi mới cách tiếp cận cũng là một khó khăn đối với nhiều thầy cô. Thực tế hiện nay thì đội ngũ giảng dạy, kể cả ở bậc đại học, nhiều thầy cô chưa được đào tạo bài bản về công nghệ số nên còn hạn chế về kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin trong giảng dạy.

Chương trình, nội dung cũng như phương pháp giảng dạy, học tập mặc dù đã có sự đổi mới, nhưng nhìn chung vẫn chưa theo kịp yêu cầu thực tiễn và xu hướng của thời đại số, dẫn đến chất lượng đào tạo chưa đáp ứng được nhu cầu của thị trường lao động.

Trong thời đại số thì việc học tập trực tuyến sẽ được tăng cường. Nhưng về mặt tâm lý và kỹ năng của người học, việc học trực tuyến có thể khiến người học thiếu tập trung, giảm tương tác xã hội và gặp khó khăn trong việc tự quản lý thời gian. Sự lệ thuộc vào công nghệ có thể làm suy giảm các kỹ năng tư duy phân biện và giải quyết vấn đề nếu không có được sự hướng dẫn phù hợp. Về việc đánh giá và kiểm tra kết quả học tập trong môi trường số, đánh giá bằng hình thức trực tuyến cũng gặp nhiều khó khăn trong việc đảm bảo tính công bằng, trung thực và chính xác. Do vậy, để khắc phục vấn đề này, cần có giải pháp công nghệ hỗ trợ việc kiểm tra kiểm soát để tránh gian lận trong kiểm tra, thi cử.

Trong quá trình thu thập dữ liệu để cải thiện trải nghiệm học tập, cũng nảy sinh sự lo ngại về vấn đề quyền riêng tư, làm thế nào đảm bảo quản lý và bảo mật dữ liệu cá nhân. Điều này đòi hỏi các trường học và các nền tảng giáo dục cần đảm bảo tuân thủ nghiêm ngặt các quy định bảo mật dữ liệu.

2. Một số giải pháp có thể áp dụng để nâng cao hiệu quả của truyền thông và GDĐT trong thời đại số

Từ những cơ sở nêu trên, có thể áp dụng một số giải pháp sau để nâng cao hiệu quả của hoạt động truyền thông và GDĐT trong thời đại số.

2.1. Nâng cao nhận thức của giảng viên và nhà quản lý giáo dục về đổi mới tư duy trong GDĐT

Trong thời đại số hiện nay, các cơ sở GDĐT nhất thiết phải thực hiện công cuộc chuyển đổi số mạnh mẽ để đáp ứng nhu cầu phát triển sự nghiệp của mình. Chuyển đổi số trong GDĐT là những gì liên quan đến việc áp dụng các công nghệ số vào mọi mặt của hoạt động GDĐT nhằm cải thiện hiệu quả hoạt động, phục vụ người học tốt hơn. Để hỗ trợ cơ sở GDĐT trong quá trình chuyển đổi số, có những “công cụ số”, tức là những phần mềm, nền tảng và công nghệ được sử dụng. Tuy nhiên, chuyển đổi số trong GDĐT không chỉ dừng lại ở yếu tố công nghệ, mà sâu xa hơn là cần thay đổi tư duy và phương thức giáo dục để tạo ra một môi trường học tập hiện đại, linh hoạt và hiệu quả, đáp ứng nhu cầu của thời đại số. Trong đó, GDĐT cần chú trọng

đến yếu tố phát triển chương trình học tương tác, khuyến khích người học nâng cao tính sáng tạo và tư duy phản biện. Phát triển chương trình học tương tác là sử dụng phương pháp giảng dạy mới, như học qua dự án, giúp người học phát triển kỹ năng mềm và nâng cao khả năng làm việc nhóm. Khuyến khích sáng tạo và tư duy phản biện là tạo môi trường cho người học tự do trình bày ý kiến và tìm ra giải pháp cho vấn đề thực tế. Trong thời đại chuyển đổi số, đổi mới tư duy trong GDĐT là yếu tố then chốt để đáp ứng những thay đổi nhanh chóng của xã hội và thị trường lao động. Do vậy, người giảng viên và nhà quản lý GDĐT phải chấp nhận sự thay đổi, nhận thức rõ rằng công nghệ đang thay đổi cách dạy và học, từ đó sẵn sàng thích ứng với bối cảnh tình hình mới; có tư duy mở và sáng tạo; ngành GDĐT cần quan tâm xây dựng môi trường học tập số hóa để dần thay đổi nhận thức của người dạy.

2.2. Tăng cường gắn kết giữa GDĐT và truyền thông giáo dục

Trong thời đại số hiện nay, sự nghiệp phát triển GDĐT không thể thiếu vai trò hỗ trợ to lớn của truyền thông. Vì thế, cần phải nhận thức rõ vai trò to lớn của truyền thông giáo dục trong thời đại số trong việc góp phần nâng cao hiệu quả của hoạt động GDĐT.

“Truyền thông” được sử dụng trong bài viết này chỉ đề cập đến truyền thông trong lĩnh vực GDĐT và phục vụ cho GDĐT. Trong thời đại được gọi là “kỷ nguyên số” hiện nay, vai trò của truyền thông ngày càng trở nên quan trọng. Truyền thông trong GDĐT là một lĩnh vực quan trọng, đóng vai trò kết nối, truyền tải thông tin giữa các bên liên quan trong hệ thống GDĐT như người dạy, người học, phụ huynh và cộng đồng. Đây không chỉ là việc truyền đạt kiến thức, mà còn là quá trình xây dựng môi trường học tập, nâng cao chất lượng GDĐT và thông tin về các phương pháp giảng dạy. Truyền thông trong giáo dục có thể gồm những vai trò chủ yếu là truyền tải thông tin, tức là cung cấp thông tin về các chương trình giáo dục, chính sách mới, hoạt động trong nhà trường cũng như những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho người học và giáo viên; quảng bá hình ảnh các cơ sở giáo dục, thu hút sự quan tâm từ phụ huynh và cộng đồng, từ đó tạo dựng lòng tin về chất lượng giáo dục; xây dựng kênh giao tiếp, nghĩa là tạo ra không gian cho các bên liên quan trong giáo dục để có thể trao đổi, chia sẻ ý kiến và kinh nghiệm với nhau, nâng cao sự hiểu biết lẫn nhau; chia sẻ kiến thức, làm vai trò kết nối các thầy cô với nhau và giữa người dạy với người học; giúp nâng cao nhận thức cộng đồng về giáo dục thông qua việc tuyên truyền về vai trò của giáo dục, động viên cộng đồng tham gia vào các hoạt động giáo dục; khuyến khích việc học tập suốt đời, giúp phát triển kỹ năng tự học cho người học và khuyến khích cộng đồng tham gia vào các hoạt động giáo dục không chính thức.

Tóm lại, truyền thông trong GDĐT không chỉ là không gian cho việc truyền tải thông tin mà còn là nền tảng cho sự phát triển giáo dục toàn diện, tạo dựng mối liên kết giữa các thành viên trong hệ thống GDĐT, từ đó nâng cao chất lượng GDĐT.

Còn GDĐT có vai trò trang bị kiến thức và kỹ năng cần thiết cho con người để phát triển tiến bộ và thích ứng với

sự thay đổi nhanh chóng của thế giới trong KNS; giúp con người có khả năng nhận biết, phân tích, đánh giá thông tin, phát triển tư duy phản biện, tránh bị ảnh hưởng bởi những thông tin sai lệch; giáo dục còn giúp con người nâng cao năng lực tự học, có thể liên tục học hỏi và cập nhật kiến thức mới; giúp trang bị cho con người những kỹ năng số cần thiết...

Như vậy, trong thời đại số, truyền thông và GDĐT có mối quan hệ chặt chẽ và tương hỗ nhau. Truyền thông giáo dục có thể được sử dụng để truyền tải kiến thức, thông tin GDĐT một cách rộng rãi và hấp dẫn, trong khi GDĐT thì giúp con người có khả năng tiếp thu, phân tích và đánh giá thông tin từ truyền thông một cách hiệu quả. Vì vậy, trong KNS, yêu cầu GDĐT cần phải có sự kết hợp chặt chẽ với truyền thông để GDĐT có những cơ hội to lớn nhằm nâng cao chất lượng, mở rộng phạm vi tiếp cận GDĐT, tạo ra những phương pháp học tập mới mẻ và hiệu quả cho người học.

2.3. Tăng cường ứng dụng công nghệ số vào truyền thông và GDĐT

Việc tăng cường công nghệ số là một yếu tố quan trọng để nâng cao hiệu quả của hoạt động truyền thông và GDĐT trong thời đại số. Công nghệ số bao gồm một loạt các công nghệ và phương thức ứng dụng nhằm nâng cao hiệu quả và tối ưu hóa quy trình hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau. Một số thành phần cơ bản của công nghệ số có thể ứng dụng vào công tác giảng dạy như là Big Data, AI, VR, AR, IoT, Cloud Computing, công nghệ chuỗi khối (Blockchain), mạng không dây 5G, ứng dụng di động... Những công cụ số này giúp làm cho bài giảng sinh động, hấp dẫn hơn và thu hút, nâng cao hiệu quả giảng dạy và học tập hơn. Có thể nhận thấy, công nghệ số đem lại nhiều lợi ích lớn cho người dùng như tăng cường khả năng kết nối và giao tiếp giữa các bộ phận trong nhà trường; tối ưu hóa quy trình làm việc, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động của nhà trường; giúp nhà trường tiếp cận người học một cách nhanh chóng và dễ dàng hơn thông qua các nền tảng trực tuyến; cung cấp dữ liệu và thông tin hữu ích cho nhà trường trong việc phân tích và ra quyết định một cách đúng đắn. Sự kết hợp của các công nghệ như AI, IoT và Big Data đang mở ra nhiều cơ hội mới cho các ngành nghề khác nhau, trong đó có truyền thông và GDĐT.

Hiện những công cụ số có thể được dùng trong GDĐT như Phần mềm quản lý học tập (LMS) gồm Moodle, Blackboard, Google Classroom, Microsoft Teams, Zoom, Canvas; các nền tảng học liệu số như iGiaoduc.vn của Bộ GD&ĐT; các ứng dụng hỗ trợ học tập như Quizlet, Duolingo; Google Drive... nhằm tạo ra môi trường học tập sinh động, có tính tương tác cao; giáo trình điện tử và nhiều phần mềm hay thiết bị khác. Các công cụ này giúp tối ưu hóa quy trình làm việc, gia tăng hiệu suất, và nâng cao trải nghiệm cho người học. Việc trang bị và sử dụng những công cụ này được xem là cần thiết trong thời đại công nghệ thông tin hiện nay.

2.4. Áp dụng các phương pháp giảng dạy tích cực, sáng tạo và tối ưu hóa nội dung giảng dạy

Một số phương pháp giảng dạy tích cực và hiệu quả hiện nay có thể được áp dụng rộng rãi nhằm phát huy khả

năng tư duy, sáng tạo và tính chủ động của người học. Mặc dù mỗi phương pháp này có thể vừa có những ưu điểm vừa có những khó khăn, hạn chế nhưng giảng viên có thể tùy tình hình, điều kiện thực tế của mình mà lựa chọn phương pháp thích hợp để áp dụng.

Một phương pháp mà trong bối cảnh hiện nay, khi công cuộc chuyển đổi số còn mới ở giai đoạn khởi đầu, giảng viên có thể tận dụng là phương pháp học tập kết hợp (Blended Learning). Đó là kết hợp giữa giảng dạy trực tiếp trên lớp và giảng dạy trực tuyến thông qua các tài liệu số, video bài giảng hoặc diễn đàn thảo luận trực tuyến. Điều này tạo điều kiện cho người học tự chủ hơn trong việc học và dễ dàng tiếp cận nguồn tài liệu phong phú. Kết hợp giữa học trực tuyến và học trực tiếp để tận dụng ưu điểm của cả hai hình thức này.

Phương pháp học theo dự án (Project-Based Learning): Theo phương pháp này, người học thực hiện một nhiệm vụ học tập gắn liền với thực tế. Họ sẽ xây dựng kế hoạch, thu thập dữ liệu và trình bày kết quả. Phương pháp này giúp người học rèn luyện kỹ năng nghiên cứu, phát triển khả năng làm việc độc lập và hợp tác, làm việc nhóm.

Với sự phát triển của công nghệ hiện nay, các thầy cô có thể tăng cường kỹ năng tạo nội dung tương tác và cá nhân hóa trải nghiệm học tập cho người học thông qua việc áp dụng các công nghệ AI, VR, AR. Giảng viên áp dụng các nền tảng học tập trực tuyến, ứng dụng di động và công cụ phân tích dữ liệu để hiểu rõ nhu cầu, sở thích và trình độ của người học, từ đó cá nhân hóa nội dung và phương pháp truyền đạt, tạo ra lộ trình học tập và truyền thông phù hợp với từng cá nhân người học; xây dựng, phát triển các định dạng nội dung đa dạng, chất lượng và phù hợp như như video, podcast, infographic, bài viết tương tác để đáp ứng nhu cầu và sở thích khác nhau của người học. Mặc dù vậy, công nghệ cũng chỉ là công cụ hỗ trợ, điều quan trọng là nội dung truyền tải phải có giá trị, chính xác và phù hợp với đối tượng tiếp nhận. Trong GDĐT, cần phát triển tài liệu học tập đa dạng, kết hợp giữa lý thuyết và thực tiễn để tăng tính ứng dụng. Giảng viên có thể thông qua việc xây dựng các diễn đàn trực tuyến, các nhóm thảo luận để tăng khả năng tương tác, chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm cho người học.

Mô hình “Lớp học đảo ngược” (Flipped Classroom) cũng là một phương pháp dạy học tích cực, hiệu quả. Đây là mô hình dạy học ngược lại với phương pháp giảng dạy truyền thống. Trong mô hình này, người học được yêu cầu tìm hiểu kiến thức mới thông qua các tài liệu giảng viên cung cấp như video bài giảng, tài liệu trực tuyến hoặc các dạng học liệu khác ở nhà trước khi đến lớp. Khi đến lớp, thời gian sẽ được dành cho việc thảo luận, đặt câu hỏi, và thực hành các bài tập, từ đó giúp người học hiểu sâu và áp dụng kiến thức đã học một cách hiệu quả hơn. Mô hình này mang đến nhiều lợi ích cả cho người học và giáo viên. Người học phát triển kỹ năng tự học và tính kỷ luật, giúp cải thiện khả năng quản lý thời gian và phương pháp học tập cá nhân; tăng cường sự tương tác giữa người học với giảng viên và bạn học, tạo điều kiện cho việc học tập sâu sắc và thực hành kỹ năng làm việc nhóm; có thể dễ dàng tiếp cận kiến thức và có thêm thời gian để áp dụng lý thuyết

vào thực tiễn dưới sự hướng dẫn của giảng viên. Giảng viên cũng tiết kiệm được thời gian trong việc giảng dạy kiến thức nền tảng, giúp giảng viên tập trung vào việc hỗ trợ người học tìm hiểu sâu hơn nội dung học tập; tăng cường sự sáng tạo trong việc xây dựng nội dung bài giảng, từ đó tạo ra môi trường học tập sinh động hơn. Mặc dù có nhiều lợi ích như vậy nhưng mô hình này cũng gặp phải một số thách thức, như yêu cầu người học phải có tính chủ động, tính tự lập và trách nhiệm cao trong việc học tập, mà thực ra không phải tất cả người học nào cũng đều có khả năng tự học hiệu quả, cũng có thể là rào cản cho người học ở vùng sâu vùng xa hoặc không có điều kiện, nghĩa là rất phụ thuộc vào công nghệ. Đối với người dạy, cần phải có khả năng xây dựng video bài giảng và tổ chức lớp học một cách linh hoạt. Nhưng dù sao thì lớp học đảo ngược cũng là một mô hình giáo dục hiện đại nên được áp dụng rộng rãi và được coi là phương pháp tối ưu trong việc nâng cao hiệu quả học tập, mô hình này cũng hứa hẹn sẽ mang lại kết quả học tập tốt hơn trong tương lai.

Để tối ưu hóa nội dung và phương pháp giảng dạy tích cực, hiệu quả, các thầy cô còn có thể sử dụng một số phương pháp giảng dạy khác. Phương pháp vấn đáp để cho phép người học kiểm tra và củng cố kiến thức thông qua câu hỏi và thảo luận với giáo viên hoặc bạn học. Phương pháp giải quyết vấn đề, thông qua tình huống (Case Study Method) để khuyến khích người học phát hiện, phân tích và đưa ra giải pháp cho các vấn đề thực tế, qua đó người học được rèn luyện khả năng tư duy phân biện và sáng tạo thông qua việc tìm ra phương án tốt nhất để giải quyết vấn đề được đưa ra. Phương pháp thảo luận nhóm (Group Discussion) chia lớp học thành các nhóm nhỏ để thảo luận và giải quyết nhiệm vụ mà giáo viên đưa ra, giúp phát triển khả năng làm việc nhóm và nâng cao kỹ năng giao tiếp và sự tự tin của người học. Phương pháp đóng vai (hay Trò chơi hóa - Gamification), tức áp dụng các yếu tố trò chơi vào hoạt động giảng dạy để tăng tính tương tác và hứng thú, người học có cơ hội tham gia vào các tình huống thực tế bằng cách đóng vai, giúp họ áp dụng kiến thức đã học vào các ngữ cảnh khác nhau, từ đó cải thiện khả năng giao tiếp và quản lý tình huống. Phương pháp sơ đồ tư duy (Mind Mapping) là kỹ thuật có tác dụng khuyến khích người học ghi nhớ kiến thức thông qua các hình ảnh, từ khóa và liên kết các ý tưởng, là một phương pháp trực quan giúp nâng cao khả năng ghi nhớ và tổ chức kiến thức của người học. Kỹ năng thuyết trình (Presentation Skill) về các chủ đề khác nhau cũng là phương pháp giúp cải thiện kỹ năng giao tiếp, tăng cường sự tự tin và khả năng tổ chức thông tin cho người học.

Những phương pháp giảng dạy nói trên không chỉ tạo ra một môi trường học tập tích cực mà còn giúp người học phát triển toàn diện, từ kỹ năng tư duy, giao tiếp cho đến khả năng làm việc nhóm và tự quản lý. Các giảng viên có thể tùy tình hình cụ thể của mình mà lựa chọn áp dụng linh hoạt những phương pháp này để nâng cao hiệu quả công tác giảng dạy.

2.5. Phát triển kỹ năng số cho người dạy, người học và nhà quản lý

Để có thể tận dụng tối đa những lợi ích của công nghệ

số, cả người dạy, người học và người làm công tác quản lý GDĐT cần được trang bị tốt kỹ năng số. Điều này bao gồm cả với người làm truyền thông, cần hiểu biết về công cụ số, kỹ thuật truyền tải nội dung hiệu quả trên các nền tảng trực tuyến. Đối với người dạy và người học, cần rèn luyện kỹ năng tìm kiếm, đánh giá thông tin trên Internet, đồng thời biết cách sử dụng các công cụ học tập trực tuyến. Muốn vậy thì phải thực hiện việc đào tạo nhân lực, tăng cường về kỹ năng số cho người dạy, người học và những người làm công tác quản lý GDĐT. Đầu tư vào đào tạo đội ngũ chuyên gia truyền thông và GDĐT có kỹ năng và kiến thức chuyên sâu về công nghệ và phương pháp mới. Cần nâng cao năng lực sử dụng công nghệ cho người dạy và người học, họ cần được trang bị các kỹ năng cần thiết để sử dụng công nghệ một cách hiệu quả và an toàn trong nghiên cứu, học tập và giao tiếp. Tổ chức các khóa tập huấn về công nghệ thông tin cho giảng viên, để giúp giảng viên có thể sử dụng thành thạo các công nghệ hỗ trợ giảng dạy. Khuyến khích người học tham gia vào các dự án công nghệ. Tạo cơ hội cho người học tham gia vào quá trình nghiên cứu và phát triển, từ đó nâng cao kỹ năng sáng tạo và tư duy phản biện cho người học. Xây dựng tư duy phản biện và kỹ năng kiểm chứng thông tin để giúp người học tránh tin giả, tin sai lệch trên mạng.

Tăng cường bảo mật thông tin và quản lý rủi ro, hình thành đạo đức số trong truyền thông và GDĐT. Trong việc ứng dụng kỹ thuật số vào công việc này cần tuân thủ quy định về bảo mật và quyền riêng tư. Xây dựng các biện pháp bảo mật mạnh mẽ để bảo vệ thông tin cá nhân và dữ liệu quan trọng. Xây dựng văn hóa sử dụng công nghệ lành mạnh, nâng cao nhận thức về an toàn mạng, nhận thức về các nguy cơ trên mạng và cách phòng tránh, chống các hành vi mang tính đe dọa trên không gian mạng, phòng và chống các hành vi lợi dụng mạng internet để lừa đảo, gây hại cho người dùng mạng...

2.6. Đầu tư cải thiện, phát triển hạ tầng và công nghệ thông tin

Để nâng cao hiệu quả của truyền thông và GDĐT, bên cạnh những giải pháp song hành khác, điều quan trọng là Nhà nước và các cơ sở GDĐT phải ưu tiên đầu tư và cải thiện hệ thống hạ tầng và công nghệ, cụ thể là có thể quan tâm thực hiện các nội dung cơ bản sau.

Phát triển hơn nữa hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông. Đầu tư mạng Internet tốc độ cao và ổn định, đảm bảo kết nối internet mạnh mẽ tại các cơ sở GDĐT ở cả khu vực thành thị và nông thôn để hỗ trợ việc học trực tuyến và truyền thông số. Đầu tư trang thiết bị hiện đại như máy chiếu, bảng thông minh, thiết bị phát sóng không dây và phòng học đa phương tiện để hỗ trợ giảng dạy tương tác và việc học tập được sinh động hơn.

Xây dựng và nâng cấp nền tảng học trực tuyến, trước hết là phát triển hoặc nâng cấp hơn nữa các hệ thống LMS như Moodle, Google Classroom hoặc các nền tảng tự phát triển để quản lý khóa học, theo dõi tiến độ và đánh giá hiệu quả học tập; Ứng dụng công nghệ AI và Big Data giúp cá nhân hóa nội dung học tập và phân tích dữ liệu học tập để cải thiện trải nghiệm của người học.

Tăng cường công tác số hóa tài liệu và học liệu, trong

đó chú trọng xây dựng thư viện số, tạo kho tài liệu học tập trực tuyến, bao gồm sách điện tử, bài giảng video, tài liệu nghiên cứu để sinh viên dễ dàng truy cập mọi lúc, mọi nơi. Phát triển những nội dung tương tác thông qua việc sử dụng công nghệ VR/AR để tạo ra các bài giảng mô phỏng thực tế.

Chú trọng nâng cao hiệu quả công tác hợp tác công - tư và quốc tế hóa GDĐT. Nhà nước và các cơ sở GDĐT có kế hoạch hợp tác với doanh nghiệp công nghệ, nhận sự hỗ trợ từ các công ty công nghệ lớn để phát triển nền tảng và hạ tầng giáo dục hiện đại. Nhà nước, doanh nghiệp và các tổ chức GDĐT cần phối hợp để tạo ra môi trường thuận lợi cho truyền thông và giáo dục số. Có thể đề xuất xây dựng chính sách hỗ trợ đào tạo kỹ năng số cho người dạy và người làm công tác quản lý GDĐT; khuyến khích hợp tác giữa các trường học và doanh nghiệp công nghệ để phát triển các nền tảng học tập chất lượng. Trong hợp tác phát triển các nền tảng số phục vụ GDĐT, các bên cần quan tâm việc tăng cường an ninh mạng và bảo mật thông tin, đảm bảo an toàn cho các hệ thống quản lý giáo dục và thông tin cá nhân của người dạy, người học bằng các biện pháp phù hợp.

3. Kết luận

Trong thời đại số ngày nay, truyền thông và GDĐT đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng một xã hội phát triển bền vững, cần khai thác tối đa tiềm năng của truyền thông và GDĐT để nâng cao dân trí, phát triển kinh tế, bảo vệ các giá trị văn hóa và xây dựng một xã hội tốt đẹp hơn. Việc ứng dụng công nghệ số trong truyền thông và GDĐT là xu hướng tất yếu trong kỷ nguyên số. Các giải pháp đề xuất trên đây sẽ góp phần nâng cao hiệu quả của quá trình giảng dạy và học tập, thúc đẩy đổi mới GDĐT. Tuy nhiên, cần có sự đầu tư đồng bộ về hạ tầng, công nghệ, và nguồn nhân lực để đảm bảo sự phát triển bền vững cho sự nghiệp GDĐT. Để nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông và GDĐT, những người tham gia vào hoạt động này trước tiên hãy xác định rõ mục tiêu mong muốn cần đạt được, hiểu rõ đối tượng tức là nắm rõ nhu cầu, sở thích và trình độ của đối tượng người học để lựa chọn phương pháp truyền thông và giảng dạy phù hợp, chăm lo đầu tư vào công nghệ, đầu tư vào các công cụ và nền tảng số hiện đại để hỗ trợ hoạt động truyền thông và GDĐT, luôn sáng tạo và linh hoạt trong việc áp dụng các phương pháp truyền thông và GDĐT, sẵn sàng hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm, nguồn lực với các tổ chức, cá nhân khác.

Kỷ nguyên số mang lại nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra không ít thách thức đáng kể cho truyền thông và GDĐT. Việc ứng dụng công nghệ hiện đại, xây dựng nội dung chất lượng, nâng cao kỹ năng số và có sự hỗ trợ từ chính sách của Chính phủ và các cơ quan quản lý nhà nước sẽ giúp tối ưu hóa hiệu quả của hai lĩnh vực này. Khi có sự phối hợp đồng bộ từ nhiều phía, truyền thông và GDĐT sẽ thực sự phát huy được tiềm năng, tính tích cực trong thời đại số. Để thích ứng, cần có sự phối hợp giữa nhà trường, người dạy, người học và các cơ quan quản lý để xây dựng một hệ thống GDĐT ngày càng hiện đại, hiệu quả và công bằng hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bộ Giáo dục và Đào tạo: Quyết định số 4725/QĐ-BGDĐT ngày 30 tháng 12 năm 2022 Ban hành Bộ chỉ số đánh giá mức độ chuyển đổi số của cơ sở giáo dục phổ thông và giáo dục thường xuyên.

[2] Bộ Giáo dục và Đào tạo: Quyết định số 4740/QĐ-BGDĐT ngày 30 tháng 12 năm 2022 Ban hành Bộ chỉ số, tiêu chí đánh giá chuyển đổi số cơ sở giáo dục đại học.

[3] Đảng Cộng sản Việt Nam: Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 04 tháng 11 năm 2013 Hội nghị Trung ương 8 Khóa XI “Về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế”.


[4] Đảng Cộng sản Việt Nam: Kết luận số 91- KL/TW, ngày 12 tháng 8 năm 2024 của Bộ Chính trị tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 29-NQ/TW, ngày 04/11/2013 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI “Về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế”.

[5] Đảng Cộng sản Việt Nam: Văn kiện đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII. Tập II. NXB Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021.

[6] Thủ tướng Chính phủ: Quyết định số 749/QĐ-truyền thôngg ngày 03 tháng 6 năm 2020 phê duyệt “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.

[7] Thủ tướng Chính phủ: Quyết định số 131/QĐ-truyền thôngg ngày 25 tháng 01 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ: 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".

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Văn Thành</p> <p>- 1992: Tốt nghiệp đại học ngành Thư viện. Năm 2000: Tốt nghiệp Thạc sĩ Khoa học Xã hội và Nhân văn, ngành Lịch sử Việt Nam, tại Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.</p> <p>- Tóm tắt công việc hiện tại: Chuyên viên phụ trách công tác giáo vụ, Khoa Việt Nam học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.</p> <p>- Lĩnh vực quan tâm: Khoa học Xã hội - Nhân văn, Lịch sử, Giáo dục - Đào tạo.</p> <p>- Điện thoại: 0968.588.997.</p>
--	---

ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP ĐÀO TẠO VĂN HÓA - NGHỆ THUẬT BẰNG CÔNG NGHỆ SỐ

INNOVATING CULTURAL AND ART TRAINING METHODS USING DIGITAL TECHNOLOGY

Nguyễn Thúy Hương, Tráng Thị Thúy*
Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương
Nguyen Thuy Huong, Trang Thi Thuy*

National University of Art Education; huong1982hn@gmail.com, trangthithuy2512@gmail.com

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyễn Thúy Hương (email: huong1982hn@gmail.com)*

Tóm tắt - Trong thế kỷ XXI, cuộc cách mạng công nghệ số đã và đang tác động sâu rộng đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có văn hóa - nghệ thuật. Sự phát triển của Internet, mạng xã hội, trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR) và các công nghệ mới khác đã tạo ra những cơ hội to lớn để đổi mới phương pháp đào tạo văn hóa - nghệ thuật, giúp người học tiếp cận kiến thức một cách dễ dàng, trực quan và sinh động hơn bao giờ hết. Đổi mới phương pháp đào tạo bằng công nghệ số là xu hướng tất yếu, giúp văn hóa - nghệ thuật Việt Nam phát triển bền vững trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Từ khóa - Công nghệ số; đổi mới; văn hóa nghệ thuật.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số, lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật cũng đang chứng kiến những biến đổi sâu sắc. Các phương pháp đào tạo truyền thống trong lĩnh vực này đang dần bộc lộ những hạn chế nhất định, không còn đáp ứng đầy đủ nhu cầu học tập đa dạng và khả năng tiếp cận thông tin nhanh chóng của thế hệ học viên hiện nay. Sự ra đời và lan tỏa của các công nghệ số đã mở ra một chân trời mới cho việc đổi mới phương pháp đào tạo văn hóa - nghệ thuật, mang lại những cơ hội chưa từng có để nâng cao chất lượng, hiệu quả và tính tương tác trong quá trình dạy và học. Bài báo này tập trung vào việc phân tích những tiềm năng và thách thức của việc ứng dụng công nghệ số trong đào tạo văn hóa - nghệ thuật, đồng thời đề xuất một số hướng đi nhằm khai thác hiệu quả các công nghệ này.

2. Kết quả nghiên cứu và khảo sát

2.1. Tiềm năng của công nghệ số trong đào tạo văn hóa - nghệ thuật

Công nghệ số đã cách mạng hóa giáo dục văn hóa - nghệ thuật, giúp mọi người dễ dàng tiếp cận tri thức bất kể rào cản địa lý, thời gian hay kinh tế. Các nền tảng trực tuyến như e-learning và MOOCs dân chủ hóa giáo dục, cho phép cá nhân hóa việc học thông qua hệ thống quản lý học tập (LMS) và các công cụ hỗ trợ tương tác. Đặc biệt, học viên có thể lựa chọn khóa học chuyên sâu theo sở thích và nhận phản hồi cá nhân về tác phẩm của mình.

Ngoài ra, công nghệ số nâng cao tính tương tác trong đào tạo nghệ thuật. Các diễn đàn, phòng chat và ứng dụng đánh giá ngang hàng giúp học viên thảo luận, nhận xét tác phẩm, học hỏi lẫn nhau. Công nghệ VR và AR mang đến trải nghiệm học tập sống động, như tham quan bảo tàng ảo

Abstract - In the 21st century, the digital revolution has had a profound impact on all areas of social life, including culture and art. The development of the Internet, social networks, artificial intelligence (AI), virtual reality (VR), augmented reality (AR), and other new technologies has created great opportunities to innovate cultural and artistic training methods, helping learners access knowledge more easily, intuitively and vividly than ever before. Innovating training methods using digital technology is an inevitable trend, helping Vietnamese culture and arts develop sustainably in the context of international integration

Keywords - Digital technology; innovation; culture and art.

hay tham gia biểu diễn nghệ thuật trực tuyến. Đồng thời, các phần mềm sáng tạo giúp học viên thực hành kỹ thuật mới, phát huy sự chủ động và sáng tạo.

Không chỉ hỗ trợ người học, công nghệ số còn giúp giảng viên đổi mới phương pháp giảng dạy và đánh giá. Các bài giảng tích hợp đa phương tiện tạo sự hấp dẫn và tương tác, trong khi nền tảng LMS giúp tạo bài kiểm tra trực tuyến, tự động chấm điểm và theo dõi tiến độ học tập. Đặc biệt, portfolio điện tử và phân tích dữ liệu học tập (learning analytics) giúp giảng viên đánh giá chính xác sự phát triển của học viên, cá nhân hóa việc giảng dạy để nâng cao hiệu quả đào tạo.

2.2. Thách thức khi ứng dụng công nghệ số trong đào tạo văn hóa - nghệ thuật

2.2.1. Yêu cầu về hạ tầng công nghệ và kỹ năng số

a. Về hạ tầng công nghệ

Thiết bị: cần đảm bảo học viên và giảng viên được trang bị đầy đủ các thiết bị cần thiết như máy tính (desktop hoặc laptop), máy tính bảng, điện thoại thông minh có cấu hình đáp ứng được yêu cầu của các phần mềm và ứng dụng học tập. Đối với một số lĩnh vực nghệ thuật đặc thù (ví dụ: thiết kế đồ họa, dựng phim, âm nhạc điện tử), cần có các thiết bị chuyên dụng như bảng vẽ điện tử, phần mềm chỉnh sửa chuyên nghiệp, nhạc cụ điện tử kết nối với máy tính.

Kết nối Internet: đường truyền Internet ổn định và tốc độ cao là yếu tố then chốt để truy cập các tài nguyên trực tuyến, tham gia các buổi học trực tuyến, tải lên và tải xuống tài liệu, cũng như tương tác với giảng viên và bạn học. Đặc biệt, đối với các hoạt động sử dụng video trực tiếp hoặc các ứng dụng VR/AR, yêu cầu về băng thông càng trở nên quan trọng.

Phần mềm và nền tảng: các cơ sở đào tạo cần đầu tư vào các phần mềm và nền tảng LMS phù hợp, các ứng dụng hỗ trợ giảng dạy và học tập chuyên biệt cho từng lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật. Điều này bao gồm các phần mềm thiết kế đồ họa, chỉnh sửa âm thanh, dựng phim, các nền tảng tạo bài giảng tương tác, các ứng dụng VR/AR và các công cụ quản lý lớp học trực tuyến.

Hỗ trợ kỹ thuật: cần có đội ngũ kỹ thuật viên có chuyên môn để hỗ trợ giảng viên và học viên trong quá trình sử dụng các thiết bị, phần mềm và nền tảng công nghệ. Việc này bao gồm việc giải quyết các vấn đề kỹ thuật phát sinh, bảo trì hệ thống và cập nhật phần mềm.

b. Về kỹ năng số

Đối với giảng viên: thành thạo công nghệ giảng dạy, phần mềm chuyên dụng và các nền tảng hỗ trợ học trực tuyến. Họ phải biết thiết kế bài giảng hấp dẫn, tương tác, tích hợp đa phương tiện và tạo hoạt động kiểm tra hiệu quả. Quản lý lớp học trực tuyến, duy trì môi trường học tập tích cực và cung cấp phản hồi kịp thời cũng là kỹ năng quan trọng. Ngoài ra, giảng viên cần biết tìm kiếm, đánh giá tài liệu trực tuyến chất lượng và có nhận thức sâu sắc về an toàn thông tin, bảo mật dữ liệu cũng như đạo đức trực tuyến, giúp học viên sử dụng công nghệ một cách có trách nhiệm.

Đối với học viên: trang bị những kỹ năng cơ bản như sử dụng thành thạo các thiết bị công nghệ (máy tính, điện thoại thông minh) và các phần mềm, ứng dụng phục vụ học tập trực tuyến; có khả năng tìm kiếm, truy cập và khai thác hiệu quả các tài nguyên học tập đa dạng trên mạng; biết cách giao tiếp, tương tác và hợp tác với giảng viên, bạn bè thông qua các công cụ trực tuyến như email, diễn đàn, phòng chat; phát huy tính tự giác và rèn luyện kỹ năng quản lý thời gian để chủ động trong quá trình học tập; đồng thời, cần có nhận thức đầy đủ về an toàn thông tin và các chuẩn mực đạo đức khi tham gia vào môi trường trực tuyến.

Tóm lại, việc đầu tư vào hạ tầng công nghệ đồng bộ và hiện đại, song song với việc nâng cao kỹ năng số cho cả giảng viên và học viên là điều kiện tiên quyết để đổi mới phương pháp đào tạo văn hóa - nghệ thuật bằng công nghệ số một cách thành công. Thiếu một trong hai yếu tố này có thể làm giảm hiệu quả của việc ứng dụng công nghệ và gây ra những rào cản không đáng có trong quá trình dạy và học.

2.2.2. Duy trì tính đặc thù và giá trị cốt lõi của văn hóa - nghệ thuật

Trong quá trình đổi mới đào tạo văn hóa - nghệ thuật bằng công nghệ số, một thách thức quan trọng là bảo tồn tính đặc thù và giá trị cốt lõi của từng loại hình nghệ thuật. Nếu áp dụng công nghệ thiếu cân nhắc, những yếu tố tinh túy như cảm xúc, sự trải nghiệm trực tiếp có thể bị mờ nhạt. Mỗi loại hình nghệ thuật đều sở hữu đặc trưng riêng về hình thức biểu hiện, kỹ thuật, giá trị thẩm mỹ và ý nghĩa văn hóa. Chẳng hạn, sự tinh tế trong hội họa truyền thống, độ uyển chuyển của múa cổ điển hay chiều sâu cảm xúc trong âm nhạc thính phòng là những giá trị không thể thay thế hoàn toàn bằng phương tiện kỹ thuật số.

Do đó, việc ứng dụng công nghệ số trong đào tạo văn hóa - nghệ thuật cần được tiếp cận một cách thận trọng và

có chọn lọc. Mục tiêu không phải là thay thế hoàn toàn các phương pháp truyền thống mà là bổ sung và nâng cao hiệu quả đào tạo, đồng thời mở rộng khả năng tiếp cận, tạo ra những trải nghiệm mới mẻ mà vẫn tôn trọng và bảo tồn những giá trị cốt lõi. Dưới đây là một số khía cạnh cần lưu ý để duy trì tính đặc thù và giá trị cốt lõi của văn hóa - nghệ thuật trong quá trình chuyển đổi số:

- Không thay thế trải nghiệm thực tế bằng trải nghiệm ảo một cách tuyệt đối;
- Chú trọng vào việc phát triển kỹ năng thực hành;
- Bảo tồn và phát huy các giá trị truyền thống;
- Đề cao yếu tố cảm xúc và sự sáng tạo cá nhân;
- Duy trì sự tương tác giữa người dạy và người học;
- Cân bằng giữa kỹ thuật số và yếu tố con người.

2.2.3. Vấn đề bản quyền và sở hữu trí tuệ

Sự phổ biến của môi trường trực tuyến và quá trình số hóa các tác phẩm văn hóa - nghệ thuật đã đặt ra những thách thức lớn về bản quyền và sở hữu trí tuệ. Trong đào tạo văn hóa - nghệ thuật bằng công nghệ số, việc bảo vệ quyền lợi của các tác giả, nghệ sĩ và tổ chức văn hóa là yếu tố quan trọng nhằm thúc đẩy sáng tạo và đảm bảo sự phát triển bền vững. Tuy nhiên, môi trường số cũng tạo điều kiện cho việc sao chép, phân phối và chia sẻ các tác phẩm một cách dễ dàng mà không có sự cho phép của chủ sở hữu bản quyền, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến quyền lợi kinh tế của các tác giả và tổ chức liên quan.

Kiểm soát và theo dõi việc sử dụng các tác phẩm đã được số hóa trên môi trường Internet là một nhiệm vụ phức tạp. Các hành vi vi phạm bản quyền có thể diễn ra ở bất kỳ đâu trên thế giới, gây khó khăn cho việc phát hiện và xử lý.

Số hóa và chia sẻ trực tuyến giúp công chúng dễ dàng tiếp cận văn hóa - nghệ thuật, nhưng cũng đặt ra thách thức về bảo vệ quyền lợi của người sáng tạo, đảm bảo họ được hưởng lợi xứng đáng từ tác phẩm. Các quy định pháp lý về bản quyền đôi khi chưa theo kịp tốc độ phát triển của công nghệ số, gây khó khăn trong việc áp dụng và giải thích. Đồng thời, một bộ phận người sử dụng và sáng tạo có thể chưa hiểu rõ tầm quan trọng của bản quyền, dẫn đến những vi phạm không cố ý.

Để giải quyết vấn đề bản quyền và sở hữu trí tuệ trong đào tạo văn hóa - nghệ thuật bằng công nghệ số, cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các bên liên quan, bao gồm các nhà làm luật, các tổ chức quản lý bản quyền, các cơ sở đào tạo, giảng viên, học viên và các nhà cung cấp dịch vụ công nghệ. Một số giải pháp và hướng đi có thể được xem xét:

- Hoàn thiện khung pháp lý;
- Nâng cao nhận thức về bản quyền;
- Sử dụng các công nghệ bảo vệ bản quyền;
- Khuyến khích sử dụng các tài liệu nguồn mở và giấy phép Creative Commons;
- Xây dựng văn hóa tôn trọng bản quyền;
- Hợp tác với các tổ chức quản lý bản quyền;
- Phát triển các công cụ phát hiện vi phạm bản quyền.

3. Bàn luận

3.1. Hướng đi trong đổi mới phương pháp đào tạo văn hóa - nghệ thuật bằng công nghệ số

3.1.1. Xây dựng hệ sinh thái học tập số hóa toàn diện

Để khai thác tối đa tiềm năng của công nghệ số trong đào tạo văn hóa - nghệ thuật, việc xây dựng một hệ sinh thái học tập số hóa toàn diện là một bước đi chiến lược và cần thiết. Hệ sinh thái này không chỉ đơn thuần là việc tích hợp các công nghệ riêng lẻ mà là một môi trường học tập trực tuyến liên kết, tương tác và hỗ trợ lẫn nhau, đáp ứng đa dạng nhu cầu của cả người dạy, người học. Một hệ sinh thái học tập số hóa toàn diện trong lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật cần bao gồm các thành phần chính sau:

- Nền tảng LMS chuyên biệt;
- Kho tài nguyên số hóa phong phú và chất lượng cao;
- Các công cụ và ứng dụng hỗ trợ học tập tương tác;
- Cộng đồng học tập trực tuyến;
- Hệ thống đánh giá đa dạng và cá nhân hóa.

Xây dựng một hệ sinh thái học tập số hóa toàn diện và hiệu quả, đòi hỏi sự đầu tư đồng bộ vào hạ tầng công nghệ, đảm bảo kết nối Internet ổn định, trang thiết bị mạnh mẽ cùng các phần mềm và nền tảng phù hợp; sự tham gia của đội ngũ chuyên gia đa ngành, bao gồm các nhà sư phạm, chuyên gia công nghệ thông tin và các chuyên gia trong lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật để thiết kế, phát triển và quản lý hệ sinh thái; việc thiết lập các chính sách và quy định rõ ràng về bản quyền, quyền riêng tư, bảo mật dữ liệu và các vấn đề liên quan đến học tập trực tuyến; sự tham gia và hợp tác tích cực của cộng đồng, khuyến khích giảng viên, học viên và các tổ chức văn hóa - nghệ thuật đóng góp vào quá trình xây dựng và phát triển; khả năng tích hợp linh hoạt với các công cụ và nền tảng khác, đồng thời có tiềm năng mở rộng và phát triển theo thời gian.

Việc xây dựng một hệ sinh thái học tập số hóa toàn diện là một quá trình lâu dài và đòi hỏi sự nỗ lực của nhiều bên. Tuy nhiên, khi được triển khai thành công, nó sẽ mang lại những lợi ích to lớn cho việc đào tạo văn hóa - nghệ thuật, mở ra những phương thức học tập mới mẻ, hấp dẫn, hiệu quả và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người học trong kỷ nguyên số.

3.1.2. Phát triển đội ngũ giảng viên có năng lực số

Trong bối cảnh công nghệ số ngày càng thâm nhập sâu rộng vào mọi lĩnh vực của đời sống, việc phát triển đội ngũ giảng viên có năng lực số trong lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật trở thành một yêu cầu cấp thiết để đảm bảo chất lượng và hiệu quả của quá trình đào tạo. Năng lực số không chỉ đơn thuần là khả năng sử dụng các thiết bị công nghệ mà còn bao gồm một loạt các kỹ năng và kiến thức cần thiết để khai thác tối đa tiềm năng của công nghệ trong giảng dạy, nghiên cứu và tương tác với học viên.

Việc phát triển năng lực số cho đội ngũ giảng viên đóng vai trò then chốt trong nâng cao chất lượng giảng dạy thông qua việc thiết kế bài giảng đa phương tiện hấp dẫn, sử dụng công cụ tương tác và áp dụng phương pháp sư phạm đổi mới dựa trên công nghệ; mở rộng phương thức tiếp cận học viên mọi lúc mọi nơi qua các nền tảng trực tuyến, tạo điều

kiện cho các hình thức đào tạo linh hoạt; cá nhân hóa trải nghiệm học tập bằng cách sử dụng công cụ phân tích dữ liệu để theo dõi tiến trình và điều chỉnh phương pháp dạy; tăng cường hiệu quả đánh giá nhờ các công cụ trực tuyến đa dạng, nhanh chóng và kịp thời; tạo điều kiện cập nhật kiến thức và kỹ năng liên tục từ nguồn tài nguyên vô tận trên môi trường số, kết nối với cộng đồng chuyên môn toàn cầu; góp phần nâng cao uy tín và vị thế của cơ sở đào tạo trong bối cảnh giáo dục hiện đại. Các biện pháp phát triển đội ngũ giảng viên có năng lực số:

- Các cơ sở đào tạo cần xây dựng các chương trình đào tạo bài bản về năng lực số cho giảng viên, bao gồm các kỹ năng sử dụng thiết bị, phần mềm, thiết kế bài giảng trực tuyến, quản lý lớp học ảo, và ứng dụng các công nghệ mới như VR/AR trong giảng dạy;

- Tạo ra các diễn đàn, nhóm thảo luận trực tuyến hoặc các buổi chia sẻ kinh nghiệm định kỳ để giảng viên có thể học hỏi lẫn nhau về việc ứng dụng công nghệ trong giảng dạy;

- Đảm bảo rằng giảng viên được hỗ trợ kỹ thuật kịp thời khi gặp các vấn đề liên quan đến công nghệ. Có thể thành lập các bộ phận hỗ trợ kỹ thuật hoặc chỉ định các cán bộ chuyên trách để giúp đỡ giảng viên;

- Cung cấp các tài liệu hướng dẫn, các khóa học trực tuyến miễn phí hoặc có phí, và tạo thời gian cho giảng viên tự nghiên cứu và khám phá các công nghệ mới;

- Thiết lập các tiêu chí đánh giá năng lực số của giảng viên và có các hình thức công nhận phù hợp cho những người có thành tích tốt trong việc ứng dụng công nghệ vào giảng dạy;

- Tạo điều kiện để giảng viên trong lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật hợp tác với các chuyên gia công nghệ thông tin để phát triển các ứng dụng và nội dung số hóa sáng tạo phục vụ cho giảng dạy;

- Tạo một môi trường làm việc mà ở đó giảng viên được khuyến khích thử nghiệm các phương pháp giảng dạy mới dựa trên công nghệ mà không sợ thất bại.

Nội dung đào tạo năng lực số cho giảng viên văn hóa - nghệ thuật có thể bao gồm: kỹ năng sử dụng các phần mềm và ứng dụng chuyên ngành; kỹ năng thiết kế và xây dựng bài giảng trực tuyến; kỹ năng quản lý và tương tác trong môi trường học tập trực tuyến; ứng dụng các công nghệ mới; kỹ năng tìm kiếm, đánh giá và sử dụng tài nguyên số; các vấn đề về bản quyền và đạo đức trực tuyến.

Việc đầu tư vào phát triển đội ngũ giảng viên có năng lực số là một khoản đầu tư chiến lược mang lại lợi ích lâu dài cho các cơ sở đào tạo văn hóa - nghệ thuật. Những giảng viên này sẽ là lực lượng nòng cốt để đổi mới phương pháp giảng dạy, nâng cao chất lượng đào tạo và đáp ứng tốt hơn nhu cầu học tập của thế hệ học viên trong kỷ nguyên số.

3.1.3. Ưu tiên phát triển nội dung số hóa chất lượng cao

Trong đào tạo văn hóa - nghệ thuật bằng công nghệ số, nội dung số hóa chất lượng cao đóng vai trò quyết định, không chỉ chuyển đổi tài liệu truyền thống mà còn tạo ra tài nguyên học tập phong phú, hấp dẫn và tương tác. Nội dung này giúp nâng cao trải nghiệm học tập, hỗ trợ đa dạng

phong cách tiếp thu kiến thức, tăng cường tính trực quan, cho phép học tập linh hoạt mọi lúc mọi nơi, đồng thời thúc đẩy đổi mới phương pháp giảng dạy, bảo tồn và quảng bá văn hóa - nghệ thuật hiệu quả.

Nội dung số hóa chất lượng cao trong lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật cần đảm bảo tính chính xác và tin cậy dựa trên nguồn thông tin đã được chuyên gia kiểm chứng, đồng thời phải được thiết kế và trình bày một cách chuyên nghiệp, đẹp mắt, có khả năng thu hút sự chú ý và gợi cảm xúc cho người học. Bên cạnh đó, nội dung cần tích hợp các yếu tố tương tác đa dạng như câu hỏi trắc nghiệm, bài tập thực hành, diễn đàn thảo luận và các hoạt động mô phỏng để khuyến khích sự tham gia tích cực của học viên, kết hợp hài hòa nhiều định dạng như văn bản, hình ảnh, âm thanh, video, hoạt hình, 3D, VR/AR một cách phù hợp. Quan trọng hơn, nội dung cần được cấu trúc logic, dễ hiểu, phù hợp với trình độ và mục tiêu học tập, đảm bảo tuân thủ các quy định về bản quyền và sở hữu trí tuệ, cũng như có khả năng truy cập dễ dàng trên nhiều thiết bị và nền tảng khác nhau.

Các bước để ưu tiên phát triển nội dung số hóa chất lượng cao:

- Xác định rõ mục tiêu, đối tượng, phạm vi và loại hình nội dung cần phát triển cho từng lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật;

- Bố trí đủ nguồn lực về tài chính, nhân lực (chuyên gia nội dung, nhà thiết kế, kỹ thuật viên) và trang thiết bị để sản xuất nội dung chất lượng cao;

- Xây dựng quy trình chặt chẽ từ khâu lên ý tưởng, biên soạn, thiết kế, kiểm duyệt đến phát hành và cập nhật nội dung;

- Liên kết với các chuyên gia trong lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật, các bảo tàng, thư viện, nhà hát để khai thác nguồn tài liệu quý giá và đảm bảo tính chính xác của nội dung;

- Khuyến khích việc sử dụng các công nghệ mới như quét 3D, chụp ảnh chất lượng cao, sản xuất video chuyên nghiệp, phát triển ứng dụng VR/AR để tạo ra những trải nghiệm học tập độc đáo;

- Lắng nghe ý kiến phản hồi từ giảng viên và học viên để đánh giá chất lượng nội dung và thực hiện các cải tiến cần thiết;

- Đảm bảo nội dung được lưu trữ, quản lý và cập nhật một cách khoa học và dễ dàng truy cập.

Việc ưu tiên phát triển nội dung số hóa chất lượng cao là một yếu tố then chốt để nâng cao hiệu quả đào tạo văn hóa - nghệ thuật trong kỷ nguyên số. Đầu tư vào nội dung chất lượng không chỉ mang lại trải nghiệm học tập tốt hơn cho học viên mà còn góp phần bảo tồn, quảng bá và phát triển các giá trị văn hóa - nghệ thuật của dân tộc.

3.2. Đảm bảo sự cân bằng giữa công nghệ và yếu tố con người

Trong hành trình đổi mới phương pháp đào tạo văn hóa - nghệ thuật bằng công nghệ số, việc đảm bảo sự cân bằng giữa công nghệ và yếu tố con người là vô cùng quan trọng. Công nghệ là một công cụ mạnh mẽ, nhưng nó không thể

và không nên thay thế hoàn toàn vai trò của con người, đặc biệt là trong một lĩnh vực giàu cảm xúc, sự sáng tạo và tương tác trực tiếp như văn hóa - nghệ thuật. Việc lạm dụng công nghệ sẽ xảy ra một số nguy cơ:

- Giảm tương tác trực tiếp: việc quá chú trọng vào học tập trực tuyến có thể làm giảm đi sự tương tác trực tiếp giữa giảng viên và học viên, cũng như giữa các học viên với nhau. Sự tương tác này đóng vai trò quan trọng trong việc truyền cảm hứng, chia sẻ kinh nghiệm và xây dựng cộng đồng học tập;

- Mất đi yếu tố cảm xúc và trải nghiệm thực tế: văn hóa - nghệ thuật thường gắn liền với những trải nghiệm thực tế, những cảm xúc chân thật khi tương tác với tác phẩm, với người biểu diễn hoặc khi tự mình thực hành. Việc quá phụ thuộc vào môi trường ảo có thể làm giảm đi những trải nghiệm quý giá này;

- Hạn chế sự phát triển toàn diện: đào tạo văn hóa - nghệ thuật không chỉ tập trung vào kiến thức và kỹ năng mà còn bao gồm sự phát triển về nhân cách, khả năng cảm thụ thẩm mỹ và các kỹ năng mềm khác. Việc thiếu vắng sự tương tác trực tiếp và các hoạt động thực tế có thể ảnh hưởng đến sự phát triển toàn diện của học viên;

- Nguy cơ "máy móc hóa" quá trình sáng tạo: mặc dù công nghệ có thể hỗ trợ quá trình sáng tạo, nhưng sự sáng tạo thực sự vẫn bắt nguồn từ tư duy, cảm xúc và trải nghiệm cá nhân của con người. Việc lạm dụng các công cụ kỹ thuật số có thể dẫn đến những sản phẩm nghệ thuật thiếu chiều sâu và cá tính.

Công nghệ trong đào tạo cần được xem là công cụ hỗ trợ, không phải mục tiêu tự thân, nhằm nâng cao hiệu quả giảng dạy và mở rộng khả năng tiếp cận. Việc ứng dụng công nghệ phải tuân theo nguyên tắc sự phạm, kết hợp học tập trực tuyến với tương tác trực tiếp như thực hành, biểu diễn và tham quan thực tế. Dù công nghệ tiên tiến, học viên vẫn cần trải nghiệm thực tế và kết nối với nghệ sĩ, tác phẩm. Bên cạnh kiến thức chuyên môn, kỹ năng mềm cũng cần được phát triển qua hoạt động nhóm, dự án hợp tác. Giảng viên đóng vai trò hướng dẫn, truyền cảm hứng và học viên cần được khuyến khích phát huy sáng tạo cá nhân thay vì quá lệ thuộc vào công cụ số. Để đảm bảo các yếu tố trên cần có biện pháp cụ thể:

- Thiết kế các khóa học kết hợp (blended learning): kết hợp giữa học trực tuyến và các buổi học trực tiếp để tận dụng ưu điểm của cả hai hình thức;

- Tổ chức các buổi workshop, seminar trực tiếp: tạo cơ hội cho học viên gặp gỡ, trao đổi và học hỏi kinh nghiệm từ các nghệ sĩ và chuyên gia;

- Khuyến khích các hoạt động nhóm và dự án thực tế: tạo điều kiện để học viên hợp tác, làm việc cùng nhau và áp dụng kiến thức vào thực tế;

- Sử dụng công nghệ để hỗ trợ tương tác trực tiếp: ví dụ, sử dụng các ứng dụng để thu thập phản hồi nhanh chóng trong lớp học trực tiếp, sử dụng các nền tảng để chia sẻ và thảo luận về các hoạt động thực tế;

- Đào tạo giảng viên về phương pháp sự phạm kết hợp: giúp giảng viên có kỹ năng thiết kế và triển khai các khóa học kết hợp hiệu quả, biết cách cân bằng giữa việc sử dụng

công nghệ và tương tác trực tiếp.

Việc đảm bảo sự cân bằng giữa công nghệ và yếu tố con người là chìa khóa để đổi mới phương pháp đào tạo văn hóa - nghệ thuật một cách bền vững và hiệu quả. Công nghệ nên được xem là một công cụ hỗ trợ đắc lực, giúp nâng cao chất lượng, mở rộng phạm vi tiếp cận, nhưng không được làm lu mờ đi những giá trị cốt lõi, những trải nghiệm chân thực và vai trò không thể thay thế của con người trong lĩnh vực nghệ thuật.

4. Kết luận

Trong kỷ nguyên số, đổi mới phương pháp đào tạo văn hóa - nghệ thuật bằng công nghệ số là một xu thế tất yếu, hứa hẹn mang đến nhiều tiềm năng. Tuy nhiên, để quá trình này diễn ra hiệu quả và bền vững, đòi hỏi sự đầu tư đồng bộ vào hạ tầng, năng lực số, nội dung số hóa, cùng với sự thay đổi trong tư duy và cách tiếp cận của cả người dạy và người học. Việc khai thác sáng tạo và có trách nhiệm các công nghệ số sẽ đóng góp vào việc nâng cao chất lượng đào tạo, mở rộng cơ hội tiếp cận văn hóa - nghệ thuật cho

mọi người, đồng thời thúc đẩy sự phát triển của lĩnh vực này trong bối cảnh số hóa mạnh mẽ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bộ Thông tin và Truyền thông, *Cẩm nang chuyển đổi số*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, 2020.



[2] David L. Rogers, *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*, Columbia Business School Publishing, 2016.

[3] [3] An Nhi, *Đào tạo văn hóa nghệ thuật hiện nay: Nỗ lực đóng góp phát triển công nghiệp văn hóa*, 2024, [online] Đăng tại: <https://hanoimoi.vn/dao-cao-van-hoa-nghe-thuat-hien-nay-no-luc-dong-gop-phat-trien-cong-nghiep-van-hoa-682386.html>, 22/2/2025.

[4] [4] Briefing, V., *Kế hoạch chuyển đổi số tại Việt Nam tới năm 2025*. [online] *Báo Vietnam Briefing*, 2021, Đăng tại: <https://www.vietnam-briefing.com/news/vietnams-digitaltransformation-plan-through-2025.html/>, 25/2/2025.

[5] [5] Liên minh vì Bền vững môi trường số hóa (CODES), Tăng cường Bền vững thông qua *Chuyển đổi số: Các nghiên cứu đã sử dụng và đổi mới* - Phụ lục số 1 đến Kế hoạch Hành động CODES cho một Hành tinh Bền vững trong Thời đại số. (2022). [online] Đăng tại: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/40091/CODES_Supplement1.pdf?sequence=3, 25/2/2025.

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Thúy Hương:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tiến sĩ Nghệ thuật học.- Giảng viên ngành Diễn viên Kịch – điện ảnh khoa Văn hóa Nghệ thuật; Biên đạo múa, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương.- Lĩnh vực nghiên cứu: chuyên ngành nghệ thuật, văn hóa, chuyên sâu về lĩnh vực múa.- SĐT: 0904322013.
	<p>Tráng Thị Thúy:</p> <ul style="list-style-type: none">- Nghiên cứu sinh ngành Văn hóa học.- Tổ phó phụ trách tổ Bộ môn Quản lý Văn hóa, Khoa Văn hóa Nghệ thuật, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương.- Lĩnh vực nghiên cứu: Quản lý văn hóa, văn hóa học.- SĐT: 0977239865.

ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY ÂM NHẠC DỰA TRÊN CÔNG NGHỆ SỐ: CƠ HỘI, THÁCH THỨC VÀ GIẢI PHÁP

INNOVATING MUSIC TEACHING METHODS BASED ON DIGITAL TECHNOLOGY: OPPORTUNITIES, CHALLENGES, AND SOLUTIONS

Dương Vũ Bình Minh

Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương

Duong Vu Binh Minh

National University of Art Education; minhpb89@gmail.com

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Duong Vu Binh Minh (minhpb89@gmail.com)

Tóm tắt - Trong kỷ nguyên số, giáo dục âm nhạc đang có những thay đổi sâu sắc nhờ ứng dụng công nghệ như trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR) và học trực tuyến. Những công nghệ này giúp cá nhân hóa trải nghiệm học tập, nâng cao chất lượng giảng dạy và mở rộng khả năng tiếp cận tri thức. Tuy nhiên, việc áp dụng công nghệ cũng đặt ra nhiều thách thức, bao gồm sự thay đổi trong phương pháp giảng dạy truyền thống, khả năng tiếp cận công nghệ không đồng đều và nguy cơ giảm tương tác cảm xúc giữa giáo viên và học sinh. Bài báo phân tích vai trò của công nghệ trong đào tạo giáo viên âm nhạc tại Việt Nam, đồng thời đề xuất giải pháp như đổi mới chương trình đào tạo, phát triển kỹ năng số cho giáo viên và áp dụng mô hình giáo dục tiên tiến để nâng cao hiệu quả giảng dạy trong thời đại số.

Từ khóa - Giáo dục âm nhạc; kỷ nguyên số; chuyển đổi số; đào tạo giáo viên âm nhạc; công nghệ giáo dục.

1. Đặt vấn đề

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực, trong đó có giáo dục âm nhạc. Ngành Sư phạm Âm nhạc không chỉ chú trọng đào tạo những giáo viên giỏi chuyên môn, mà còn yêu cầu khả năng ứng dụng công nghệ một cách linh hoạt để nâng cao chất lượng giảng dạy.

Sự phát triển của AI, VR, các nền tảng học trực tuyến đã tạo ra những thay đổi lớn trong cách thức tiếp cận, giảng dạy và thực hành âm nhạc. Trong bối cảnh này, các trường đại học đào tạo giáo viên âm nhạc, đặc biệt là Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, cũng cần sự thay đổi để đáp ứng nhu cầu thực tiễn.

Trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0, chủ đề chuyển đổi số trong giáo dục âm nhạc đã thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước. Nguyễn Thị Hồng Nhung đã nhấn mạnh vai trò của nền tảng học trực tuyến và phần mềm hỗ trợ như MuseScore, SmartMusic trong việc nâng cao chất lượng dạy học âm nhạc [3]. Lê Văn Cường đã chỉ ra thách thức trong việc phát triển năng lực công nghệ và đổi mới chương trình đào tạo giáo viên âm nhạc tại Việt Nam [2].

Trên phương diện quốc tế có: Davis đã phân tích tiềm năng của AI trong việc cá nhân hóa trải nghiệm học tập âm nhạc [5]. Ngoài ra, Lucy đề cập đến vai trò của âm nhạc đại chúng trong bối cảnh giáo dục công nghệ số [6]. Higgin đã bàn về sự phát triển của giáo dục âm nhạc cộng đồng nhờ ứng dụng công nghệ [7].

Abstract - In the digital age, music education is undergoing significant transformations with the integration of technologies such as artificial intelligence (AI), virtual reality (VR), and online learning. These innovations enhance personalized learning experiences, improve teaching quality, and expand access to knowledge. However, the adoption of technology also presents challenges, including shifts in traditional teaching methods, unequal access to digital tools, and the risk of the potential risk of reduced emotional interaction between teachers and students. This paper analyzes the role of technology in music teacher training in Vietnam and proposes solutions such as curriculum innovation, digital skill development for educators, and the implementation of advanced educational models to enhance teaching effectiveness in the digital era.

Keywords - Music Education; digital age; digital transformation; music teacher training; education technology.

Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu hiện có chủ yếu tập trung vào việc nhận diện cơ hội và thách thức, thiếu các đề xuất giải pháp cụ thể áp dụng trong bối cảnh đào tạo giáo viên âm nhạc tại Việt Nam. Bài báo này hướng tới việc làm rõ vai trò thực tiễn của công nghệ trong đào tạo giáo viên âm nhạc, đồng thời đề xuất những giải pháp có tính khả thi, dựa trên mô hình giáo dục tiên tiến và điều kiện thực tế ở Việt Nam.

Chuyển đổi số đang làm thay đổi căn bản cách thức đào tạo giáo viên âm nhạc, mở ra nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra không ít thách thức. Để nghiên cứu sâu hơn về chủ đề này, bài viết tập trung giải quyết các câu hỏi sau:

- Công nghệ số đã và đang tác động như thế nào đến quá trình đào tạo giáo viên âm nhạc tại Việt Nam?

- Những thách thức cụ thể trong việc ứng dụng công nghệ vào đào tạo giáo viên âm nhạc là gì?

- Các giải pháp đổi mới nội dung, phương pháp giảng dạy và phát triển kỹ năng số cho giáo viên âm nhạc cần triển khai ra sao để nâng cao hiệu quả đào tạo trong kỷ nguyên số?

Để trả lời các câu hỏi trên, bài viết sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp tài liệu nhằm hệ thống hóa cơ sở lý luận và các kết quả nghiên cứu liên quan đến chuyển đổi số trong giáo dục âm nhạc. Đồng thời, kết hợp với phương pháp phân tích tình huống thực tiễn từ một số cơ sở đào tạo giáo viên âm nhạc tại Việt Nam, tiêu biểu là Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương. Một số tài liệu quốc

tế về ứng dụng công nghệ trong giáo dục cũng được đổi mới, nhằm tham khảo mô hình và phương pháp giảng dạy tiên tiến có thể điều chỉnh phù hợp với bối cảnh Việt Nam.

2. Cơ hội của ngành Sư phạm Âm nhạc trong kỷ nguyên số

2.1. Công nghệ hỗ trợ giảng dạy hiệu quả

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số đang tái định hình cách thức giảng dạy và học tập âm nhạc trong môi trường giáo dục hiện đại. Thay vì chỉ dựa vào mô hình dạy học truyền thống với giáo viên - nhạc cụ - học sinh, hiện nay, công nghệ đang trở thành một “người thầy” thứ hai, đồng hành cùng người học trong suốt quá trình tiếp cận và khám phá âm nhạc.

Các phần mềm chuyên dụng như MuseScore, Finale, hay Sibelius không chỉ là công cụ để biên soạn nhạc mà còn là phương tiện trực quan hóa tư duy âm nhạc. Sinh viên có thể nhìn thấy ngay hiệu quả khi thay đổi giai điệu, hòa âm, nhịp điệu, từ đó rèn luyện khả năng phân tích và sáng tác. Đặc biệt, các phần mềm này còn tích hợp chức năng nghe thử, giúp người học điều chỉnh cảm quan âm nhạc theo thời gian thực, điều mà phương pháp truyền thống khó có thể thực hiện linh hoạt. Công nghệ nhận diện âm thanh và phản hồi tự động như Yousician, SmartMusic giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng biểu diễn cá nhân ở cấp độ chi tiết. Các phần mềm này có khả năng phân tích cao độ, nhịp phách, tốc độ, độ chính xác của từng nốt nhạc, đồng thời cung cấp phản hồi ngay lập tức, giúp người học biết được điểm mạnh và hạn chế để điều chỉnh kỹ thuật. Điều này đặc biệt hữu ích trong quá trình tự học và luyện tập cá nhân - một yêu cầu quan trọng trong đào tạo âm nhạc chuyên nghiệp.

Một bước tiến vượt bậc trong giảng dạy là việc ứng dụng công nghệ VR và AR. Trong môi trường ảo, sinh viên có thể trải nghiệm không gian âm nhạc như nhà hát, phòng thu, hoặc lớp học mô phỏng, từ đó phát triển kỹ năng trình diễn, giao tiếp sân khấu và làm việc nhóm. Việc học không còn bị giới hạn trong bốn bức tường mà được mở rộng sang những không gian học tập đa chiều, sinh động và truyền cảm hứng.

Bên cạnh đó, AI góp phần xây dựng hệ thống học tập cá nhân hóa. Dựa trên kết quả luyện tập, AI có thể đề xuất lộ trình học phù hợp, điều chỉnh bài tập theo năng lực từng người học, từ đó tối ưu hóa thời gian và hiệu quả tiếp thu. Đây là xu hướng giáo dục lấy người học làm trung tâm, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và đáp ứng nhu cầu học tập đa dạng trong kỷ nguyên số.

Tại Việt Nam, trong bối cảnh chuyển đổi số, việc áp dụng các nền tảng học tập trực tuyến như Zoom, Google Classroom, hay hệ thống quản lý học tập (LMS) đã trở nên phổ biến, đặc biệt trong thời kỳ hậu đại dịch. Ngoài ra, việc khai thác nguồn học liệu mở từ các trang như Coursera, Udemy, Khan Academy... giúp sinh viên tiếp cận với các khóa học quốc tế về âm nhạc, tiếp thu tri thức tiên tiến và phương pháp giảng dạy hiện đại từ các trường đại học hàng đầu thế giới.

Tuy nhiên, để công nghệ thực sự phát huy hiệu quả trong giảng dạy âm nhạc, các cơ sở đào tạo cần xây dựng

chiến lược ứng dụng công nghệ phù hợp với điều kiện thực tế, chú trọng đào tạo đội ngũ giảng viên có năng lực công nghệ, đồng thời bảo đảm sự hài hòa giữa đổi mới sư phạm với việc gìn giữ, phát huy giá trị nghệ thuật truyền thống. Việc tích hợp công nghệ không chỉ là giải pháp kỹ thuật mà còn là một tư duy đổi mới giáo dục, góp phần hình thành thế hệ nghệ sĩ và nhà giáo dục âm nhạc thích ứng với thời đại số hóa.

2.2. Nâng cao khả năng tiếp cận tài nguyên học tập

Trong bối cảnh chuyển đổi số, khả năng tiếp cận tài nguyên học tập trở thành yếu tố then chốt nâng cao chất lượng giáo dục âm nhạc. Công nghệ thông tin cho phép người học và giảng viên khai thác tài liệu đa dạng qua các nền tảng trực tuyến như Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, góp phần tăng tính linh hoạt trong giảng dạy, đặc biệt hữu ích với điều kiện địa lý khó khăn hoặc trong tình huống đặc biệt.

Các phần mềm như MuseScore, Finale, Sibelius, FL Studio, Logic ProX hay Ableton Live hỗ trợ sáng tác, phối khí và xử lý âm thanh, giúp sinh viên phát triển tư duy thực hành và sáng tạo. Những công cụ miễn phí như MuseScore hay BandLab for Education đặc biệt phù hợp với điều kiện đào tạo tại Việt Nam.

Bên cạnh đó, công nghệ VR/AR đang từng bước được tích hợp, mang lại môi trường học trực quan, giúp học viên trải nghiệm biểu diễn ảo và tăng khả năng cảm thụ âm nhạc.

Tuy nhiên, việc lựa chọn công cụ phù hợp và nâng cao năng lực công nghệ cho giảng viên, sinh viên vẫn là thách thức. Cần có chính sách đầu tư hạ tầng và đào tạo kỹ năng số để đảm bảo sự tiếp cận công bằng và hiệu quả trong giáo dục âm nhạc hiện đại.

3. Thách thức đối với ngành Sư phạm Âm nhạc trong kỷ nguyên số

Chuyển đổi số mang đến nhiều cơ hội đổi mới giáo dục âm nhạc, nhưng đồng thời cũng đặt ra những thách thức đặc thù cho việc đào tạo giáo viên âm nhạc tại Việt Nam. Không chỉ chịu tác động chung như các ngành đào tạo khác, giáo dục âm nhạc còn đối mặt với những khó khăn riêng biệt liên quan đến đặc thù bộ môn gắn liền với kỹ năng biểu diễn, cảm xúc nghệ thuật và tính thực hành cao.

3.1. Sự thay đổi trong phương pháp giảng dạy truyền thống

Trước đây, giáo dục âm nhạc chủ yếu dựa vào mô hình học trực tiếp, nhấn mạnh thực hành cá nhân và tương tác cảm xúc giữa thầy và trò. Việc chuyển sang hình thức học trực tuyến, học qua phần mềm hoặc mô hình kết hợp (Blended Learning) đòi hỏi sự thay đổi căn bản trong cách truyền đạt kỹ năng biểu diễn, cảm thụ âm nhạc và kỹ thuật nhạc cụ.

Một khảo sát nhỏ tại Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương năm 2024 cho thấy, đa số sinh viên ngành Sư phạm Âm nhạc nhận định rằng việc học thực hành nhạc cụ qua môi trường trực tuyến làm giảm hiệu quả rèn luyện kỹ thuật và khả năng biểu diễn. Điều này phản ánh rằng ứng dụng công nghệ vào giảng dạy âm nhạc cần có sự điều chỉnh phù hợp, thay vì sao chép nguyên mẫu từ các ngành lý thuyết khác.

Hơn nữa, các phần mềm giảng dạy hiện nay như Yousician, SmartMusic dù hỗ trợ phân tích kỹ thuật biểu diễn, nhưng chưa thể thay thế được sự chỉ dẫn cảm xúc và tinh tế trong biểu diễn nghệ thuật mà chỉ có sự tương tác trực tiếp giữa giáo viên và học sinh mới đạt hiệu quả tối ưu.

3.2. Khả năng tiếp cận công nghệ không đồng đều

Việc áp dụng công nghệ trong đào tạo giáo viên âm nhạc chịu ảnh hưởng lớn từ điều kiện hạ tầng và năng lực công nghệ số của giảng viên, sinh viên. Ở Việt Nam, sự chênh lệch này còn rõ nét hơn giữa các trường trung ương và địa phương.

Theo một số báo cáo tổng hợp và thực tiễn tại các trường đào tạo nghệ thuật, hiện nay tỷ lệ cơ sở được trang bị phòng thu âm hoặc nhạc cụ điện tử còn thấp, đặc biệt ở các khu vực ngoài đô thị lớn. Điều này tạo ra thách thức lớn trong việc triển khai đào tạo âm nhạc gắn với công nghệ số.

Đồng thời, sự khác biệt thế hệ cũng là một rào cản: một bộ phận giảng viên có thâm niên lâu năm thường gặp khó khăn trong việc cập nhật và vận hành các công cụ công nghệ mới, trong khi thế hệ sinh viên trẻ tuổi, được tiếp xúc với công nghệ từ sớm, có khả năng thích ứng nhanh chóng với các nền tảng số. Sự chênh lệch này ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của quá trình đào tạo và yêu cầu cần có những chương trình bồi dưỡng chuyên sâu về năng lực công nghệ cho đội ngũ giảng viên.

4. Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo ngành Sư phạm Âm nhạc

4.1. Xây dựng chương trình đào tạo thích ứng với kỷ nguyên số

Giảng dạy âm nhạc không chỉ là truyền đạt kiến thức mà còn là kết nối cảm xúc giữa giáo viên và học sinh. Tuy nhiên, việc áp dụng công nghệ có thể làm giảm sự tương tác trực tiếp, ảnh hưởng đến khả năng truyền tải cảm xúc và sáng tạo trong âm nhạc.

Trong bối cảnh chuyển đổi số, chương trình đào tạo ngành Sư phạm Âm nhạc cần được đổi mới để thích ứng với xu hướng công nghệ. Sinh viên không chỉ cần vững chuyên môn mà còn phải biết sử dụng công nghệ trong giảng dạy và sáng tạo âm nhạc. Điều này đòi hỏi điều chỉnh nội dung, phương pháp giảng dạy và trang bị các công cụ công nghệ phù hợp để phát huy hiệu quả đào tạo.

4.1.1. Đổi mới nội dung chương trình học

Việc tích hợp công nghệ vào giảng dạy Sư phạm Âm nhạc là cần thiết để nâng cao kỹ năng thực hành cho sinh viên. Các phần mềm soạn nhạc như MuseScore, Finale, Sibelius, cùng với các công cụ thu âm và hòa âm như Logic Pro, Ableton Live, FL Studio cần được đưa vào chương trình đào tạo để sinh viên làm quen với công nghệ âm nhạc hiện đại. Bên cạnh đó, các phần mềm phân tích âm thanh và nhận diện giọng hát như Melodyne và SmartMusic hỗ trợ hiệu quả quá trình giảng dạy và thực hành.

Việc đổi mới nội dung chương trình đào tạo giáo viên âm nhạc cần chú trọng tích hợp các công nghệ số vào học phần chuyên môn.

- Ứng dụng phần mềm soạn nhạc MuseScore, Finale, Sibelius trong các học phần "Sáng tác", "Hòa âm" để tăng khả năng thực hành biên soạn và xử lý bản nhạc số;

- Bổ sung học phần "Ứng dụng AI trong đào tạo âm nhạc", giới thiệu các công cụ như Yousician, SmartMusic, Flowkey nhằm hướng dẫn sinh viên sử dụng trí tuệ nhân tạo trong luyện tập cá nhân hóa;

- Đưa phần mềm thu âm và phối khí số như FL Studio, Logic Pro X vào chương trình "Kỹ thuật sản xuất âm nhạc số", nhằm rèn luyện kỹ năng sản xuất âm nhạc chuyên nghiệp.

Các nội dung đổi mới cần được triển khai thử nghiệm theo từng giai đoạn, trên cơ sở trang bị đầy đủ thiết bị phần cứng, phần mềm và tập huấn kỹ năng công nghệ cho giảng viên.

Ngoài ra, việc bổ sung các học phần chuyên sâu như "Ứng dụng công nghệ trong giáo dục âm nhạc", "Kỹ thuật sản xuất âm nhạc số" và "Trí tuệ nhân tạo trong sáng tác và giảng dạy âm nhạc" giúp sinh viên phát triển năng lực số và áp dụng công nghệ vào công việc thực tiễn. Nội dung giảng dạy cần hướng đến việc kết hợp âm nhạc với công nghệ, giáo dục và khoa học dữ liệu, tạo nền tảng vững chắc cho sinh viên, đồng thời mở rộng cơ hội nghề nghiệp và khả năng thích ứng với môi trường làm việc hiện đại.

4.1.2. Đổi mới phương pháp giảng dạy

Việc cải tiến phương pháp giảng dạy là yếu tố quan trọng để đáp ứng xu hướng giáo dục trong kỷ nguyên số. Mô hình học tập kết hợp (Blended Learning), kết hợp giữa học trực tiếp và học trực tuyến, giúp sinh viên chủ động tiếp cận tài liệu trước khi lên lớp, từ đó nâng cao khả năng thực hành và tương tác trong giờ học.

Phương pháp giảng dạy cũng cần thích ứng với mô hình đào tạo linh hoạt của thời đại số:

- Mô hình lớp học đảo ngược (Flipped Classroom): áp dụng cho các môn lý thuyết, khuyến khích sinh viên tự nghiên cứu bài giảng trước ở nhà, tập trung thảo luận và thực hành trên lớp;

- Mô hình học tập kết hợp (Blended Learning): tổ chức học lý thuyết trực tuyến kết hợp với thực hành trực tiếp đối với các môn như ký xướng âm, nhạc cụ cơ bản.

Sự kết hợp hợp lý giữa công nghệ số và phương pháp giảng dạy truyền thống sẽ giúp tối ưu hóa hiệu quả đào tạo và phát triển toàn diện kỹ năng cho sinh viên.

Phương pháp lớp học đảo ngược (Flipped Classroom) cũng mang lại hiệu quả cao khi sinh viên nghiên cứu bài giảng qua video và tài liệu số trước khi đến lớp, dành nhiều thời gian hơn cho thảo luận và thực hành. Điều này giúp sinh viên tiếp thu bài giảng chủ động, đồng thời phát triển tư duy phản biện và kỹ năng làm việc nhóm.

Học tập theo dự án (Project-Based Learning) là phương pháp hiệu quả giúp sinh viên áp dụng kiến thức vào thực tiễn thông qua các dự án sáng tác, thu âm hoặc giảng dạy, rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm và sáng tạo, đồng thời tạo ra sản phẩm âm nhạc thực tế.

Ngoài ra, việc ứng dụng AI trong giảng dạy có thể hỗ trợ cá nhân hóa quá trình học tập, giúp phân tích kỹ thuật

chơi nhạc, nhận diện lỗi sai và đề xuất bài tập phù hợp với từng sinh viên, tạo ra trải nghiệm học tập linh hoạt và hiệu quả.

4.1.3. Tăng cường cơ sở vật chất và tài nguyên số

Để đáp ứng yêu cầu đổi mới trong đào tạo giáo viên âm nhạc, các cơ sở đào tạo tại Việt Nam cần đầu tư xây dựng phòng học công nghệ cao với trang thiết bị hiện đại như phòng thu âm, nhạc cụ số, công nghệ VR và AR. Môi trường học tập hiện đại sẽ hỗ trợ sinh viên nâng cao kỹ năng thực hành, sáng tạo và làm quen với quy trình sản xuất âm nhạc chuyên nghiệp.

Cùng với đó, việc phát triển thư viện tài nguyên số là cần thiết nhằm hỗ trợ hoạt động tự học và thực hành linh hoạt. Hệ thống tài liệu học tập đa dạng, bao gồm bài giảng trực tuyến, kho âm thanh và video hướng dẫn, sẽ giúp sinh viên tiếp cận kiến thức một cách chủ động và hiệu quả.

Các trường cũng nên tăng cường hợp tác với các nền tảng học tập trực tuyến như Coursera, Udemy hay Khan Academy để khai thác các khóa học chuyên sâu về công nghệ âm nhạc. Đây là cơ hội để sinh viên tiếp cận tri thức quốc tế, mở rộng tầm nhìn và cập nhật xu hướng giáo dục toàn cầu.

Việc xây dựng chương trình đào tạo thích ứng với bối cảnh chuyển đổi số, kết hợp đổi mới nội dung, phương pháp và đầu tư hạ tầng, sẽ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo giáo viên âm nhạc, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của ngành giáo dục trong thời đại số.

4.2. Tận dụng tối đa các nguồn tài nguyên số

Trong bối cảnh chuyển đổi số, việc khai thác hiệu quả tài nguyên số là yếu tố then chốt trong nâng cao chất lượng giáo dục âm nhạc. Các tài nguyên số không chỉ mở rộng khả năng tiếp cận tri thức mà còn hỗ trợ cá nhân hóa quá trình học tập, giúp sinh viên tiếp cận phương pháp giáo dục tiên tiến và cập nhật xu hướng mới của thế giới.

Nền tảng học tập trực tuyến như Coursera, Udemy, Khan Academy hay các khóa học mở từ các trường đại học quốc tế cung cấp cơ hội học tập linh hoạt, cho phép sinh viên tiếp cận bài giảng và tài liệu từ các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực âm nhạc.

Bên cạnh đó, các phần mềm hỗ trợ chuyên môn như MuseScore, Finale, Logic Pro hay SmartMusic giúp sinh viên thực hành sáng tác, thu âm và phân tích âm nhạc hiệu quả, góp phần phát triển tư duy sáng tạo và kỹ năng chuyên môn trong môi trường kỹ thuật số.

Hệ thống thư viện số, video hướng dẫn và kho tài nguyên mở như YouTube, IMSLP hay Google Scholar cũng đóng vai trò quan trọng, cung cấp nguồn học liệu phong phú, hỗ trợ sinh viên tự học và nghiên cứu ngoài giờ học chính khóa.

Bên cạnh kiến thức chuyên môn, sinh viên Sư phạm Âm nhạc trong kỷ nguyên số cần được trang bị kỹ năng mềm và tư duy sáng tạo:

- Tổ chức các khóa bồi dưỡng kỹ năng giao tiếp số, kỹ năng giảng dạy trực tuyến, giúp sinh viên thích ứng với môi trường giáo dục số hóa;

- Khuyến khích sáng tạo âm nhạc bằng công nghệ số

thông qua các dự án sáng tác, phối khí, thu âm cá nhân hoặc nhóm;

- Phát triển tư duy sáng tạo trong ứng dụng công nghệ bằng cách tổ chức workshop, cuộc thi về "Âm nhạc và Công nghệ".

Việc phát triển kỹ năng mềm và sáng tạo sẽ hỗ trợ sinh viên không chỉ hoàn thiện kỹ năng nghề nghiệp mà còn chủ động thích nghi với sự thay đổi liên tục của môi trường giáo dục trong thời đại số.

Để phát huy tối đa hiệu quả của tài nguyên số, cần tích hợp hợp lý vào chương trình đào tạo, đồng thời nâng cao năng lực công nghệ cho cả giảng viên và sinh viên. Sự kết hợp giữa tài nguyên số và phương pháp giảng dạy sáng tạo sẽ góp phần thúc đẩy chất lượng giáo dục âm nhạc, giúp sinh viên phát triển toàn diện về kiến thức, kỹ năng và tư duy nghệ thuật.

4.3. Ứng dụng AI trong giảng dạy âm nhạc

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang tác động sâu sắc đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, Đảng và Nhà nước Việt Nam đã xác định rõ tầm quan trọng của việc ứng dụng công nghệ số, đặc biệt là AI, trong sự nghiệp đổi mới giáo dục - đào tạo. Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư nhấn mạnh: cần "đẩy mạnh chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo, phát triển hệ thống học tập mở, linh hoạt, ứng dụng mạnh mẽ công nghệ mới trong quản lý và giảng dạy". Đồng thời, Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng cũng xác định một trong các đột phá chiến lược là "phát triển nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao gắn với đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, phát triển mạnh khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo".

Trong lĩnh vực giáo dục âm nhạc, trí tuệ nhân tạo đang dần khẳng định vai trò quan trọng như một công cụ hỗ trợ giảng dạy, nâng cao chất lượng đào tạo và thúc đẩy sự phát triển cá nhân hóa của người học. Tại Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, việc nghiên cứu và ứng dụng AI trong các học phần chuyên ngành âm nhạc cần được nhìn nhận như một phần trong chiến lược phát triển năng lực sư phạm - nghệ thuật của đội ngũ giảng viên, cũng như trong việc đào tạo thế hệ sinh viên có khả năng thích ứng với xã hội số và thị trường lao động sáng tạo.

AI có khả năng phân tích và đánh giá kỹ thuật biểu diễn thông qua công nghệ nhận diện âm thanh. Các phần mềm như Yousician, SmartMusic, Flowkey cho phép nhận biết chính xác cao độ, tiết tấu, biểu cảm và trường độ khi biểu diễn. Thông qua đó, người học nhận được phản hồi chi tiết, giúp tự luyện tập hiệu quả, giảm sự phụ thuộc vào thời lượng hướng dẫn trực tiếp từ giảng viên, đồng thời góp phần nâng cao năng lực tự học - một phẩm chất quan trọng trong chiến lược giáo dục lấy người học làm trung tâm, mà Đảng ta đã nhiều lần nhấn mạnh trong các văn kiện chỉ đạo.

Trong lĩnh vực sáng tác và lý thuyết âm nhạc, AI mang đến môi trường học tập mở, sáng tạo và gợi mở nhiều tiềm năng phát triển tư duy nghệ thuật. Các hệ thống như AIVA, Amper Music, MuseNet... có thể mô phỏng, gợi ý giai

điều, hợp âm, phân tích cấu trúc tác phẩm âm nhạc theo phong cách đa dạng, góp phần hỗ trợ sinh viên mở rộng vốn hiểu biết, phát triển kỹ năng phân tích – sáng tạo, đồng thời tạo điều kiện tiếp cận các xu hướng nghệ thuật đương đại trên nền tảng công nghệ cao.

Không chỉ dừng lại ở kỹ thuật và sáng tạo, AI còn có khả năng xây dựng lộ trình học tập cá nhân hóa, dựa trên việc phân tích dữ liệu hành vi và năng lực của người học. Đây là xu hướng tất yếu trong nền giáo dục hiện đại, góp phần thực hiện thắng lợi mục tiêu phát triển con người toàn diện - một định hướng lớn trong tư tưởng Hồ Chí Minh và đường lối phát triển văn hóa - giáo dục của Đảng. Việc cá nhân hóa học tập không những tạo điều kiện cho mỗi sinh viên phát huy tối đa năng lực cá nhân, mà còn giúp nhà trường thực hiện hiệu quả phương pháp giáo dục phân hóa, phù hợp với yêu cầu đa dạng của người học trong thời đại số.

Tuy nhiên, để triển khai hiệu quả AI trong giảng dạy âm nhạc, Việt Nam nói chung và Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương nói riêng cần vượt qua một số rào cản như hạ tầng công nghệ chưa đồng bộ, năng lực công nghệ số của đội ngũ giảng viên còn hạn chế, thiếu hụt học liệu số hóa phù hợp với đặc thù âm nhạc Việt Nam và đặc biệt là những khoảng trống pháp lý liên quan đến đạo đức, quyền tác giả khi AI tham gia vào quá trình sáng tạo. Trước thực trạng đó, cần thiết lập lộ trình rõ ràng gắn với chính sách hỗ trợ từ Nhà nước, đầu tư nâng cao năng lực số cho đội ngũ cán bộ - giảng viên, đồng thời thúc đẩy liên kết với doanh nghiệp công nghệ để xây dựng hệ sinh thái giáo dục âm nhạc số mang bản sắc văn hóa Việt Nam. Đây cũng là cách cụ thể hóa mục tiêu “chủ động, tích cực hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng; nâng cao nội lực và năng lực cạnh tranh quốc gia” đã được Đảng đề ra trong chiến lược phát triển đất nước giai đoạn 2021- 2030.

Như vậy, AI không chỉ là công cụ kỹ thuật trong giảng dạy, mà còn là một thành tố quan trọng góp phần hiện thực hóa các mục tiêu chiến lược về đổi mới giáo dục - đào tạo, phát triển nguồn nhân lực và nâng cao vị thế văn hóa dân tộc trong thời kỳ hội nhập. Với vai trò là một trung tâm đào tạo giáo viên nghệ thuật hàng đầu, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương có điều kiện và trách nhiệm tiên phong trong việc nghiên cứu, ứng dụng và lan tỏa mô hình giảng dạy âm nhạc tích hợp AI, từ đó đóng góp tích cực vào công cuộc đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục nghệ thuật nước nhà.

4.4. Mô hình giảng dạy tiên tiến trên thế giới và bài học cho Việt Nam

Nhiều quốc gia phát triển đã triển khai mô hình giảng dạy hiện đại để nâng cao chất lượng đào tạo âm nhạc, khuyến khích sáng tạo và tính chủ động. Việt Nam có thể tham khảo và điều chỉnh các mô hình này cho phù hợp.

Phương pháp lớp học đảo ngược (Flipped Classroom) ở Berklee College of Music giúp tiết kiệm thời gian giảng dạy lý thuyết, tập trung vào thảo luận và thực hành. Học tập theo dự án (PBL) tại Juilliard School giúp sinh viên phát triển kỹ năng qua sáng tác, biểu diễn, thu âm thực tế.

Mô hình học tập kết hợp (Blended Learning) kết hợp học trực tiếp và trực tuyến, ngày càng phổ biến nhờ

Coursera và Udemy. Stanford và MIT Media Lab ứng dụng VR và AR để tạo môi trường học sinh động.

Việt Nam có thể cải tiến chương trình đào tạo theo hướng linh hoạt, ứng dụng công nghệ và tăng cường thực hành. Cần đầu tư đào tạo giảng viên và thúc đẩy hợp tác quốc tế để tiếp cận xu hướng mới. Việc cập nhật phương pháp giảng dạy và ứng dụng công nghệ sẽ giúp nâng cao chất lượng đào tạo giáo viên âm nhạc, tạo nền tảng vững chắc cho Việt Nam hội nhập vào xu hướng giáo dục toàn cầu.

4.5. Phát triển kỹ năng mềm và tư duy sáng tạo trong kỷ nguyên số

Trong bối cảnh giáo dục âm nhạc gắn liền với công nghệ, sinh viên ngành Sư phạm Âm nhạc cần không chỉ vững chuyên môn mà còn phát triển các kỹ năng mềm để nâng cao hiệu quả giảng dạy.

Tư duy sáng tạo là yếu tố quan trọng giúp sinh viên khai thác công nghệ một cách linh hoạt và mang dấu ấn cá nhân trong việc sáng tác và giảng dạy. Mặc dù công cụ kỹ thuật ngày càng hiện đại, năng lực sáng tạo vẫn là nền tảng tạo nên giá trị nghệ thuật.

Khả năng thích ứng với công nghệ cũng đặc biệt quan trọng. Giáo viên tương lai cần chủ động cập nhật kiến thức công nghệ mới và thử nghiệm các công cụ, phương pháp giảng dạy hiện đại để tối ưu hóa quá trình truyền đạt.

Kỹ năng giao tiếp và tương tác trực tuyến trở thành yêu cầu cơ bản trong môi trường học tập linh hoạt. Sử dụng hiệu quả các nền tảng số sẽ giúp nâng cao chất lượng giảng dạy và kết nối với học sinh một cách sinh động và gần gũi.

Cuối cùng, khả năng tự học và nghiên cứu là thiết yếu trong kỷ nguyên số. Sinh viên cần biết cách chọn lọc và khai thác tài nguyên từ các nguồn mở để nâng cao năng lực chuyên môn.

Việc trang bị các kỹ năng mềm này giúp sinh viên không chỉ nâng cao năng lực nghề nghiệp mà còn thích ứng tốt hơn với yêu cầu đổi mới giáo dục âm nhạc trong thời đại công nghệ số.

5. Vai trò của Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương trong đổi mới giáo dục âm nhạc

Trong tiến trình đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo theo tinh thần Nghị quyết số 29-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương giữ vị trí then chốt trong việc đào tạo đội ngũ giáo viên âm nhạc chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của xã hội trong kỷ nguyên số và hội nhập quốc tế. Là cơ sở đào tạo sư phạm nghệ thuật trọng điểm quốc gia, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương không chỉ thực hiện chức năng đào tạo, mà còn đóng vai trò dẫn dắt trong công cuộc đổi mới phương pháp giảng dạy âm nhạc gắn với công nghệ, giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa - nghệ thuật truyền thống trong thời đại chuyển đổi số.

Trước yêu cầu chuyển đổi số trong giáo dục, nhà trường đã chủ động triển khai các giải pháp đổi mới chương trình, nội dung và phương pháp đào tạo, trong đó lồng ghép việc ứng dụng công nghệ âm nhạc vào giảng dạy một cách bài bản, có hệ thống. Việc tích hợp các phần mềm chuyên

ngành như MuseScore, Finale, Sibelius, Ableton Live hay Soundtrap vào các học phần không chỉ giúp sinh viên làm quen với kỹ thuật hiện đại trong xử lý âm thanh, phối khí và sáng tác, mà còn nâng cao năng lực sử dụng công cụ số phục vụ giảng dạy, phù hợp với yêu cầu giáo dục phổ thông mới theo Chương trình Giáo dục phổ thông 2018. Cùng với đó, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương cũng chú trọng triển khai các mô hình dạy học kết hợp (blended learning), học tập trực tuyến, và sử dụng các nền tảng quản lý học tập (LMS) trong quản lý, đánh giá kết quả học tập, từng bước xây dựng môi trường giáo dục âm nhạc mở, linh hoạt, tiếp cận với xu thế giáo dục hiện đại của thế giới.

Song song với đổi mới chương trình đào tạo, nhà trường đặc biệt quan tâm đến việc hiện đại hóa cơ sở vật chất phục vụ dạy - học âm nhạc. Việc đầu tư vào phòng thu âm, phòng thực hành âm nhạc số, phòng học đa phương tiện và hệ thống nhạc cụ điện tử hiện đại đã tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên thực hành, trải nghiệm và phát triển toàn diện các kỹ năng nghề nghiệp. Không chỉ dừng ở việc “trang bị”, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương còn chú trọng “chuyển đổi” tư duy tiếp cận công nghệ trong toàn bộ hệ thống đào tạo, từ người dạy đến người học. Giảng viên được bồi dưỡng nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ thông tin trong giảng dạy, tiếp cận các phương pháp dạy học tiên tiến như dạy học dựa trên dự án, dạy học lấy người học làm trung tâm, đồng thời được khuyến khích thực hiện các nghiên cứu - sáng kiến sư phạm gắn với công nghệ, góp phần hình thành hệ sinh thái sư phạm nghệ thuật thích ứng linh hoạt với đổi mới giáo dục hiện nay.

Không dừng lại ở phạm vi trong nước, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương tích cực mở rộng hợp tác quốc tế, từng bước khẳng định vị thế của giáo dục âm nhạc Việt Nam trong khu vực và thế giới. Thông qua các chương trình trao đổi giảng viên, sinh viên, liên kết đào tạo, hội thảo chuyên môn, nhà trường đã tiếp cận và học hỏi những mô hình giảng dạy âm nhạc tiên tiến từ các quốc gia có nền giáo dục nghệ thuật phát triển như Hàn Quốc, Nhật Bản, Đức, Pháp hay Hoa Kỳ. Việc này không chỉ nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng sư phạm cho đội ngũ giảng viên, mà còn giúp sinh viên mở rộng tư duy quốc tế, sẵn sàng hội nhập và thích nghi với môi trường nghề nghiệp đa văn hóa, đa phương thức.

Bên cạnh phát triển chuyên môn và công nghệ, một điểm nhấn quan trọng trong chiến lược đổi mới của Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương là việc gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong đào tạo âm nhạc. Nhà trường đã và đang tích cực nghiên cứu, số hóa, truyền dạy các loại hình âm nhạc truyền thống như dân ca, nhạc cụ dân tộc, âm nhạc cung đình, nhạc lễ... theo phương pháp hiện đại, kết hợp giữa công nghệ và trải nghiệm thực hành văn hóa. Đây là cách để thực hiện mục tiêu mà Đại hội XIII của Đảng đã xác định: “Phát triển con người Việt Nam toàn

diện, trọng tâm là giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống, nâng cao dân trí, phát triển nhân lực, bồi dưỡng nhân tài, góp phần xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”.

Có thể khẳng định, trong bối cảnh giáo dục âm nhạc đang chuyển mình mạnh mẽ dưới tác động của chuyển đổi số, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương không chỉ giữ vai trò là trung tâm đào tạo giảng viên âm nhạc, mà còn là lực lượng nòng cốt trong việc thúc đẩy đổi mới giáo dục nghệ thuật theo định hướng hiện đại, hội nhập nhưng vẫn giữ gìn giá trị văn hóa dân tộc. Việc triển khai đồng bộ các chiến lược đổi mới về chương trình, phương pháp, công nghệ, hợp tác quốc tế và gìn giữ truyền thống chính là nền tảng vững chắc để Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương tiếp tục khẳng định vai trò và sứ mệnh tiên phong trong sự nghiệp phát triển giáo dục âm nhạc quốc gia trong thời kỳ mới.


6. Kết luận

Giáo dục âm nhạc trong kỷ nguyên số mang đến nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra không ít thách thức. Việc ứng dụng công nghệ vào giảng dạy giúp nâng cao chất lượng đào tạo, hỗ trợ cá nhân hóa trải nghiệm học tập và mở rộng khả năng tiếp cận tri thức. Tuy nhiên, để đạt hiệu quả cao, cần có sự đầu tư bài bản vào hạ tầng công nghệ, đào tạo giảng viên thích ứng với phương pháp giảng dạy mới và bảo tồn các giá trị âm nhạc truyền thống. Sự phối hợp giữa nhà trường, giảng viên và các cơ quan quản lý giáo dục là yếu tố then chốt để đưa giáo dục âm nhạc phát triển bền vững trong thời đại số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Giáo dục và Đào tạo. (2018). *Chương trình giáo dục phổ thông môn Âm nhạc*. Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam.
- [2] Lê Văn Cường. (2022). *Chuyển đổi số trong đào tạo giảng viên âm nhạc*. Tạp chí Nghệ thuật và Giáo dục, 15, 60-67.
- [3] Nguyễn Thị Hồng Nhung. (2021). *Ứng dụng công nghệ trong giảng dạy âm nhạc tại Việt Nam*. Tạp chí Khoa học Giáo dục, 36, 45-52.
- [4] Phạm Quang Huy. (2023). *Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong đào tạo âm nhạc: Tiềm năng và thách thức*. Tạp chí Giáo dục Nghệ thuật, 20, 78-85.
- [5] Davis, Virginia. (2023). “Artificial Intelligence in Music Education: The Future of Teaching and Learning.” *Journal of Music and Technology*, vol. 5, no. 1, tr. 45-62.
- [6] Green, Lucy. (2006). “Popular Music Education in and for Itself, and for ‘Other’ Music: Current Research in the Classroom.” *International Journal of Music Education*, vol. 24, no. 2, tr. 101-118.
- [7] Higgins, Lee. (2012). “Community Music and the Digital Age.” *Music Education Research*, vol. 14, no. 4, tr. 373-388.
- [8] Ministry of Education. (2019). “*Music Education Curriculum*.” Government of Canada. Truy cập ngày 03 tháng 3 năm 2025. [Online] Available: <https://www.education.gov/music-curriculum>.
- [9] OpenAI. (2022). “The Role of AI in Music Composition and Education.” *AI and Creativity Blog*. Truy cập ngày 01 tháng 3 năm 2025. (Online) Available: <https://www.openai.com/ai-in-music>.
- [10] Smith, John. (2021). “The Impact of Digital Learning on Music Education.” *Journal of Music Pedagogy*, vol. 10, no. 2, tr. 120-135.

Thông tin về tác giả

	<p>Dương Vũ Bình Minh</p> <ul style="list-style-type: none">- Cử nhân Sư phạm Âm nhạc - Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, năm tốt nghiệp 2011.- Cử nhân Âm nhạc học - Học viện Âm nhạc quốc gia Việt Nam, năm tốt nghiệp 2015.- Thạc sĩ Lý luận và phương pháp dạy học âm nhạc, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, năm tốt nghiệp 2015.- Tiến sĩ Lý luận và phương pháp dạy học âm nhạc, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, năm tốt nghiệp 2023.- Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên Khoa Sư phạm âm nhạc, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương.- Lĩnh vực quan tâm; Âm nhạc, Sư phạm âm nhạc.- Điện thoại: 0945086403.
---	---

FOMO VÀ HỘI CHỨNG HÓNG DRAMA: VẤN ĐỀ TÂM LÝ HAY HỆ QUẢ CỦA TRUYỀN THÔNG?

FOMO AND DRAMA-SEEKING SYNDROME: PSYCHOLOGICAL ISSUE OR MEDIA CONSEQUENCE?

Hoàng Kim Hồng¹, Nguyễn Vũ Huy Hoàng², Nguyễn Thị Quốc Minh³

¹Trường Đại học Bạc Liêu;

²Trường Cao đẳng FPT Polytechnic Cơ sở Đồng Nai;

³Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Hoang Kim Hong¹, Nguyen Vu Huy Hoang², Nguyen Thi Quoc Minh³

¹Bac Lieu University; hoangkimhong@gmail.com

²FPT Polytechnic College Dong Nai; hoangnvh3@fe.edu.vn

³University of Social Sciences and Humanities, Ho Chi Minh City National University;
quocminh1212@hcmussh.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Vu Huy Hoang (email: hoangnvh3@fe.edu.vn)

Tóm tắt - Trong bối cảnh mạng xã hội ngày càng phát triển mạnh mẽ và trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hàng ngày, hội chứng FOMO (Fear of Missing Out) và thói quen "hóng drama" đã trở thành những hiện tượng tâm lý - xã hội đáng chú ý, đặc biệt là ở giới trẻ và sinh viên đại học. Bài viết này phân tích mối liên hệ giữa FOMO và hành vi hóng drama từ góc độ đa ngành, bao gồm tâm lý học, truyền thông học và giáo dục học. Thông qua việc đánh giá các nghiên cứu hiện có kết hợp với phân tích thực tiễn tại Việt Nam, nghiên cứu chỉ ra rằng FOMO và hóng drama vừa là vấn đề tâm lý cá nhân vừa là hệ quả tất yếu của cơ chế vận hành truyền thông số hiện đại. Các nền tảng mạng xã hội với thuật toán tối ưu hóa sự tương tác đã góp phần kích thích và duy trì những hành vi này. Nghiên cứu đề xuất các giải pháp tích hợp ở cấp độ cá nhân, giáo dục đại học và quản lý truyền thông, nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực của FOMO và hóng drama, đồng thời nâng cao khả năng tư duy phân biện và sức khỏe tinh thần của người dùng mạng xã hội, đặc biệt là đối tượng sinh viên.

Từ khóa - Drama, FOMO; giáo dục đại học; mạng xã hội; sức khỏe tinh thần; truyền thông số.

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển bùng nổ của công nghệ số và mạng xã hội trong thập kỷ qua đã tạo ra những thay đổi căn bản trong cách thức con người giao tiếp, tiêu thụ thông tin và hình thành các mối quan hệ xã hội. Theo báo cáo "Digital 2024: Vietnam" [26], Việt Nam có 77,93 triệu người dùng mạng xã hội, chiếm 78,3% dân số và trung bình mỗi người dùng dành 3 giờ 5 phút mỗi ngày cho các nền tảng này. Trong bối cảnh đó, hai hiện tượng tâm lý - xã hội nổi bật đã xuất hiện và ngày càng thu hút sự chú ý của các nhà nghiên cứu: hội chứng FOMO (Fear of Missing Out) và thói quen "hóng drama" trên các nền tảng số.

FOMO được định nghĩa là "nỗi lo sợ bỏ lỡ những trải nghiệm thú vị mà người khác đang có" [18], biểu hiện qua sự bồn chồn, lo lắng và thôi thúc liên tục kiểm tra các cập nhật trên mạng xã hội. Trong khi đó, "hóng drama" là thuật ngữ của giới trẻ Việt Nam, chỉ hành vi tích cực theo dõi,

Abstract - In the context of rapidly developing social media becoming an integral part of daily life, FOMO (Fear of Missing Out) syndrome and the habit of "drama-seeking" have emerged as notable psycho-social phenomena, especially among young people and university students. This paper analyzes the relationship between FOMO and drama-seeking behavior from multidisciplinary perspectives, including psychology, media studies, and education. Through evaluating existing research combined with practical analysis in Vietnam, the study indicates that FOMO and drama-seeking are simultaneously personal psychological issues and inevitable consequences of modern digital media operational mechanisms. Social media platforms with interaction-optimizing algorithms have contributed to stimulating and maintaining these behaviors. The research proposes integrated solutions at the individual, higher education, and media management levels to minimize the negative impacts of FOMO and drama-seeking while enhancing the critical thinking abilities and mental health of social media users, particularly students

Keywords - Drama; FOMO; higher education; mental health; social media.

tim kiếm và tiêu thụ những nội dung gây tranh cãi, xung đột hoặc scandal liên quan đến cá nhân, nhóm người nổi tiếng hoặc các vấn đề xã hội gây chú ý [17].

Hai hiện tượng này, dù được nghiên cứu riêng biệt, lại có mối liên hệ mật thiết và cùng phản ánh những thay đổi trong cơ chế tâm lý và hành vi của con người dưới tác động của môi trường truyền thông số. FOMO có thể là động lực thúc đẩy hành vi hóng drama, trong khi hóng drama lại củng cố và làm trầm trọng thêm FOMO thông qua vòng phản hồi tâm lý tiêu cực [5].

Tại Việt Nam, nhóm đối tượng chịu ảnh hưởng lớn nhất của những hiện tượng này là sinh viên đại học - những người vừa có khả năng tiếp cận công nghệ cao, vừa đang trong giai đoạn hình thành nhân cách và định hướng giá trị sống. Khảo sát [10] với 1.200 sinh viên tại Hà Nội cho thấy 78% sinh viên thừa nhận có biểu hiện FOMO ở các mức độ khác nhau, trong khi 62% thường xuyên tham gia vào

các hoạt động hóng drama trên mạng.

Bài viết này tập trung phân tích sâu về mối quan hệ giữa FOMO và hành vi hóng drama từ ba góc độ chính: tâm lý học, truyền thông học và giáo dục, đặc biệt là trong bối cảnh giáo dục đại học. Nghiên cứu đặt ra câu hỏi: Liệu FOMO và hóng drama chỉ đơn thuần là vấn đề tâm lý cá nhân hay là hệ quả tất yếu của cơ chế vận hành truyền thông hiện đại? Vai trò của các trường đại học trong việc giáo dục, nâng cao nhận thức và trang bị kỹ năng cho sinh viên đối phó với những hiện tượng này như thế nào?

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Vai trò của cơ sở lý thuyết trong triển khai phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu khoa học xã hội, cơ sở lý thuyết đóng vai trò như một kim chỉ nam định hướng toàn bộ tiến trình nghiên cứu, từ xác định câu hỏi nghiên cứu, giả thuyết, cho đến lựa chọn phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu. Nghiên cứu này vận dụng lý thuyết về FOMO (Fear of Missing Out) do Przybylski và cộng sự [18] đề xuất, vốn xem FOMO là một biểu hiện của lo âu xã hội phát sinh từ nhu cầu được kết nối và không muốn bị bỏ lại phía sau. Dưới góc nhìn này, hành vi “hóng drama” trên mạng xã hội có thể được xem là một cơ chế phản ứng nhằm giảm thiểu cảm giác bị bỏ lỡ thông tin mang tính xã hội hoặc cảm xúc.

Ngoài ra, nghiên cứu còn tiếp cận “hóng drama” như một thực hành văn hóa đại chúng (popular culture practices), có liên hệ đến lý thuyết về hành vi giải trí và tâm lý tập thể trong môi trường kỹ thuật số. Cách tiếp cận liên ngành này dẫn đến việc lựa chọn phương pháp định tính và phân tích hiện tượng học để khai thác các diễn ngôn, hành vi và động cơ sâu xa của người dùng mạng xã hội khi tiếp cận, tương tác và tái sản xuất các nội dung “drama”. Như vậy, cơ sở lý thuyết không chỉ cung cấp khung khái niệm để lý giải hiện tượng mà còn định hình logic phương pháp tiếp cận, thu thập và xử lý dữ liệu của nghiên cứu.

2.2. Phương pháp nghiên cứu, kỹ thuật, quy trình và cách tiến hành

Nghiên cứu này áp dụng cách tiếp cận định tính, cụ thể là phương pháp phân tích nội dung kết hợp với hiện tượng học diễn ngôn. Phương pháp này cho phép khám phá cách các cá nhân trải nghiệm và diễn giải hành vi “hóng drama” trong bối cảnh văn hóa số, từ đó nhận diện các đặc điểm gắn với FOMO.

Quy trình nghiên cứu được thực hiện qua bốn bước chính:

- Bước 1: Tổng quan tài liệu;
- Bước 2: Thu thập dữ liệu thực tiễn;
- Bước 3: Mã hóa và phân tích nội dung;
- Bước 4: Liên kết dữ liệu và khung lý thuyết.

3. Những vấn đề cần bàn luận

3.1. Hội chứng FOMO từ những góc nhìn khoa học

3.1.1. Góc nhìn tâm lý học: tác động của FOMO lên sức khỏe tinh thần và hành vi

Từ góc độ tâm lý học, FOMO được giải thích dựa trên lý thuyết tự quyết định (Self-Determination Theory) [9],

cho rằng con người có ba nhu cầu tâm lý cơ bản: tự chủ (autonomy), năng lực (competence) và kết nối (relatedness). Khi những nhu cầu này không được đáp ứng trong đời sống thực, cá nhân có xu hướng tìm đến mạng xã hội như một phương tiện thay thế và phát triển FOMO [18].

Theo [5], FOMO có mối liên hệ trực tiếp với những vấn đề sức khỏe tinh thần như lo âu, trầm cảm, và giảm sự hài lòng về cuộc sống. Đặc biệt, những người có mức độ FOMO cao thường xuất hiện hành vi compulsive checking (kiểm tra cưỡng chế) - liên tục mở ứng dụng mạng xã hội để kiểm tra cập nhật mới, ngay cả khi đang tham gia vào các hoạt động khác.

Tại Việt Nam, nghiên cứu [15], tại ba trường đại học lớn ở Hà Nội cho thấy 42% sinh viên thừa nhận họ cảm thấy khó chịu nếu không được kiểm tra điện thoại trong hơn một giờ, và 35% cho biết họ thường xuyên mở mạng xã hội trong giờ học. Hầu hết sinh viên này đều có điểm số cao trên thang đo FOMO (Fear of Missing Out Scale) được phát triển bởi Przybylski và cộng sự phát triển [18].

Sự phát triển của hành vi hóng drama có thể được hiểu qua lý thuyết tâm lý học xã hội, đặc biệt là khái niệm “social grooming” (chải chuốt xã hội) của [11]. Theo đó, việc chia sẻ và quan tâm đến thông tin về người khác là một cách để con người duy trì và củng cố mối quan hệ xã hội. Trong bối cảnh hiện đại, hóng drama trở thành hình thức “social grooming” phổ biến, giúp cá nhân có chủ đề trò chuyện chung và cảm giác thuộc về nhóm.

Một ví dụ điển hình về FOMO và hóng drama tại Việt Nam là hiện tượng “Vụ cà phê Trung Nguyên” kéo dài từ 2015 đến 2019. Vụ việc ly hôn của ông Đặng Lê Nguyên Vũ và bà Lê Hoàng Diệp Thảo được truyền thông đưa tin rộng rãi và thu hút sự quan tâm lớn của công chúng. Theo thống kê của YouNet Media [27], mỗi ngày có hơn 5.000 lượt tìm kiếm về chủ đề này vào thời điểm cao điểm, với hàng nghìn bài viết và bình luận trên các nền tảng mạng xã hội. Kết quả khảo sát của [17] cho thấy nhiều sinh viên thừa nhận họ dành hàng giờ mỗi ngày để theo dõi vụ việc này vì sợ bỏ lỡ thông tin mới và không thể tham gia vào các cuộc thảo luận với bạn bè.

3.1.2. Góc nhìn truyền thông: cách nền tảng số khai thác FOMO để thu hút người dùng

Từ góc độ truyền thông học, FOMO và hành vi hóng drama không chỉ là hiện tượng tâm lý mà còn là kết quả tất yếu của cách thức vận hành của các nền tảng mạng xã hội hiện đại. Thuật toán của các nền tảng này được thiết kế để tối ưu hóa sự tương tác của người dùng, ưu tiên hiển thị những nội dung gây tranh cãi, kích thích cảm xúc mạnh hoặc có tính “viral” cao [24].

Theo [19], nội dung gây tranh cãi, drama có khả năng tạo tương tác cao hơn 63% so với nội dung thông thường. Do đó, các nền tảng mạng xã hội có xu hướng đẩy mạnh phân phối những nội dung này, tạo ra một vòng phản hồi tích cực cho hành vi hóng drama.

Bên cạnh đó, các chiến lược thiết kế gây nghiện (addictive design) như thông báo push, infinite scrolling (cuộn vô tận), và variable reward mechanism (cơ chế phần thưởng biến đổi) được áp dụng rộng rãi để tối đa hóa thời

gian người dùng dành cho nền tảng [12]. Những thiết kế này khai thác hiệu quả tâm lý FOMO và thúc đẩy hành vi hóng drama.

Tại Việt Nam, các nền tảng như Facebook, TikTok, và YouTube đã trở thành "sân khấu" chính cho các hoạt động hóng drama. Đặc biệt, TikTok với thuật toán "For You Page" đã tạo ra một môi trường lý tưởng cho việc lan truyền nhanh chóng các nội dung drama. Theo báo cáo [26], người dùng Việt Nam dành trung bình 52 phút mỗi ngày cho TikTok, và nội dung drama thường xuyên xuất hiện trong top trending của nền tảng này.



Hình 1. *We Are Social – Toàn cảnh digital tại Việt Nam đầu tháng 01/2024*

Một ví dụ điển hình về cách các nền tảng số khai thác FOMO là các "drama TikToker" tại Việt Nam. Theo [2], các vụ việc liên quan đến các influencer trên nền tảng này đã tạo ra làn sóng theo dõi khổng lồ. Dữ liệu từ We Are Social [25], cho thấy các video liên quan đến drama trên TikTok thường đạt lượt xem cao gấp 3 lần so với nội dung bình thường. TikTok với thuật toán đẩy nội dung đã liên tục hiển thị những nội dung này lên trang For You Page của người dùng, kể cả những người không chủ động tìm kiếm, tạo ra hiệu ứng FOMO mạnh mẽ và thúc đẩy hành vi hóng drama [6].



Hình 2. *Virus hóng hớt*

Hiệu ứng lan truyền nhanh chóng của drama trên mạng xã hội còn được thấy rõ trong nhiều vụ việc liên quan đến thực phẩm và sức khỏe. Theo [21], chỉ ra rằng thông tin về các sản phẩm tiêu dùng, đặc biệt là thực phẩm và sức khỏe, thường thu hút sự quan tâm rất lớn và lan truyền nhanh chóng trên các nền tảng mạng xã hội như TikTok, kể cả khi chưa có bằng chứng khoa học. Một khảo sát do [8] thực hiện trên 1.500 người dùng, trong đó có 500 sinh viên, cho thấy 82% biết đến các sự kiện này qua TikTok và 65% thừa nhận họ theo dõi vì sợ bỏ lỡ thông tin mà bạn bè đang thảo luận [2].

3.1.3. Vai trò của giáo dục (tại các trường đại học) trong việc nâng cao nhận thức và kỹ năng kiểm soát thông tin

Từ góc độ giáo dục, đặc biệt là giáo dục đại học, việc trang bị cho sinh viên những kỹ năng để nhận diện và đối phó với FOMO cũng như kiểm soát hành vi hóng drama trở nên cấp thiết trong bối cảnh hiện nay. Theo [4], Lý thuyết về tư duy phản biện (critical thinking) và kiến thức truyền thông (media literacy) cung cấp nền tảng quan trọng cho các can thiệp giáo dục.

Theo [14], giáo dục truyền thông phê phán (critical media education) giúp giảm đáng kể tác động tiêu cực của FOMO và hành vi hóng drama. Sinh viên được trang bị kỹ năng nhận diện các chiến lược thiết kế gây nghiện của mạng xã hội và kỹ thuật thao túng cảm xúc của nội dung drama có khả năng kiểm soát tốt hơn thời gian sử dụng mạng xã hội và ít bị cuốn vào vòng xoáy của FOMO.

Tại các nước phát triển, nhiều trường đại học đã đưa nội dung giáo dục truyền thông và sức khỏe số vào chương trình đào tạo. Đại học Stanford (Mỹ) đã phát triển chương trình "Digital Wellness" từ năm 2019, tập trung vào việc giúp sinh viên nhận diện và đối phó với FOMO, nghiện mạng xã hội và các vấn đề sức khỏe tinh thần liên quan. Chương trình này đã giảm 28% thời gian sử dụng mạng xã hội và tăng 34% mức độ hài lòng với cuộc sống ở sinh viên tham gia [3].

Tại Việt Nam, mặc dù nhận thức về tầm quan trọng của vấn đề này đã tăng lên, các can thiệp giáo dục vẫn còn hạn chế. Khảo sát [1] với 50 trường đại học trong cả nước cho thấy chỉ có 06 trường (12%) có chương trình chính thức về giáo dục truyền thông và sức khỏe số, trong khi 32 trường (64%) không có bất kỳ hoạt động nào liên quan đến việc giáo dục sinh viên về FOMO và các vấn đề tương tự.

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh là một trong số ít trường đã triển khai chương trình "Sống khỏe mạnh trong kỷ nguyên số" từ năm 2022, với các workshop và khóa học ngắn hạn giúp sinh viên nhận diện FOMO và phát triển thói quen sử dụng mạng xã hội lành mạnh. Theo khảo sát [17], Chương trình này đã thu hút hơn 2.000 sinh viên tham gia và nhận được phản hồi tích cực, với 76% sinh viên báo cáo họ đã áp dụng các kỹ thuật kiểm soát FOMO vào cuộc sống hàng ngày.

3.2. Tác động của FOMO và hóng drama đến sức khỏe tinh thần và hiệu quả học tập

Phân tích các nghiên cứu hiện có kết hợp với dữ liệu thực tiễn tại Việt Nam cho thấy mối liên hệ chặt chẽ giữa FOMO và hành vi hóng drama. FOMO là động lực tâm lý thúc đẩy hành vi hóng drama, trong khi hóng drama lại củng cố và làm trầm trọng thêm FOMO thông qua cơ chế phản hồi tâm lý [18].

Nghiên cứu [17] với 1.500 sinh viên đại học tại Việt Nam chỉ ra rằng những sinh viên có điểm số cao trên thang đo FOMO có xác suất cao hơn 3,2 lần tham gia vào các hoạt động hóng drama trên mạng xã hội. Họ dành trung bình 2,8 giờ mỗi ngày để theo dõi các vụ việc gây tranh cãi, so với 0,9 giờ ở nhóm có điểm FOMO thấp.

Đáng chú ý, 68% sinh viên trong nhóm có điểm FOMO cao thừa nhận họ thường xuyên cảm thấy lo lắng, bồn chồn nếu không được cập nhật thông tin về các drama đang diễn

ra và 59% cho biết họ thường xuyên kiểm tra điện thoại vào ban đêm để không bỏ lỡ thông tin mới [17].

Qua đó, chúng ta có thể thấy FOMO và hành vi hóng drama có tác động tiêu cực đáng kể đến sức khỏe tinh thần và hiệu quả học tập của sinh viên.

Về mặt sức khỏe tinh thần, sinh viên có mức độ FOMO cao và thường xuyên tham gia hóng drama có nguy cơ cao hơn 2,5 lần mắc các vấn đề lo âu và trầm cảm [5]. Họ cũng báo cáo mức độ hài lòng với cuộc sống thấp hơn 28% so với nhóm có mức độ FOMO thấp [18].

Tại Việt Nam, nghiên cứu của [20] với 1.200 sinh viên cho thấy 42% sinh viên thường xuyên cảm thấy lo lắng, căng thẳng khi không thể theo dõi các thông tin, drama trên mạng xã hội. Đáng lo ngại, 23% sinh viên thừa nhận họ đã trải qua ít nhất một đợt rối loạn giấc ngủ trong năm qua do dành quá nhiều thời gian vào đêm khuya để theo dõi các drama trên mạng.

Về mặt học tập, FOMO và hóng drama ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng tập trung và hiệu suất học tập. Nghiên cứu [13] chỉ ra rằng việc liên tục kiểm tra điện thoại do FOMO làm giảm 40% khả năng tập trung vào một nhiệm vụ phức tạp như học tập. Điều này càng nghiêm trọng khi dữ liệu từ [7] cho thấy 64% sinh viên Việt Nam thừa nhận họ thường xuyên mở mạng xã hội trong giờ học để theo dõi các cập nhật mới, dẫn đến việc bỏ lỡ thông tin quan trọng từ giảng viên.

Thêm vào đó, theo [22] chỉ ra rằng điểm số trung bình của nhóm sinh viên có mức độ FOMO cao và thường xuyên tham gia hóng drama thấp hơn 0,7 điểm (thang điểm 4) so với nhóm có mức độ FOMO thấp. Họ cũng có tỷ lệ vắng mặt các buổi học cao hơn 32% và tỷ lệ hoàn thành bài tập đúng hạn thấp hơn 28%.

4. Kết luận và giải pháp

Nghiên cứu này đã phân tích sâu về mối quan hệ giữa FOMO và hành vi hóng drama từ góc độ đa ngành, bao gồm tâm lý học, truyền thông học và giáo dục học. Kết quả nghiên cứu cho thấy FOMO và hóng drama vừa là vấn đề tâm lý cá nhân vừa là hệ quả tất yếu của cơ chế vận hành truyền thông số hiện đại.

Từ góc độ tâm lý học, FOMO và hóng drama phản ánh nhu cầu kết nối xã hội cơ bản của con người, nhưng lại được thể hiện theo cách thức tiêu cực dưới tác động của môi trường truyền thông số. Từ góc độ truyền thông học, các nền tảng mạng xã hội với thuật toán tối ưu hóa tương tác đã vô tình (hoặc cố ý) kích thích và duy trì những hành vi này thông qua các cơ chế thiết kế gây nghiện.

Sinh viên đại học, với đặc điểm tâm lý và hành vi đặc trưng của lứa tuổi, là nhóm dễ bị tổn thương nhất trước FOMO và hóng drama. Tác động tiêu cực của những hiện tượng này lên sức khỏe tinh thần và hiệu quả học tập của sinh viên đặt ra yêu cầu cấp thiết về các can thiệp giáo dục hiệu quả.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất một số giải pháp cho các trường đại học Việt Nam:

Giải pháp cấp độ chương trình đào tạo:

- Tích hợp nội dung giáo dục truyền thông phê phán và

sức khỏe số vào chương trình đào tạo chính thức;

- Phát triển các khóa học tự chọn chuyên biệt về quản lý thời gian sử dụng công nghệ số và sức khỏe tinh thần trong kỷ nguyên số;

- lồng ghép nội dung về tư duy phản biện và kỹ năng nhận diện thông tin sai lệch vào các môn học hiện có.

Giải pháp cấp độ hoạt động ngoại khóa:

- Tổ chức định kỳ các workshop và hoạt động ngoại khóa về digital detox, mindfulness, và quản lý thời gian;

- Thành lập các câu lạc bộ "Digital Wellness" do sinh viên điều hành, tạo không gian cho sinh viên chia sẻ và học hỏi từ nhau;

- Tổ chức các cuộc thi sáng tạo nội dung truyền thông về FOMO và hóng drama, khuyến khích sinh viên tham gia với tư cách là người sáng tạo thay vì chỉ là người tiêu thụ nội dung.

Giải pháp cấp độ hỗ trợ tâm lý:

- Phát triển mạng lưới "Digital Wellness Peer Counselors" trong đó sinh viên được đào tạo để hỗ trợ bạn bè;

- Mở rộng dịch vụ tư vấn tâm lý hiện có để bao gồm các vấn đề liên quan đến FOMO, nghiện mạng xã hội và trầm cảm do mạng xã hội;

- Xây dựng các nhóm hỗ trợ trực tuyến và ngoại tuyến cho sinh viên gặp khó khăn với FOMO và nghiện mạng xã hội.

Giải pháp cấp độ truyền thông:

- Phát triển các chiến dịch truyền thông toàn trường nâng cao nhận thức về FOMO và hóng drama;

- Sử dụng chính các nền tảng mạng xã hội để lan tỏa thông điệp tích cực về sử dụng công nghệ số cân bằng và lành mạnh;

- Phối hợp với các influencer là sinh viên để tạo ra nội dung có tính giáo dục về chủ đề này.

Giải pháp cấp độ chính sách:

- Xây dựng chính sách "Digital Wellness" cấp trường, bao gồm hướng dẫn sử dụng thiết bị công nghệ trong lớp học và khuyến nghị về thời gian sử dụng mạng xã hội;

- Thiết lập "Digital Detox Zones" - các khu vực không sử dụng thiết bị công nghệ trong khuôn viên trường;

- Tích hợp đánh giá mức độ FOMO và nghiện mạng xã hội vào hệ thống khảo sát sức khỏe tinh thần định kỳ của trường.

Bên cạnh các giải pháp cho trường đại học, bài viết cũng đề xuất một số khuyến nghị cho sinh viên và cá nhân:

Thiết lập giới hạn và kiểm soát thời gian:

- Sử dụng các ứng dụng theo dõi thời gian sử dụng mạng xã hội và thiết lập giới hạn hàng ngày;

- Thực hành "social media fasting" (nhịn mạng xã hội) định kỳ, từ vài giờ đến vài ngày;

- Tắt thông báo không cần thiết từ các ứng dụng mạng xã hội.

Phát triển thói quen sử dụng mạng xã hội có ý thức:

- Thực hành "mindful browsing" - duyệt web có ý thức, chú ý đến cảm xúc và phản ứng của bản thân khi tiếp xúc với nội dung drama;

- Định kỳ rà soát và lọc danh sách theo dõi, loại bỏ những tài khoản tạo ra cảm giác FOMO hoặc tiêu cực;

- Chủ động lựa chọn nội dung tiêu thụ thay vì để thuật toán quyết định.

Tăng cường kết nối xã hội ngoại tuyến:

- Dành thời gian cho các hoạt động xã hội trực tiếp để đáp ứng nhu cầu kết nối mà không phụ thuộc vào mạng xã hội;

- Tham gia các nhóm hứng thú, câu lạc bộ hoặc hoạt động tình nguyện;

- Phát triển và duy trì các mối quan hệ chất lượng trong đời thực.

Phát triển kỹ năng tư duy phản biện:

- Học cách đánh giá nguồn thông tin và tính xác thực của nội dung drama;

- Nhận diện các kỹ thuật thao túng cảm xúc và gây polarization (phân cực) trong nội dung drama;

- Tham gia các khóa học về kiến thức truyền thông và tư duy phản biện.

Tự chăm sóc sức khỏe tinh thần:

- Thực hành các kỹ thuật giảm stress như thiền, yoga, hoặc thư giãn tiến bộ;

- Tìm kiếm hỗ trợ chuyên nghiệp nếu FOMO và hóng drama ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe tinh thần;

- Xây dựng lòng tự trọng và sự tự tin không phụ thuộc vào việc luôn cập nhật thông tin mới nhất.




Tóm lại, FOMO và hội chứng hóng drama không chỉ là vấn đề tâm lý cá nhân mà còn là hệ quả tất yếu của cơ chế vận hành truyền thông số hiện đại. Để giải quyết hiệu quả những hiện tượng này, cần có sự kết hợp giữa các can thiệp ở cấp độ cá nhân, giáo dục đại học và quản lý truyền thông. Các trường đại học, với vai trò đào tạo và định hướng giá trị cho thế hệ trẻ, cần chủ động xây dựng môi trường học tập và hệ thống hỗ trợ giúp sinh viên phát triển thói quen sử dụng mạng xã hội lành mạnh, tư duy phản biện và khả năng kiểm soát FOMO cũng như hành vi hóng drama.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Giáo dục và Đào tạo. (2022). *Báo cáo khảo sát về giáo dục truyền thông trong các trường đại học Việt Nam*. Hà Nội: Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- [2] Bộ Thông tin và Truyền thông. (2023). *Báo cáo nghiên cứu về tác động của TikTok đối với người dùng trẻ Việt Nam*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông.
- [3] Brown, J., & Ellison, N. B. (2021). *Digital wellness programs in higher education: Addressing student mental health through technology interventions*. Journal of College Student Development, 62(5), 557-573.
- [4] Buckingham, D. (2015). *Defining digital literacy: What do young people need to know about digital media?* Nordic Journal of Digital

- Literacy, 10, 21-35.
- [5] Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. (2017). *Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO*. Computers in Human Behavior, 66, 248-255.
- [6] Chau, D. L., & Gruz, A. (2020). *Influence of social media algorithms on the spread of controversial content: A case study of Vietnamese TikTok*. Journal of Communication Technology, 3(1), 114-132.
- [7] Cục Công nghệ thông tin, Bộ Giáo dục và Đào tạo. (2023). *Báo cáo khảo sát về hành vi sử dụng mạng xã hội của sinh viên Việt Nam*. Hà Nội: Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- [8] Cục Phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử. (2023). *Khảo sát về hành vi tiêu thụ thông tin của người dùng mạng xã hội Việt Nam*. Hà Nội: Bộ Thông tin và Truyền thông.
- [9] Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior*. Psychological Inquiry, 11(4), 227-268.
- [10] Đinh Thị Hồng Vân. (2022). *FOMO và các biểu hiện trong sinh viên đại học: Một nghiên cứu tại Hà Nội*. Tạp chí Tâm lý học, 6, 25-37.
- [11] Dunbar, R. I. M. (1998). *Grooming, gossip, and the evolution of language*. Harvard University Press.
- [12] Eyal, N. (2014). *Hooked: How to build habit-forming products*. Portfolio Penguin.
- [13] Gikas, J., & Grant, M. M. (2013). *Mobile computing devices in higher education: Student perspectives on learning with cellphones, smartphones & social media*. The Internet and Higher Education, 19, 18-26.
- [14] Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Vilenchik, N., & Zimmerman, A. (2016). *By any media necessary: The new youth activism*. NYU Press.
- [15] Lê Văn Hội & Đỗ Thị Thanh Toàn. (2022). *Nghiên cứu về hội chứng FOMO ở sinh viên đại học tại Hà Nội*. Tạp chí Nghiên cứu Giáo dục, 38(5), 98-110.
- [16] Lewis, M., & Reinhart, K. (2020). *The impact of FOMO-reduction interventions on college student well-being*. Journal of American College Health, 68(5), 503-512.
- [17] Nguyễn Thị Phương Thảo & Lê Thị Minh Thảo. (2023). *Mối quan hệ giữa FOMO và hành vi hóng drama ở sinh viên đại học Việt Nam*. Tạp chí Khoa học Xã hội và Nhân văn, 9(2), 145-159.
- [18] Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out*. Computers in Human Behavior, 29(4), 1841-1848.
- [19] Shearer, E., & Matsa, K. E. (2018). *News use across social media platforms 2018*. Pew Research Center.
- [20] Trung tâm Nghiên cứu và Ứng dụng Tâm lý học. (2022). *Báo cáo nghiên cứu về tác động của mạng xã hội đến sức khỏe tinh thần của sinh viên Việt Nam*. Hà Nội: Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [21] Viện Chiến lược và Chính sách Truyền thông. (2023). *Nghiên cứu về cơ chế lan truyền thông tin sai lệch trên mạng xã hội Việt Nam*. Hà Nội: Bộ Thông tin và Truyền thông.
- [22] Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam. (2023). *Nghiên cứu mối liên hệ giữa sử dụng mạng xã hội và kết quả học tập của sinh viên đại học*. Hà Nội: Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- [23] Viện Nghiên cứu Dự luận Xã hội. (2022). *Báo cáo khảo sát về hành vi theo dõi sự kiện giải trí trên mạng xã hội*. Hà Nội: Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
- [24] Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). *The spread of true and false news online*. Science, 359(6380), 1146-1151.
- [25] We Are Social & Meltwater. (2023). *Digital 2023: Vietnam*. We Are Social.
- [26] We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Vietnam*. We Are Social.
- [27] YouNet Media. (2019). *Báo cáo phân tích xu hướng tìm kiếm và thảo luận trên mạng xã hội: Vụ Trung Nguyên*. TP. Hồ Chí Minh: YouNet Media.
- [28] YouNet Media. (2022). *Báo cáo phân tích dữ liệu mạng xã hội: Các sự kiện giải trí tại Việt Nam 2022*. TP. Hồ Chí Minh: YouNet Media.

Thông tin về tác giả

	<p>ThS. Hoàng Kim Hồng</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thạc sĩ Giáo dục mầm non. - Hiện đang công tác tại: Trường Đại học Bạc Liêu, Giảng viên Khoa Sư Phạm. - Lĩnh vực quan tâm: Giáo dục trẻ theo hướng lấy trẻ làm trung tâm, các quan điểm dạy học tích cực áp dụng vào việc chăm sóc giáo dục trẻ. -Điện thoại: 0362868020.
	<p>ThS. Nguyễn Vũ Huy Hoàng</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh. - Trưởng bộ môn Kinh tế FPT Polytechnic Đồng Nai. - Lĩnh vực quan tâm: AI, truyền thông, marketing, mạng xã hội, digital Marketing, thương hiệu. - Điện thoại: 0949124620.
	<p>TS. Nguyễn Thị Quốc Minh</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tiến sĩ ngành Lý luận và phương pháp dạy học bộ môn Văn. - Hiện đang công tác tại Khoa Văn học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. - Lĩnh vực quan tâm: Lý luận và Phương pháp dạy học bộ môn Văn - tiếng Việt trong nhà trường; mối quan hệ giữa truyền thông và giáo dục trong nhà trường; mạng xã hội và những tác động đến học sinh, sinh viên thế hệ Gen Z. - Điện thoại: 0985766998.

GIẢI PHÁP LIVESTREAM: ĐỔI MỚI TRUYỀN THÔNG TRONG GIÁO DỤC VÀ SỨC KHỎE CỘNG ĐỒNG

LIVESTREAM SOLUTION: INNOVATING COMMUNICATION IN HEALTH AND MEDICAL EDUCATION

Trần Thị Bích Phương, Đỗ Thuỳ Trang, Phan Thị Vân

Trường Đại học Y Dược Cần Thơ

Tran Thi Bich Phuong, Do Thuy Trang, Phan Thi Van

Can Tho University of Medicine and Pharmacy; ttbphuong@ctump.edu.vn, dttrang@ctump.edu.vn, ptvan@ctump.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Tran Thi Bich Phuong (email: ttbphuong@ctump.edu.vn)*

Tóm tắt - Trong bối cảnh nhu cầu tiếp cận thông tin y tế chính thống ngày càng gia tăng nhưng các phương pháp truyền thông truyền thống vẫn còn hạn chế, giải pháp livestream y tế được triển khai tại Trường Đại học Y Dược Cần Thơ đã trở thành một mô hình hiệu quả, giúp đưa kiến thức sức khỏe đến gần hơn với cộng đồng. Sáng kiến “Giải pháp Livestream: Đổi mới truyền thông trong Giáo dục và Sức khỏe cộng đồng” đã tổ chức 12 chuyên đề livestream, thu hút hàng trăm nghìn lượt xem, phản hồi tích cực và có sự tham gia của các bác sĩ chuyên môn cao. Mô hình không chỉ hỗ trợ tư vấn sức khỏe cộng đồng mà còn góp phần đào tạo sinh viên y khoa qua môi trường học tập tương tác thực tế. Bài báo trình bày cơ sở lý luận, phương pháp triển khai, kết quả thực tiễn và tiềm năng nhân rộng sáng kiến này tại các bệnh viện trường và cơ sở y tế trong xu thế chuyển đổi số ngành y tế.

Từ khóa - Livestream y tế; truyền thông sức khỏe; tư vấn y khoa trực tuyến; giáo dục y khoa; chuyển đổi số.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hiện nay, sức khỏe cộng đồng đã và đang trở thành mối quan tâm hàng đầu của xã hội. Các vấn đề y tế ngày càng phức tạp, khó kiểm soát, đặc biệt trong thời kỳ hậu đại dịch Covid-19, đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi sức khỏe của người dân. Tuy nhiên, thực tế cho thấy người dân vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận các nguồn thông tin y tế chính thống. Thay vào đó, thông tin sai lệch, không kiểm chứng trên mạng xã hội đang lan truyền nhanh chóng, gây ảnh hưởng tiêu cực đến hành vi và thái độ chăm sóc sức khỏe.

Trường Đại học Y Dược Cần Thơ, với vai trò là một trong những đơn vị đào tạo, nghiên cứu và phục vụ cộng đồng lớn tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, luôn đặt trách nhiệm cung cấp thông tin y tế đáng tin cậy lên hàng đầu. Các hình thức truyền thông truyền thống như hội thảo, lớp học hay các buổi tư vấn trực tiếp đã được triển khai trong nhiều năm qua. Tuy nhiên, những hình thức này vẫn còn hạn chế về số lượng người tiếp cận, chi phí tổ chức cao và thiếu tính tương tác linh hoạt trong kỷ nguyên số.

Trong khi đó, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, đặc biệt là các nền tảng mạng xã hội như Facebook, YouTube, TikTok, ... đã mở ra cơ hội mới để đưa kiến thức y tế đến với cộng đồng một cách trực tiếp,

Abstract - In the context of rising demand for access to accurate health information and limitations of traditional communication channels, the livestream-based medical communication model implemented at Can Tho University of Medicine and Pharmacy has emerged as an effective and practical solution. The initiative “Livestream Solution: Innovating Communication in Health and Medical Education” conducted 12 livestream sessions with high viewership and engagement, supported by experienced medical professionals. This model not only enhances public health education but also creates a hands-on learning environment for medical students. This paper presents the theoretical framework, implementation methods, results, and the potential for scaling this solution to medical universities and healthcare facilities in the digital transformation era.

Keywords - Medical livestream; health communication; online medical counseling; medical education; digital transformation.

để hiệu quả và thuận tiện hơn. Trong số đó, hình thức livestream y tế đang nổi lên như một phương pháp truyền thông hiện đại, cho phép kết nối trực tuyến giữa chuyên gia và người dân, vượt qua mọi rào cản không gian và thời gian.

Xuất phát từ thực tiễn đó, Trường Đại học Y Dược Cần Thơ đã triển khai đề tài sáng kiến “Giải pháp Livestream: Đổi mới truyền thông trong Giáo dục và Sức khỏe cộng đồng”, thực hiện 12 chuyên đề phát sóng trực tuyến trong năm học 2024 - 2025. Mỗi chuyên đề đều được thiết kế với nội dung y học thực tiễn, ngôn ngữ phổ thông dễ hiểu, có sự tham gia của các bác sĩ, dược sĩ nhiều kinh nghiệm, cùng sự hỗ trợ về mặt kỹ thuật truyền thông để tăng hiệu quả lan tỏa.

Sáng kiến này không chỉ cung cấp thông tin y tế chính thống cho cộng đồng mà còn đóng vai trò như một nền tảng đào tạo thực hành kỹ năng truyền thông cho sinh viên y khoa, dược khoa. Thông qua việc tham gia vào các hoạt động xây dựng nội dung, hỗ trợ kỹ thuật và phản hồi người xem, sinh viên có điều kiện tiếp cận và ứng dụng kiến thức chuyên môn trong môi trường thực tiễn.

Ngoài ra, hình thức livestream còn mang lại tính hiệu quả về chi phí, dễ dàng nhân rộng và đặc biệt phù hợp với định hướng chuyển đổi số trong giáo dục và y tế. Những kết quả tích cực từ khảo sát người xem và dữ liệu phân tích

sau 12 chuyên đề đã chứng minh tính khả thi, hiệu quả và tiềm năng nhân rộng của mô hình này tại các cơ sở y tế - giáo dục khác, đặc biệt là các bệnh viện trường.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp triển khai

2.1. Cơ sở lý luận

2.1.1. Lý thuyết truyền thông sức khỏe

Truyền thông sức khỏe được hiểu là quá trình truyền đạt thông tin y tế nhằm thay đổi hành vi, thái độ và nhận thức của cộng đồng, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống và phòng chống bệnh tật. Theo mô hình Truyền thông vì sự phát triển (Communication for Development – C4D), hiệu quả truyền thông phụ thuộc vào ba yếu tố then chốt: (1) nội dung chính xác, đáng tin cậy; (2) khả năng tiếp cận và hiểu của người nhận; (3) tính tương tác trong quá trình truyền thông.

Hình thức livestream - với ưu điểm là khả năng truyền đạt thông tin theo thời gian thực, tương tác trực tiếp, chi phí thấp và phạm vi tiếp cận rộng - đáp ứng đầy đủ các tiêu chí cốt lõi trên. Do đó, livestream được xem là một công cụ truyền thông hiện đại phù hợp với yêu cầu truyền thông sức khỏe trong thời đại số.

2.1.2. Ứng dụng công nghệ trong giáo dục y khoa

Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) và nhiều nghiên cứu giáo dục y khoa đã chỉ ra rằng việc ứng dụng công nghệ, đặc biệt là E-learning, Webinar và livestream, giúp tăng khả năng tiếp cận tri thức, nâng cao hiệu quả đào tạo và thúc đẩy quá trình học tập suốt đời của sinh viên y khoa.

Các nền tảng số không chỉ giúp giảng viên trình bày nội dung sinh động hơn mà còn tạo cơ hội để sinh viên thực hành kỹ năng mềm như tư vấn bệnh nhân, giao tiếp cộng đồng và phản biện chuyên môn trong môi trường thực tiễn. Livestream không chỉ là một kênh truyền thông, mà còn là công cụ sư phạm mới mẻ đầy tiềm năng trong giáo dục y khoa hiện đại.

2.2. Phương pháp triển khai sáng kiến

2.2.1. Thiết kế nội dung chuyên đề

Nhóm thực hiện tiến hành khảo sát nhu cầu cộng đồng qua Google Forms, tương tác mạng xã hội và dữ liệu phản hồi từ các buổi truyền thông trước đó. Các chủ đề livestream được lựa chọn dựa trên:

Mức độ phổ biến và tính thực tiễn (ví dụ: xử trí sốt ở trẻ, sử dụng thuốc giảm đau...);

Khả năng truyền đạt dễ hiểu, ngắn gọn, đúng chuyên môn;

Mức độ quan tâm trên các nền tảng mạng xã hội.

Sau đó, mỗi buổi livestream được xây dựng thành kịch bản chuyên môn gồm: phần trình bày (10 - 15 phút), phần minh họa bằng hình ảnh, video (5 phút) và phần tương tác trả lời câu hỏi trực tiếp (10 - 15 phút).

2.2.2. Tổ chức thực hiện

Các buổi livestream được thực hiện trên nền tảng Facebook Live và YouTube, Zoom, sử dụng phần mềm Vmix để tăng tính chuyên nghiệp. Quy trình triển khai gồm:

Chuẩn bị nội dung: biên tập kịch bản, slide, hình ảnh

minh họa;

Chuẩn bị kỹ thuật: thiết lập hệ thống quay, ánh sáng, kết nối mạng;

Tiến hành Livestream: phối hợp giữa chuyên gia y tế, MC dẫn chương trình, kỹ thuật viên và sinh viên hỗ trợ;

Theo dõi và tương tác: thu thập câu hỏi từ khán giả, sắp xếp và trả lời theo thời gian thực;

Kết thúc và ghi nhận: thống kê dữ liệu lượt xem, bình luận, chia sẻ và phân tích phản hồi người xem sau chương trình.

2.3. Công cụ hỗ trợ

Vmix: hỗ trợ livestream chuyên nghiệp, chèn slide, hình ảnh, video minh họa;

Canva, PowerPoint: thiết kế nội dung trực quan;

Google Forms: khảo sát phản hồi người xem;

Excel: xử lý và phân tích dữ liệu thống kê;

Facebook, YouTube, Zoom: nền tảng phát sóng chính.

2.4. Nhóm thực hiện và phân công vai trò

Chuyên gia y tế: chuẩn bị nội dung chuyên môn, trực tiếp tư vấn;

Tổ truyền thông: thiết kế nội dung trực quan, hỗ trợ kỹ thuật, phát sóng;

Sinh viên y khoa: hỗ trợ tương tác, tổng hợp câu hỏi, kỹ thuật hậu kỳ;

Cán bộ quản lý: giám sát nội dung, kiểm duyệt, đánh giá hiệu quả.

3. Kết quả nghiên cứu và khảo sát

3.1. Thống kê các buổi livestream đã thực hiện

Trong năm học 2024 - 2025, Trường Đại học Y Dược Cần Thơ đã tổ chức 12 buổi livestream chuyên đề về giáo dục sức khỏe, mỗi buổi kéo dài trung bình từ 25 - 30 phút, được phát sóng trực tiếp trên nền tảng Facebook Fanpage chính thức của Trường và một số kênh truyền thông phối hợp.

Bảng 1. Thống kê lượt tiếp cận, tương tác và phản hồi của các buổi livestream

STT	Tên chuyên đề	Ngày phát sóng	Lượt tiếp cận	Lượt xem	Bình luận	Chia sẻ	Phản hồi tích cực (%)
1	Tư vấn sức khỏe mùa thi	17/3/2024	21.500	6.200	73	42	96%
2	Cảnh báo đột quỵ: Dấu hiệu và xử trí sớm	05/4/2024	35.300	11.500	121	76	98%
3	Dinh dưỡng hợp lý	24/4/2024	18.200	5.600	63	35	93%

STT	Tên chuyên đề	Ngày phát sóng	Lượt tiếp cận	Lượt xem	Bình luận	Chia sẻ	Phản hồi tích cực (%)
	trong mùa hè						
4	Sốt xuất huyết: Cách nhận biết và phòng ngừa hiệu quả	07/5/2024	29.800	8.900	89	51	97%
5	Dược sĩ chia sẻ: Hiểu đúng về thuốc giảm đau	21/5/2024	24.000	7.200	72	38	95%
6	Tư vấn sức khỏe răng miệng cho trẻ em và phụ nữ mang thai	04/6/2024	20.300	6.000	66	30	94%
7	Nguy cơ tăng huyết áp ở người trẻ: Đừng chủ quan!	18/6/2024	26.700	7.800	87	42	96%
8	Phòng tránh bệnh tay chân miệng ở trẻ nhỏ	02/7/2024	17.600	4.900	49	25	92%
9	Trầm cảm và rối loạn lo âu ở sinh viên	15/7/2024	38.100	12.800	138	81	98%
10	Dấu hiệu cảnh báo ung thư thường bị	30/7/2024	40.400	14.300	147	86	98%

STT	Tên chuyên đề	Ngày phát sóng	Lượt tiếp cận	Lượt xem	Bình luận	Chia sẻ	Phản hồi tích cực (%)
	bỏ qua						
11	Sơ cấp cứu ban đầu khi tai nạn xảy ra	12/8/2024	27.000	7.900	78	40	95%
12	Tư vấn về tiêm ngừa và chăm sóc sức khỏe định kỳ	25/8/2024	22.800	6.400	61	33	94%

Chủ thích bảng: Dữ liệu được thu thập từ công cụ quản trị Facebook Business Suite và khảo sát Google Forms sau mỗi buổi livestream. Phản hồi tích cực được tính theo tỷ lệ người xem đánh giá hài lòng từ mức "Khá" trở lên.

3.2. Phản hồi từ khán giả

Kết quả khảo sát từ hơn 3.100 lượt người xem phản hồi cho thấy:

- 89% cảm thấy nội dung dễ hiểu, ngôn ngữ gần gũi;
- 92% cho biết livestream giúp họ biết thêm kiến thức mới về sức khỏe;
- 85% sẵn sàng chia sẻ nội dung cho người thân, bạn bè;
- 78% muốn có thêm các buổi phát sóng định kỳ theo chủ đề cụ thể.

3.3. Đóng góp nổi bật của đề tài

Tăng cường truyền thông sức khỏe chính thống giữa thời đại nhiễu loạn thông tin.

Ứng dụng công nghệ truyền thông số hiệu quả, sử dụng công cụ miễn phí nhưng chuyên nghiệp.

Lồng ghép đào tạo sinh viên y khoa thông qua việc tham gia sản xuất, kỹ thuật, tư vấn tương tác.

Mở rộng kết nối cộng đồng: một số chương trình có sự tham gia của người dân từ nhiều tỉnh thành.

4. Bàn luận

4.1. Giá trị nổi bật của mô hình Livestream y tế

Mô hình “Giải pháp Livestream” đã chứng minh hiệu quả vượt trội trong việc đổi mới hình thức truyền thông sức khỏe tại cơ sở giáo dục y tế. Thứ nhất, tính tiếp cận cao là ưu điểm nổi bật: trung bình mỗi buổi phát sóng thu hút hàng ngàn lượt xem trong vòng 24 giờ đầu, có buổi vượt mốc 10.000 lượt tiếp cận, cho thấy khả năng lan tỏa mạnh mẽ của phương thức này. Thứ hai, tính tương tác trực tiếp giúp người dân được giải đáp các thắc mắc cá nhân ngay trong thời gian thực, điều mà các hình thức truyền thông truyền thống thường không đáp ứng được. Thứ ba, livestream mở ra cơ hội để sinh viên y khoa rèn luyện kỹ năng giao tiếp, phản biện và ứng xử trước đám đông -

những năng lực thiết yếu trong hành nghề y sau này.

Bên cạnh đó, mô hình còn tiết kiệm chi phí tổ chức, có thể triển khai nhanh, linh hoạt chủ đề, phù hợp với nhiều đối tượng người dân khác nhau. Việc kết hợp giữa giảng viên, bác sĩ chuyên môn và đội ngũ sinh viên đã tạo nên một mô hình truyền thông - giáo dục - đào tạo khép kín và hiệu quả.

4.2. So sánh với các mô hình truyền thông y tế khác

So với các buổi tư vấn y tế cộng đồng truyền thống (thường diễn ra tại hội trường, phòng khám hoặc các khu dân cư), Livestream vượt trội về cả phạm vi tiếp cận, chi phí và khả năng tái sử dụng. Một buổi truyền thông trực tiếp thường giới hạn 50–100 người tham dự, trong khi Livestream có thể tiếp cận đến hàng chục nghìn người cùng lúc, bao phủ khắp các khu vực và nhóm tuổi.

So với các video sức khỏe dạng quay sẵn, Livestream lại có thể mạnh ở tính thời sự, mang tính cá nhân hóa cao khi người xem có thể tương tác và được trả lời ngay lập tức. Bên cạnh đó, tính “người thật - việc thật” giúp nâng cao độ tin cậy và cảm xúc kết nối giữa chuyên gia và người dân.

Tại một số bệnh viện lớn (ví dụ: Bệnh viện Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh, Bệnh viện Từ Dũ...), Livestream đã được ứng dụng như một phương tiện truyền thông chính thức, nhưng chủ yếu vẫn mang tính PR thương hiệu hoặc thông tin một chiều. Mô hình tại Trường Đại học Y Dược Cần Thơ có điểm khác biệt khi lồng ghép yếu tố đào tạo và cộng đồng, xây dựng nội dung kỹ lưỡng, có kịch bản truyền thông tương tác và hậu khảo sát sau chương trình.

4.3. Hạn chế và bài học kinh nghiệm

Một số buổi Livestream chưa đạt lượt tiếp cận như kỳ vọng do khung giờ phát sóng chưa phù hợp với nhóm khán giả mục tiêu (ví dụ: người cao tuổi, học sinh, công nhân...). Mặt khác, vấn đề kỹ thuật (đường truyền mạng, ánh sáng, âm thanh) đôi lúc còn ảnh hưởng đến trải nghiệm người xem. Việc duy trì đội ngũ hỗ trợ Livestream chuyên nghiệp và ổn định là một yếu tố cần đầu tư thêm, đặc biệt khi triển khai mở rộng.

Tuy nhiên, qua mỗi buổi phát sóng, nhóm thực hiện đều tổ chức họp rút kinh nghiệm, cập nhật kịch bản, tối ưu hóa hiệu ứng truyền thông và nâng cao chất lượng nội dung - cho thấy mô hình có khả năng tự hoàn thiện theo hướng chuyên nghiệp hóa.

4.4. Đề xuất nhân rộng mô hình

Từ những kết quả và kinh nghiệm tích lũy được, nhóm tác giả kiến nghị:

- Các bệnh viện trường, khoa y – dược tại các đại học nên tích hợp Livestream vào hoạt động truyền thông sức khỏe và đào tạo kỹ năng sinh viên.

- Cần xây dựng bộ tài liệu hướng dẫn triển khai Livestream y tế, bao gồm kịch bản, kỹ thuật, truyền thông, đánh giá hiệu quả, đề nhân rộng mô hình.

- Nên phát triển “Câu lạc bộ Truyền thông Y khoa” tại các trường y, do sinh viên điều hành, dưới sự cố vấn của giảng viên chuyên môn và cán bộ phụ trách truyền thông.

- Đề xuất Bộ Y tế và Bộ Giáo dục và Đào tạo quan tâm lồng ghép kỹ năng truyền thông số vào chương trình đào tạo bác sĩ, được sĩ trong thời đại y học cộng đồng và y học số phát triển mạnh.

5. Kết luận và kiến nghị

5.1. Kết luận

Đề tài “Giải pháp Livestream: Đổi mới truyền thông trong Giáo dục và Sức khỏe cộng đồng” do Trường Đại học Y Dược Cần Thơ triển khai đã khẳng định tính hiệu quả, khả thi và giá trị ứng dụng cao trong thực tiễn. Thông qua 12 buổi Livestream chuyên đề, mô hình đã tiếp cận được hàng trăm nghìn lượt người xem, mang lại thông tin y tế chính thống, kịp thời, dễ hiểu cho cộng đồng, đồng thời tạo điều kiện cho sinh viên y khoa rèn luyện kỹ năng truyền thông, phản biện và tương tác xã hội.

Livestream không chỉ là công cụ truyền thông số mà còn là một hình thức đào tạo đổi mới, linh hoạt, gắn kết giữa nhà trường - sinh viên - cộng đồng, phù hợp với xu hướng chuyển đổi số trong giáo dục và y tế hiện đại. Sự kết hợp hài hòa giữa nội dung chuyên môn, kỹ thuật truyền thông và tính cộng đồng đã tạo nên một mô hình giáo dục - phục vụ cộng đồng kiểu mới, có thể nhân rộng và phát triển tại các cơ sở đào tạo y khoa khác trên cả nước.

5.2. Kiến nghị

Từ những kết quả đạt được, nhóm tác giả kiến nghị:

- Mở rộng mô hình Livestream thành một chương trình định kỳ - có quy mô lớn hơn, được đầu tư kỹ thuật và truyền thông bài bản;

- Nhân rộng mô hình tại các trường y - dược, bệnh viện có yếu tố đào tạo, kết hợp giữa tư vấn sức khỏe cộng đồng và huấn luyện kỹ năng truyền thông cho sinh viên;

- Xây dựng quy trình chuẩn triển khai Livestream y tế, bao gồm thiết kế nội dung, tổ chức kỹ thuật, đánh giá hiệu quả, nhằm đảm bảo chất lượng và khả năng tái áp dụng;

- Đề xuất các cấp quản lý giáo dục và y tế quan tâm đầu tư nguồn lực, tích hợp kỹ năng truyền thông số vào chương trình đào tạo nhân lực y tế trong thời đại mới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO



- [1] Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), *Health Promotion Glossary*, WHO Press, 1998.
- [2] Nguyễn Thị Lan, *Truyền thông giáo dục sức khỏe cộng đồng*, Nhà xuất bản Y học, 2017.
- [3] Nguyễn Văn Tuấn, “Ứng dụng công nghệ thông tin trong đào tạo y khoa thời đại 4.0,” *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Y tế*, tập 14, số 2, 2020, tr. 112–120.
- [4] Phạm Thị Hồng Ngọc, “Truyền thông sức khỏe trên nền tảng mạng xã hội: Cơ hội và thách thức,” *Tạp chí Truyền thông*, số 8, 2021, tr. 45–52.
- [5] Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), “*Communicating Risk in Public Health Emergencies*,” WHO, 2017, [Online] Available: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240073326>, Truy cập ngày 30/04/2025.
- [6] UNESCO, *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*, UNESCO Publishing, 2011.
- [7] Lê Thị Phương Mai, “Livestream – Giải pháp truyền thông giáo dục mới hậu COVID-19,” *Tạp chí Giáo dục và Xã hội*, số 141, 2022, tr. 23–29.
- [8] Trường Đại học Y Dược Cần Thơ, “*Thống kê hiệu quả triển khai chuyên đề livestream y tế 2024–2025*,” Báo cáo nội bộ, tháng 3/2025.
- [9] Bệnh viện Đại học Y Dược TP.HCM, “*Chuỗi livestream ‘Chuyên gia*

tư vấn' thu hút hơn 1 triệu lượt xem," Website Bệnh viện ĐHYD TP HCM, 2023, [Online] Available: <https://bvdaihocyduoc.com.vn/livestream-chuyen-gia>, Truy cập ngày 25/04/2025.

Engagement Report," Internal Document, 2024.
[11]OpenAI, *ChatGPT response on livestream health education strategy, GPT-4 model, OpenAI, 03 May 2025.* [Personal AI-generated communication].

[10]Can Tho University of Medicine and Pharmacy, “*Student Digital*

Thông tin về tác giả

	<p>Trần Thị Bích Phương</p> <p>Quá trình đào tạo, nghiên cứu: Thạc sĩ Công nghệ thông tin - Đại học Khoa học Huế (2014).</p> <p>Công việc hiện tại: Phó Trưởng Phòng Đối ngoại và Truyền thông, Trường Đại học Y Dược Cần Thơ; cố vấn học thuật chương trình truyền thông số và đào tạo kỹ năng chuyển đổi số cho cán bộ, sinh viên.</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông y tế số; ứng dụng công nghệ vào giáo dục sức khỏe cộng đồng; AI trong truyền thông giáo dục đại học.</p> <p>Điện thoại: 0948 737977.</p> <p>Email: ttbphuong@ctump.edu.vn.</p>
	<p>Đỗ Thùy Trang</p> <p>Quá trình đào tạo, nghiên cứu: Cử nhân Báo chí - Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân Văn (2021).</p> <p>Công việc hiện tại: chuyên viên Truyền thông - Phòng TĐối ngoại và Truyền thông, Trường Đại học Y Dược Cần Thơ; hỗ trợ kỹ thuật và nội dung các chương trình livestream tư vấn sức khỏe.</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: chuyển đổi số trong giáo dục; kỹ thuật truyền thông trực tuyến; phát triển nội dung số đa nền tảng.</p> <p>Điện thoại: 0917 262632.</p> <p>Email: dttrang@ctump.edu.vn.</p>
	<p>Phan Thị Vân</p> <p>Công việc hiện tại: chuyên viên Phòng Thanh tra Pháp chế, Trường Đại học Y Dược Cần Thơ.</p>

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ CHO SINH VIÊN Ở CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

SOLUTIONS TO IMPROVE THE QUALITY OF POLITICAL THEORY EDUCATION FOR UNIVERSITY STUDENTS IN THE DIGITAL AGE

Phạm Thị Thu Hằng¹, Dương Văn Khoa²

¹Học viện Chính trị Công an nhân dân

²Trường Đại học Sư phạm Hà Nội

Pham Thi Thu Hang, Duong Van Khoa

¹People's Police Political Academy; thuhang162324@gmail.com

²Hanoi National University of Education; khoadv@hnue.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Duong Van Khoa (email: khoadv@hnue.edu.vn)*

Tóm tắt - Giáo dục lý luận chính trị (LLCT) cho sinh viên ở các trường đại học được thực hiện chủ yếu thông qua các môn học trong chương trình đào tạo như: Triết học Mác Lênin; Kinh tế chính trị Mác Lênin; Chủ nghĩa xã hội khoa học; Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam; Tư tưởng Hồ Chí Minh. Kỷ nguyên số hiện nay đã tạo ra những cơ hội và thách thức đan xen. Để tận dụng tốt các cơ hội, hạn chế các thách thức, nâng cao hiệu quả công tác giáo dục LLCT, nhà trường cũng như các giảng viên cần kết hợp đồng bộ các giải pháp, chủ yếu là: đổi mới nội dung giảng dạy các môn LLCT phù hợp với bối cảnh thời đại “Kỷ nguyên số”; đổi mới phương pháp, kỹ thuật, hình thức, phương tiện dạy học, kiểm tra, đánh giá các môn LLCT phù hợp với thời đại “Kỷ nguyên số”; tăng cường vai trò, chất lượng của đội ngũ giảng viên LLCT trong thời đại “Kỷ nguyên số”; tăng cường hạ tầng, nền tảng công nghệ số trong các cơ sở giáo dục đại học.

Từ khóa - Cơ hội và thách thức; kỷ nguyên số; giải pháp; giáo dục lý luận chính trị.

1. Đặt vấn đề

“Kỷ nguyên số” hay “Kỷ nguyên chuyển đổi số” là thời kỳ xuất hiện “sự biến đổi to lớn của mọi mặt đời sống xã hội hiện đại, thể hiện vai trò đặc biệt của công nghệ số trong toàn bộ chu trình: công nghệ số - sản xuất - con người - quan hệ xã hội - môi trường; công nghệ số trở thành nhân tố quan trọng trong lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất xã hội” [3]. Có thể nói, bình minh của Kỷ nguyên số được tính từ cuối thế kỷ XX, với sự ra đời của máy tính cá nhân kỹ thuật số, lưu trữ số xuất hiện. Hiện nay, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã đưa loài người tiến sâu vào thời đại Kỷ nguyên số, biểu hiện rõ ở một số yếu tố cơ bản như: trí tuệ nhân tạo (AI), internet vạn vật (IoT), dữ liệu lớn (Big Data), tự động hóa...

Giáo dục lý luận chính trị (LLCT) cho sinh viên (SV) là một nhiệm vụ quan trọng của các trường đại học trong cả nước, nhiệm vụ này được thực hiện dưới nhiều hình thức khác nhau như: học tập chính trị đầu năm (sinh hoạt công dân); hội thảo chuyên ngành; mời các chuyên gia tham dự các buổi nói chuyện, tọa đàm cùng cán bộ, SV; tổ chức kỷ niệm các ngày lễ lớn liên quan đến các sự kiện chính trị tiêu biểu trong nước và quốc tế, ngày sinh, ngày mất của lãnh tụ cách mạng Ph.Ăngghen, C.Mác, V.I. Lênin, Hồ Chí

Abstract - Political theory education for university students is primarily delivered through courses in the training program such as: Marxist-Leninist philosophy; Marxist-Leninist political economy; Scientific socialism; History of the Communist Party of Vietnam; Ho Chi Minh thought. The current digital age has created intertwined opportunities and challenges. To leverage opportunities and mitigate challenges and improve the effectiveness of political theory education, schools as well as specialized lecturers need to combine synchronous solutions, mainly: Innovating the teaching content of political theory subjects in accordance with the context of the "Digital Age"; Innovating methods, techniques, forms, means of teaching, testing, and evaluating political theory subjects in accordance with the "Digital Age"; Strengthening the role and quality of the team of political theory lecturers in the "Digital Age"; Strengthening infrastructure and digital technology platforms in higher education institutions.

Keywords - Opportunities and challenges; digital age; solutions; political theory education.

Minh...; đưa học liệu lý luận chính trị lên trang website của nhà trường để tuyên truyền; thông qua dạy học các môn học (trong khuôn khổ của một bài viết, chúng tôi tập trung chủ yếu vào hình thức này): Triết học Mác – Lênin; Kinh tế chính trị Mác Lênin; Chủ nghĩa xã hội khoa học; Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và Tư tưởng Hồ Chí Minh trong các chương trình đào tạo của nhà trường.

Ngoài nhiệm vụ chuyên môn, các môn LLCT ở các trường đại học còn góp phần quan trọng trong việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng ta. Qua nghiên cứu lý thuyết và thực tiễn, cùng kinh nghiệm của cá nhân, bước đầu chúng tôi phân tích, đánh giá, tổng kết những cơ hội và thách thức đối với hoạt động giáo dục các môn LLCT trong thời đại kỷ nguyên số (hạt nhân là công nghệ số), trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp nhằm tận dụng, phát huy các cơ hội, hạn chế những tác động xấu của thách thức, nâng cao hơn nữa chất lượng giáo dục các môn LLCT ở các trường đại học hiện nay. Đề khẳng định thêm giá trị của các giải pháp đã đề xuất, chúng tôi tiến hành khảo sát ý kiến từ các giảng viên (GV) LLCT ở một số trường đại học về tính khả thi của các giải pháp.

2. Kết quả nghiên cứu và khảo sát

2.1. Những cơ hội cho giáo dục lý luận chính trị ở các

trường đại học trong Kỷ nguyên số

2.1.1. Ứng dụng thành tựu của công nghệ số, nâng cao chất lượng dạy học các môn LLCT

Đặc trưng nổi bật của kiến thức các môn LLCT là tính khái quát cao. Vì vậy, hoạt động nhận thức của người học cũng phải tiếp cận đến tư duy trừu tượng mới hiểu được bản chất của các vấn đề. Do tính đặc thù và độ khó cao của kiến thức LLCT, cùng những nguyên nhân khách quan, chủ quan khác (như phương pháp, kỹ thuật, phương tiện dạy học của GV chưa phù hợp, hiệu quả; tâm lý ngại khó, xem nhẹ môn học của SV...) nên đa số SV “ngán”, “sợ” môn học, kết quả học tập không được tốt.

Ứng dụng công nghệ số trong dạy học nói chung, dạy học các môn LLCT nói riêng sẽ tạo ra sự đa dạng, nhiều tiện ích ở hình thức, nội dung, hoạt động, phương pháp, kỹ thuật, phương tiện dạy học, giúp người dạy và người học có nhiều thuận lợi và đạt được kết quả tốt hơn, ví dụ như: các phần mềm, ứng dụng, trợ lý ảo dạy học, game giáo dục... giúp tăng cường tương tác giữa người dạy với người học, người học với người học; công nghệ số tạo môi trường học tập linh hoạt (hình thành các trường học, lớp học trực tuyến, lớp học ảo). Người dạy và người học có thể thực hiện hoạt động dạy và học ở mọi lúc, mọi nơi, mọi tình huống (kể cả trong tình huống bị phong tỏa, giãn cách xã hội như thời kỳ dịch Covid 19 vừa rồi); SV chủ động hơn trong việc học, cường độ học tập, tìm kiếm tài liệu số, xử lý thông tin...; tìm kiếm, lưu trữ, quản lý thông tin nhanh và tốt hơn; tạo hình ảnh trực quan, sinh động dễ hiểu (con đường nhận thức chân lý sẽ trở nên đơn giản, hiệu quả hơn); giúp cá nhân hóa học tập; hỗ trợ người dạy ở một số khâu trong quy trình dạy học.

trực tuyến, chatbot AI, trợ lý ảo AI, các bài giảng điện tử, bài kiểm tra, đánh giá trực tuyến của các trường đại học, tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước... là hệ sinh thái số đồ sộ, phong phú, đa dạng, tiện ích mà người học có thể tiếp cận mọi lúc, mọi nơi, trong đó có nhiều nguồn học liệu số mở, miễn phí, chất lượng, ví dụ như: chatgpt.com; dangcongsan.vn (cổng thông tin điện tử của Đảng Cộng sản Việt Nam); tailieu.vn (người học chỉ cần đăng kí trở thành thành viên là có thể chia sẻ hoặc tải miễn phí các tài liệu của trang website) ...



Hình 2. Một số trang website học liệu số mở

2.1.3. Thuận lợi trong tương tác và cá nhân hóa học tập

Theo cách tiếp cận hình thành và phát triển năng lực người học, hợp tác, tương tác, trải nghiệm trở thành những hoạt động chủ đạo của giáo dục trong nhà trường. Về cơ bản, năng lực của người học chỉ có thể được hình thành và phát triển thông qua các hoạt động, trải nghiệm và sự tương tác. Nền tảng học tập trực tuyến (LMS) nói chung hay các ứng dụng, phần mềm nói riêng (zoom, google meet, Microsoft Teams, Skype...) giúp người học với người dạy có thể tương tác, hợp tác, trao đổi, thảo luận hiệu quả ở mọi lúc mọi nơi và có thể không giới hạn về số lượng người tham gia (điều mà dạy học truyền thống khó có thể thực hiện được).

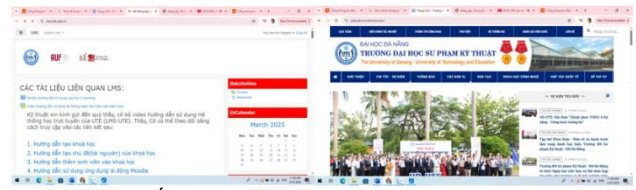


Hình 1. Một số trang website học liệu số

2.1.2. Mở rộng phạm vi, thuận lợi trong tiếp cận tri thức

Hiện nay, khoa học, công nghệ, cũng như tri thức (những điều hiểu biết có hệ thống về sự vật nói chung) của nhân loại ngày càng gia tăng, phát triển như vũ bão với tốc độ chóng mặt, khoảng cách giữa lý luận (lý thuyết), phát minh khoa học đến ứng dụng vào thực tiễn đời sống, sản xuất ngày càng được rút ngắn hơn và phạm vi ứng dụng ngày càng được mở rộng; khoa học công nghệ thực sự đã trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp. Cuộc sống đòi hỏi con người cần có vốn tri thức ngày càng sâu rộng và áp dụng nhanh chóng vào thực tiễn để giải quyết những vấn đề do cuộc sống đặt ra.

Thực tế trên cho thấy, SV các ngành học nói chung ở các trường đại học muốn thích ứng tốt và thành công trong việc học và việc làm (tiếp cận tri thức và làm việc hiệu quả) cần phải sử dụng kết hợp nhiều công cụ học tập (cả truyền thống và hiện đại) khác nhau, trong đó, công cụ ưu việt là công nghệ số. Với hệ thống các thư viện số, cơ sở dữ liệu



Hình 3. Hệ thống LMS của Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng

Ngoài ra, với sự hỗ trợ của công nghệ số, GV có thể thực hiện cá nhân hóa học tập của người học một cách thuận lợi, nhanh chóng (đó là mô hình dạy học theo nhu cầu, khả năng của từng SV hoặc nhóm SV; đồng thời, “việc học cần phải được điều chỉnh và liên tục cải tiến cho phù hợp với điều kiện, khả năng, sở thích, kiến thức nền tảng, sở thích, mục tiêu của mỗi người học và có thể thích ứng với các kỹ năng và kiến thức đang phát triển của người học” [2]), cung cấp nội dung bài học, tài liệu học tập phù hợp nhất đến từng cá nhân và nhóm, ví dụ như: SV chuyên ngành LLCT, không chuyên ngành, ngành gần LLCT hoặc các SV ngành khoa học tự nhiên, ngành khoa học xã hội và nhân văn...); cá nhân hóa các hoạt động trải nghiệm, tương tác (ứng dụng trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, trợ lý ảo AI, các trường đại học, cũng như người dạy có thể thực hiện dễ dàng thực hiện phương pháp, kỹ thuật cá nhân hóa học tập cho người học); đánh giá trình độ, kết quả học tập của từng người học, nhóm người học một cách trực tiếp hoặc gián

sản và không cộng sản; trong cuộc chiến tranh tại Việt Nam, người Mỹ không hề muốn cai trị người Việt Nam...”; hoặc “Việt Nam chỉ là chiến trường thử nghiệm vũ khí của Mỹ, Liên Xô, Trung Quốc” ...[6]

Đối với SV, sự phân tán tư tưởng, khó kiểm soát thông tin có thể khiến người học khó hoặc giảm khả năng tập trung, tiếp thu kiến thức bộ môn; tăng nguy cơ quá tải thông tin; giảm động lực học tập. Nhiều chuyên gia đã cảnh báo về những tác hại do công nghệ gây ra, trong đó có vấn đề mất tập trung của con người, nhất là giới trẻ “hiện tượng mất tập trung do công nghệ sẽ là một vấn đề nghiêm trọng của thế kỷ 21” [5]. Theo báo cáo giám sát giáo dục toàn cầu năm 2023 của tổ chức Unesco, việc sử dụng công nghệ trong lớp học cũng có thể làm gián đoạn việc học tập. Ở Việt Nam, 30% học sinh được khảo sát trong báo cáo này cho biết việc sử dụng công nghệ để học tập làm tăng sự lơ đãng và sao nhãng trong các hoạt động phi học thuật. Việc sử dụng điện thoại di động được cho là gây rối, gây khó khăn cho giáo viên trong việc quản lý lớp học [7]. Ngoài ra, thông tin đa chiều (trong đó có không ít quan điểm tiêu cực, trái chiều, xuyên tạc, bóp méo sự thật) sẽ gây ra sự hoài nghi, hoang mang cho SV. Ví dụ: những thông tin xuyên tạc, lệch lạc trên trang Facebook cá nhân của Hoàng Việt Khánh (Cơ quan công an đã phát hiện, thu thập được 126 bài viết, 1 video được đăng tải) chống phá Đảng và Nhà nước (Năm 2024, đối tượng đã bị Tòa án nhân dân tỉnh Lâm Đồng tuyên phạt 8 năm tù) [11].

Đối với GV, sự phân tán tư tưởng nhanh chóng và khó kiểm soát thông tin trên mạng internet và các các nền tảng mạng xã hội khác (zalo, tiktok, facebook...) có thể tạo ra nhiều thách thức, khó khăn hơn trong việc quản lý, kiểm soát SV, lớp học; giảm động lực, giảm hiệu quả giảng dạy (do nhiều SV sao nhãng, phân tâm, không tập trung trong giờ học, nội dung học tập).

2.2.2. Tăng thái độ thụ động, giảm sự tương tác thực tế của người học

Công nghệ số tạo ra nhiều tiện ích, thuận lợi cho mọi người, mọi lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực giáo dục và đào tạo, tạo thêm sự tương tác trên không gian mạng cho GV và SV. Tuy nhiên, việc dễ dàng tiếp cận với các nguồn học liệu số có sẵn (video, văn bản, game giáo dục, bài giảng điện tử, bài tập kèm theo đáp án...) nên cả người dạy và người học sẽ nảy sinh tâm lý, thái độ ỷ lại, lười tư duy, giảm ghi nhớ và phản xạ, phản biện...



Hình 6. Một số video bài giảng các môn LLCT trên internet

Một trong những nguyên tắc chủ đạo có tính phương pháp luận khi dạy học các môn LLCT là tính lịch sử - cụ thể; thống nhất giữa lý luận với thực tiễn. Việc GV sử dụng thường xuyên các phần mềm, ứng dụng dạy học trực tuyến như Zoom, Google Meet, Microsoft Teams... hoặc các video bài giảng để dạy học; dạy học kết hợp sẽ khó đảm

bảo thực hiện được các nguyên tắc trên; đồng thời, làm giảm sự kết nối, động lực dạy và học. Bên cạnh đó, sự tương tác giữa GV và SV, giữa SV với SV mang tính gián tiếp (tương tác trên không gian mạng), bị động, thiếu tính thực tiễn nên dễ làm giảm cảm xúc của các chủ thể giáo dục, có thể tác động không tốt đến chất lượng, sự hiệu quả của bài học.

Tương tác thực tế của người học giảm sẽ ảnh hưởng đến một số kỹ năng của các em như: kỹ năng hợp tác, nhóm, giao tiếp, kiểm soát cảm xúc, phản biện..., gây ra những trở ngại nhất định trong việc hoàn thành mục tiêu dạy học của GV.

2.2.3. Khó khăn, thách thức trong đổi mới phương pháp, kỹ thuật, phương tiện, hình thức giảng dạy

Công nghệ số một mặt tạo những điều kiện thuận lợi về học liệu số, phương pháp, kỹ thuật, hình thức dạy học và động lực chuyển đổi số nhằm thích nghi với môi trường số, tạo hiệu năng, hiệu suất, hiệu quả tốt hơn cho hoạt động dạy học. Mặt khác, nó cũng tạo ra những áp lực và có thể triệt tiêu các cảm xúc tích cực đối với những GV yếu kém về công nghệ (chủ yếu là các GV lớn tuổi); đồng thời, để tránh tụt hậu, tương tác tốt hơn với SV, GV phải liên tục học hỏi, cập nhật, nâng cao hiểu biết, trình độ, kỹ năng về mặt công nghệ, đặc biệt là các phương pháp, kỹ thuật (dạy học hợp tác, dự án, giải quyết vấn đề...), hình thức dạy học hiện đại (dạy học trực tuyến, dạy học kết hợp) có sự hỗ trợ của các phương tiện công nghệ mới. Hoạt động này có thể gây ra những áp lực, sự mệt mỏi nhất định đối với GV.

Một bộ phận GV lạm dụng công nghệ hoặc nhầm lẫn phương tiện công nghệ là phương pháp, kỹ thuật dạy học, như: coi máy chiếu, máy tính, các slide là phương pháp, kỹ thuật dạy học dẫn đến sử dụng lạm dụng và ỷ lại vào các phương tiện đó. Giờ học biến thành hoạt động GV chiếu các trang bài giảng trên màn hình máy chiếu, còn SV chép một cách thụ động, thậm chí thờ ơ, sao nhãng với các nội dung đó. Kiến thức các môn LLCT mang tính khái quát, trừu tượng, mức độ “khó và khó khăn” khá cao. Nếu GV lạm dụng thiết bị, phương tiện công nghệ trong thời gian dài hoặc sử dụng không phù hợp sẽ gây ra sự mệt mỏi, chán nản cho người học.

Ngoài ra, công nghệ số cũng có thể gây ra một số khó khăn, trở ngại khác trong đổi mới, vận hành các phương pháp, kỹ thuật, hình thức dạy học như: sự không đồng bộ, ổn định của hạ tầng kỹ thuật; mất nhiều công sức, thời gian để chuẩn bị bài giảng số, điện tử; chuyển đổi nhanh chóng thói quen từ dạy học truyền thống sang hình thức dạy học có sử dụng các thiết bị công nghệ; sự tương tác, quản lý SV trong giờ có thể bị ảnh hưởng ở những trường hợp dạy học online hoặc nhiều SV bị sao nhãng do bị tác động bởi các phương tiện công nghệ. Một số cơ sở giáo dục đại học dân lập tận dụng ưu thế của công nghệ số, không áp dụng hình thức dạy học trực tiếp, chỉ đưa bài giảng điện tử, học liệu lên hệ thống LMS để SV tự học và tự động hóa kiểm tra, đánh giá kết quả học tập. Việc làm này có thể tạo điều kiện cho SV gian lận trong hoạt động học tập và thi cử; đồng thời, có thể hạ thấp vai trò của GV và vị trí của môn học.

2.2.4. Khó khăn, thách thức trong bảo mật và đạo đức học thuật, tăng sự gian lận trong thi cử

Vấn đề bảo mật nói chung trên môi trường số ảo đang đặt ra nhiều thách thức cho con người. Thông tin cá nhân của GV và SV, ngân hàng đề thi dễ bị rò rỉ. Một số phần mềm, ứng dụng dạy học trực tuyến có thể bị các phần tử xấu tấn công, GV có thể mất quyền điều khiển gây gián đoạn hoặc thất bại kế hoạch dạy học.

Công nghệ số có thể làm gia tăng hơn hành vi gian lận trong học thuật như: đạo văn (sao chép kết quả, sản phẩm trên mạng internet; lợi dụng AI viết hộ bài; sử dụng các thiết bị thông minh (tai nghe siêu nhỏ, camera giấu kín...) để “qua mặt” giám thị, gian lận trong thi cử.

Bên cạnh đó, hình thức kiểm tra, đánh giá trực tuyến sẽ khó kiểm soát. SV có thể nhờ người làm bài hộ hoặc sao chép đáp án sẵn có trên mạng Internet...

Có thể nói, đây không phải là những khó khăn, thách thức riêng của các giảng viên LLCT, mà là thách thức chung của công tác quản lý, dạy học ở các trường đại học trong cả nước hiện nay.

2.2.5. Công nghệ số tạo gánh nặng, sức ép đối với một bộ phận GV

Công nghệ số một mặt tạo ra nhiều cơ hội, thuận lợi, tiện ích cho GV, mặt khác cũng gây ra không ít gánh nặng, sức ép cho họ. Cụ thể như: những áp lực phải cập nhật, thích nghi nhanh chóng với sự phát triển mau lẹ của công nghệ; khối lượng công việc tăng lên (chuẩn bị bài giảng số, quay video, chỉnh sửa nội dung, xây dựng học liệu số mất nhiều thời gian hơn dạy truyền thống; Quản lý lớp học trực tuyến, theo dõi tiến độ học tập, chấm bài qua hệ thống... tạo thêm công việc hành chính); sức ép từ phía người học và nhà trường (SV có thể kỳ vọng cao hơn về tính tương tác, tài nguyên học tập, phản hồi nhanh chóng qua các nền tảng trực tuyến; nhà trường yêu cầu sử dụng công nghệ trong dạy học, kiểm tra đánh giá, báo cáo tiến độ, gây thêm áp lực lên giảng viên); sức khỏe về tinh thần và thể chất bị ảnh hưởng (làm việc liên tục trên máy tính dễ gây stress, mỏi mắt, đau lưng, rối loạn giấc ngủ; việc thiếu sự tương tác trực tiếp cũng khiến nhiều giảng viên cảm thấy bị cô lập, thiếu động lực giảng dạy).

Ngoài ra, giảng viên LLCT còn đối mặt với những áp lực liên tục đổi mới phương pháp, kỹ thuật, hình thức giảng dạy để phù hợp với thực tiễn số hóa (GV luôn phải sáng tạo trong giờ dạy, tạo hứng thú, sự tích cực của SV; áp dụng phương pháp, kỹ thuật, hình thức dạy học tích cực, sử dụng thiết bị đa phương tiện). Thực tế này đòi hỏi kỹ năng sư phạm của GV luôn có yếu tố mới và tốt, kiến thức về công nghệ và thời gian để thử nghiệm, cải tiến liên tục...). Trong khi đó, vai trò, vị trí của GV và môn học chưa thực sự được các trường đại học, cũng như xã hội coi trọng.

2.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả giáo dục LLCT ở các cơ sở giáo dục đại học trong kỷ nguyên số

2.3.1. Đổi mới nội dung giảng dạy các môn LLCT phù hợp với bối cảnh thời đại “Kỷ nguyên số”

Mục tiêu của giải pháp: giúp GV và SV tối ưu hóa về thời gian, công sức, nguồn lực, ứng dụng công nghệ vào những nội dung cơ bản, quan trọng, thiết thực; giảm bớt áp lực cho GV trong hoạt động soạn và giảng bài, góp phần tăng thêm chất lượng cho nội dung giảng dạy.

Nội dung, cách thức thực hiện: tiếp tục chỉnh sửa giáo trình các môn LLCT theo hướng tinh giản, gọn nhẹ, thiết thực. Giảm thiểu các vấn đề có tính hàn lâm, tăng cường những vấn đề có tính thời sự, thực tiễn, cập nhật những kết quả nghiên cứu mới, những vấn đề mang tính toàn cầu có giá trị, phù hợp với Việt Nam. Theo tinh thần trên, GV dựa vào nội dung giáo trình, tham khảo thêm các nguồn học liệu khác để biên soạn bài giảng. Kế hoạch bài giảng phải xác định rõ nội dung kiến thức trọng tâm và không trọng tâm để phân bổ thời gian, phương pháp, kỹ thuật, hình thức, phương tiện dạy học và các hoạt động nhận thức phù hợp.

2.3.2. Đổi mới phương pháp, kỹ thuật, hình thức, phương tiện dạy học, kiểm tra, đánh giá các môn LLCT phù hợp với thời đại “Kỷ nguyên số”

Mục tiêu của giải pháp: giúp GV và SV phát huy tốt nhất những yếu tố thuận lợi, thời cơ do công nghệ số đem lại và hạn chế sự tác động tiêu cực của nó trong quá trình dạy học, kiểm tra, đánh giá kết quả học tập bộ môn; phát huy tính chủ động, tích cực của người học, vai trò tổ chức, hướng dẫn của GV, tăng thêm sự hiệu quả cho hoạt động dạy học, kiểm tra, đánh giá.

Nội dung và cách thức thực hiện: từ những thuận lợi về mặt học liệu, phương tiện, hình thức dạy học... do “Kỷ nguyên số” mang lại, để phát triển năng lực người học, GV cần tăng cường các hoạt động có tính dân chủ, hợp tác, trao đổi, phản biện, chia sẻ, giải quyết tình huống, thực hiện dự án học tập... với phương châm “lấy người học làm trung tâm”, GV đóng vai trò là người tổ chức, hướng dẫn.

Phát huy vai trò nền tảng công nghệ số để đa dạng hóa các hình thức học tập phù hợp với mọi hoàn cảnh, tạo điều kiện tốt nhất cho người học, đem lại hiệu quả cao như: các ứng dụng, phần mềm Google Classroom; Google meet; zoom; Microsoft Teams.

Sử dụng kết hợp đa phương tiện dạy học (cả truyền thống và hiện đại), đẩy mạnh sử dụng hiệu quả các phương tiện hiện đại, các sản phẩm học liệu số như: máy chiếu, máy tính, điện thoại thông minh, video, infographic, podcast, mô phỏng tình huống... Bên cạnh đó, nhà trường và GV cần xây dựng, phát triển hệ thống bài giảng e-learning, học liệu số hóa, thư viện tài nguyên số mở của trường để hỗ trợ và tăng cường hơn hoạt động tự học, nghiên cứu của SV.

Kết hợp các hình thức đánh giá khác nhau một cách linh hoạt, phù hợp như: kiểm tra, đánh giá theo mô hình truyền thống (tự luận, vấn đáp); kiểm tra, đánh giá theo mô hình hiện đại có sử dụng công nghệ số (kiểm tra, đánh giá thông qua dự án, các sản phẩm giáo dục, làm bài trên hệ thống LMS...).

2.3.3. Tăng cường vai trò, chất lượng của đội ngũ giảng viên LLCT trong thời đại “Kỷ nguyên số”

Mục tiêu của giải pháp: tăng cường vai trò, chất lượng của đội ngũ giảng viên LLCT nhằm thích ứng với thời đại bùng nổ của công nghệ nói chung, công nghệ số nói riêng, thực hiện tốt nhiệm vụ giảng dạy, nghiên cứu khoa học và các công việc khác trong các cơ sở giáo dục đại học.

Nội dung và cách thức thực hiện: các cơ sở giáo dục đại học cần có kế hoạch thường xuyên bồi dưỡng cho GV môn

LLCT về kiến thức công nghệ số như: dữ liệu lớn (Big Data), an toàn thông tin, tài nguyên số...; nâng cao kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin, sử dụng thành thạo các công cụ dạy học trực tuyến trong giảng dạy, quản lý lớp, kiểm tra, đánh giá kết quả học tập; thiết kế, tìm kiếm, chỉnh sửa bài giảng số, tài liệu số. Bên cạnh đó, GV cũng phải chủ động, tự học, nghiên cứu trao đổi, nâng cao trình độ, kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ.

Trong thời đại “Kỷ nguyên số”, tri thức mới tăng lên với tốc độ chóng mặt, các môn LLCT mặc dù có tính đặc thù, chi phối mạnh bởi thể chế chính trị nhưng cũng không nằm ngoài xu thế chung đó. Vì vậy, đội ngũ GV cần liên tục cập nhật những nội dung, vấn đề, quan điểm khoa học mới liên quan đến bộ môn.

Tăng cường đạo đức nghề nghiệp, phẩm chất chính trị cho đội ngũ GV các môn LLCT. Đội ngũ giảng viên cần nêu những tấm gương sáng trước người học về mọi mặt, trong đó có vấn đề liêm chính trong học tập, thi cử, nghiên cứu; đồng thời, trước những tác động tiêu cực của thời đại “Kỷ nguyên số”, GV LLCT phải tiên phong, đi đầu, thể hiện bản lĩnh chính trị vững vàng, luôn kiên định, tuyệt đối trung thành với lý tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam.

Bên cạnh những biện pháp có tính chất kỹ thuật nhằm nâng cao chất lượng toàn diện về mọi mặt của người giảng viên LLCT, Đảng và Nhà nước, cũng như lãnh đạo các cơ sở giáo dục đại học cần coi trọng hơn vai trò, sứ mệnh của đội ngũ GV cùng các nhà khoa học, cũng như vị trí đặc biệt của các môn LLCT trong chương trình đào tạo tại các cơ sở giáo dục đại học. Cần ban hành cơ chế đặc thù, tăng cường đầu tư tài chính, kinh tế, cơ sở vật chất, trang thiết bị, nâng cao hơn nữa đời sống vật chất và tinh thần cho cán bộ, giảng viên LLCT yên tâm cống hiến, gắn bó với nghề.

2.3.4. Tăng cường hạ tầng, nền tảng công nghệ số trong các cơ sở giáo dục đại học hiện nay

Mục tiêu của giải pháp: giúp đội ngũ GV nói chung, GV LLCT nói riêng sử dụng thuận lợi, hiệu quả phương tiện công nghệ số nhằm nâng cao chất lượng dạy học bộ môn, thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong nhà trường.

Nội dung và cách thức thực hiện: các cơ sở giáo dục đại học cần trang bị, nâng cấp, hiện đại hóa hạ tầng kỹ thuật công nghệ số như: đảm bảo kết nối Internet băng thông rộng, tốc độ cao, wifi phủ sóng toàn trường, nhất là khu vực giảng đường... Đầu tư máy chủ, máy tính, thiết bị lưu trữ, thiết bị dạy học số như bảng thông minh, camera, máy chiếu hiện đại, màn hình điện tử khổ rộng...). Xây dựng hệ thống bảo mật mạng, phòng chống tấn công mạng (nhất là trong các giờ dạy học trực tuyến), mã hóa dữ liệu cá nhân người học và giảng viên; đẩy mạnh ứng dụng hệ thống LMS giúp tổ chức dạy học trực tuyến, kiểm tra đánh giá, quản lý quá trình học tập; xây dựng và nâng cấp kho học liệu số, thư viện số mở (trong phạm vi phù hợp); ứng dụng AI trong hoạt động dạy học các môn LLCT, quản trị nhà trường.

2.4. Khảo sát tính khả thi của các giải pháp

Mục đích, đối tượng khảo sát: để khẳng định thêm tính khả thi của các giải pháp đã đề xuất, chúng tôi tiến hành khảo sát ý kiến của 34 GV đang trực tiếp giảng dạy các

môn LLCT tại một số cơ sở giáo dục đại học có tính đại diện (Trường Đại học Sư phạm Hà Nội; Học viện Chính trị Công an nhân dân; Đại học Đông Á).

Kỹ thuật xử lý số liệu: dựa trên cách quy điểm của thống kê toán học và thang đo Likert 4 mức độ để đánh giá kết quả khảo sát, chúng tôi lượng hóa bằng điểm số theo nguyên tắc sau:

Bảng 1. Cách cho điểm và thang đánh giá

1 điểm	2 điểm	3 điểm	4 điểm
Không khả thi	Bình thường	Khả thi	Rất khả thi

Sử dụng công thức tính điểm trung bình:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i K_i}{n}$$

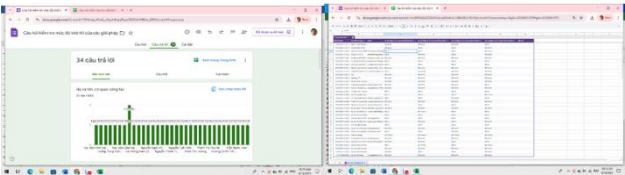
Trong đó: \bar{X} Điểm trung bình; X_i : điểm ở mức độ I ; K_i : số người tham gia đánh giá ở mức độ X_i ; n : Số người

tham gia đánh giá. \bar{X} phản ánh mức độ trung bình của nội dung đo lường, qua đó ta sẽ biết được ý nghĩa của vấn đề khảo sát, giúp chúng ta biết được thêm hiện trạng, tính khả thi của vấn đề.

Kết quả của phép tính là điểm trung bình của các mức độ đo lường, biểu hiện cụ thể thông qua bảng sau.

Bảng 2. Qui ước tính điểm trung bình cho các mức độ đo lường

Mức	Khoảng điểm	Ý nghĩa
4	3.41 - 4.20	Rất khả thi
3	2.61 - 3.40	Khả thi
2	1.81 - 2.60	Bình thường
1	1.00 - 1.80	Không khả thi



Hình 1. Kết quả khảo sát tính khả thi của các biện pháp ứng dụng google forms

Bảng 4. Tổng hợp kết quả khảo sát tính khả thi của các biện pháp nâng cao hiệu quả giáo dục LLCT ở các cơ sở giáo dục đại học trong kỷ nguyên số

TT	Biện pháp	Mức độ khả thi				\bar{X}
		Khả thi	Bình thường	Không khả thi	Rất khả thi	
1	Đổi mới nội dung giảng dạy các môn LLCT phù hợp với bối cảnh thời đại “Kỷ nguyên số”	17	16	1	0	3.47

2	Đổi mới phương pháp, kĩ thuật, hình thức, phương tiện dạy học, kiểm tra, đánh giá các môn LLCT phù hợp với thời đại “Kỷ nguyên số”	17	13	4	0	3.38
3	Tăng cường vai trò, chất lượng của đội ngũ giảng viên LLCT trong thời đại “Kỷ nguyên số”	16	16	2	0	3.41
4	Tăng cường hạ tầng, nền tảng công nghệ số trong các cơ sở giáo dục đại học hiện nay	17	13	4	0	3.38
Tổng điểm		67	58	11	0	

3. Đánh giá, bàn luận kết quả khảo sát

Số liệu ở bảng kết quả khảo sát trên cho thấy, đa số ý kiến của các GV (125/136 ý kiến, chiếm 92%) đều đánh giá các giải pháp đã được đề xuất có tính khả thi và rất khả thi, trong đó có 58 ý kiến, chiếm 43% đánh giá khả thi và 67 ý kiến, chiếm 49% đánh giá rất khả thi, chỉ có 11 ý kiến, chiếm 8% đánh giá mức bình thường, không có ý kiến nào đánh giá mức không khả thi). Xét điểm trung bình ở từng giải pháp, đối chiếu với Bảng quy ước tính điểm trung bình cho chúng ta biết, giải pháp 1 và 3 được các GV đánh giá ở mức rất khả thi (điểm trung bình lần lượt là 3,47 và 3,41), giải pháp 2 và 4 ở mức khả thi (điểm trung bình đều đạt 3,38).

Như vậy, ý kiến của các GV nêu trên đều đánh giá cao tính khả thi của các giải pháp. Đây là thông tin quan trọng, góp phần khẳng định thêm độ tin cậy, giá trị của các giải pháp sự phạm đã được đề xuất. Tuy nhiên, mỗi giải pháp đều có những ưu điểm, nhược điểm và giá trị khác nhau; đồng thời, sẽ tác động vào một số mảng, vấn đề, khâu nhất định trong quy trình dạy học các môn LLCT nhằm đem lại sự hiệu quả, chất lượng cao hơn. Trong đó (theo ý kiến của chúng tôi), giải pháp số 3 (tăng cường vai trò, chất lượng của đội ngũ giảng viên LLCT trong thời đại “Kỷ nguyên số”) quan trọng hơn cả. Bởi vì, giải pháp này sẽ hướng tới giải quyết được vấn đề căn cơ, cốt lõi, trọng tâm nhất trong quy trình dạy học - đó là yếu tố con người. Như Chủ tịch Hồ Chí Minh đã khẳng định “Cán bộ là cái gốc của mọi công việc”, “muôn việc thành công hoặc thất bại, đều do cán bộ tốt hoặc kém” và “huấn luyện cán bộ là công việc gốc của Đảng” [4]. Chính vì vậy, các nhà quản trị đại học, GV môn LLCT, không tuyệt đối hóa bất kỳ một giải pháp nào, cần phải sử dụng đồng bộ các giải pháp đã nêu; đồng thời, có sự ưu tiên, chú ý, đầu tư hơn vào giải pháp số 3.

4. Kết luận

Thời đại “Kỷ nguyên số” với sự xuất hiện của AI, IoT, Big Data... đã tác động mạnh mẽ, sâu rộng tới mọi mặt đời sống của xã hội loài người, trong đó có lĩnh vực giáo dục và đào tạo.

Ở các cơ sở giáo dục đại học của Việt Nam, LLCT là các môn học bắt buộc trong chương trình đào tạo. Trước sự tác động của thời đại “Kỷ nguyên số”, hoạt động dạy học LLCT đón nhận cả những thời cơ và thách thức đan xen. Về mặt thời cơ phải kể đến là: Ứng dụng thành tựu của công nghệ số để nâng cao cao chất lượng dạy học các môn LLCT; mở rộng phạm vi, thuận lợi trong tiếp cận tri thức; thuận lợi trong tương tác và cá nhân hóa học tập; giúp GV thuận lợi trong cập nhật, tăng sự hấp dẫn nội dung, đa dạng hóa các hình thức, phương pháp, kỹ thuật, phương tiện giảng dạy; Hỗ trợ GV đánh giá và kiểm tra kết quả học tập nhanh chóng, hiệu quả.

Nhìn chung, thời cơ là yếu tố cơ bản, nhưng những thách thức do Kỷ nguyên số gây ra cũng không nhỏ, như: người học bị phân tán tư tưởng nhanh chóng, GV và các nhà quản lý nhà trường khó kiểm soát thông tin hơn; tăng thái độ thụ động, giảm sự tương tác thực tế của người học; khó khăn, thách thức trong đổi mới phương pháp, kỹ thuật, phương tiện, hình thức giảng dạy; khó khăn, thách thức trong bảo mật và đạo đức học thuật, tăng sự gian lận trong thi cử; công nghệ số tạo gánh nặng, sức ép đối với GV.

Đề tận dụng và phát huy các yếu tố thời cơ, hạn chế tác động xấu của những thách thức, bước đầu chúng tôi đề xuất các giải pháp sự phạm nhằm nâng cao chất lượng dạy học các môn LLCT trong các cơ sở giáo dục đại học hiện nay, cụ thể là: đổi mới nội dung giảng dạy các môn LLCT phù hợp với bối cảnh thời đại “Kỷ nguyên số”; đổi mới phương pháp, kĩ thuật, hình thức, phương tiện dạy học, kiểm tra, đánh giá các môn LLCT phù hợp với thời đại “Kỷ nguyên số”; tăng cường vai trò, chất lượng của đội ngũ giảng viên LLCT trong thời đại “Kỷ nguyên số”; tăng cường hạ tầng, nền tảng công nghệ số trong các cơ sở giáo dục đại học hiện nay. Kết quả khảo sát ý kiến của các GV các môn LLCT tại một số cơ sở giáo dục đại học đã góp phần khẳng định thêm về giá trị, tính khả thi của các giải pháp đã đề xuất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bộ Giáo dục và Đào tạo, Trung tâm ngôn ngữ và văn hóa Việt Nam (1999), *Đại từ điển Tiếng Việt*, Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.

[2] Trần Thị Thu Hương (2022), *Học tập cá nhân hóa: các nhân tố cần thiết và lưu ý triển khai*, Tạp chí Khoa học giáo dục Việt Nam, tập 18, số 2.

[3] Vũ Văn Hiền, *Kỷ nguyên số và chuyển đổi số*, <https://doanhnhantrevietnam.vn/ky-nguyen-so-va-chuyen-doi-so-d15545.html>.

[4] Hồ Chí Minh: Toàn tập, tập 3, Nxb. Chính trị quốc gia- Sự Thật, Hà Nội, 2011.

[5] Lê Ngọc, *Kỷ nguyên công nghệ “làm hư” não người*, <https://khoa hocphattrien.vn/kham-pha/ky-nguyen-cong-nghe-lam-hu-nao-nguoi/20160310051459412p1c879.htm>.

[6] Nguyễn Danh Tiên, Trịnh Thị Hồng Hạnh, *Phê phán các quan điểm sai trái, xuyên tạc cuộc kháng chiến chống Mỹ, cứu nước của dân tộc Việt Nam là “nội chiến”*, https://www.tapchiconsang.org.vn/web/guest/dau-tranh-phan-bac-cac-luan-dieu-sai-trai-thu-dich/chi-tiet/-/asset_publisher/YqSB2JpnYto9/content/phe-phan-cac-quan-diem-sai-trai-xuyen-tac-cuoc-khang-chien-chong-my-cuu-nuoc-cua-dan

toc-viet-nam-la-noi-chien-.

[7] Trịnh Thu (2024), Vấn đề cấm sử dụng điện thoại trong nhà trường ở các quốc gia và Việt Nam, Tạp chí Giáo dục, <https://tapchigiaoduc.edu.vn/article/88969/217/van-de-cam-su-dung-dien-thoi-trong-nha-truong-o-cac-quoc-gia-va-viet-nam/>.

[8] <https://ute.udn.vn/default.aspx>.



[9] <https://wordwall.net/vi/create/picktemplate>.

[10] <https://cst.hnue.edu.vn/>.

[11] <https://nhandan.vn/tuyen-phat-8-nam-tu-doi-tuong-tuyen-truyen-chong-nha-nuoc-post832926.html>.

[12] https://www.youtube.com/watch?v=o0OBNdFU56A&list=PLIxiL2T0TdXE04e6TbtVG-_vFoFp2ffk9.

Thông tin về tác giả

	<p>Phạm Thị Thu Hằng</p> <ul style="list-style-type: none">- Cơ quan công tác: Khoa Khoa học Xã hội nhân văn và Tâm lý, Học viện Chính trị Công an nhân dân.- Số điện thoại liên hệ: 0963414582.- Email: thuhang162324@gmail.com.
	<p>Dương Văn Khoa</p> <ul style="list-style-type: none">- Cơ quan công tác: Khoa Lý luận chính trị - GD&ĐT, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội.- Số điện thoại liên hệ: 0988086893.- Email: khoadv@hnue.edu.vn.

NGHIÊN CỨU CẢI TIẾN GIẢI PHÁP CUNG CẤP THÔNG CÁO BÁO CHÍ CÁC SỰ KIỆN TẠI ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ SỐ ĐỂ TĂNG HIỆU QUẢ TƯƠNG TÁC

SOLUTION FOR COORDINATING COMMUNICATION WITH PRESS AGENCIES, CASE OF APPLYING DIGITAL TECHNOLOGY TO PROVIDE PRESS RELEASES FOR EVENTS AT THE UNIVERSITY OF DANANG

Huỳnh Minh Sơn

Đại học Đà Nẵng

Huỳnh Minh Sơn

The University of Danang; hmson@ac.udn.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Huỳnh Minh Sơn (email: hmson@ac.udn.vn)*

Tóm tắt - Bài báo nghiên cứu, đề xuất giải pháp triển khai Bộ công cụ ứng dụng công nghệ số (QR Code, Group Zalo) để nâng cao hiệu quả tương tác với các phóng viên báo, đài; cung cấp Thông cáo báo chí các sự kiện. Đây là kinh nghiệm thực tế tại Đại học Đà Nẵng đáp ứng yêu cầu phối hợp tác nghiệp thuận tiện, kịp thời với các cơ quan báo chí, qua đó góp phần tăng tần suất hiện diện và chất lượng tin, bài truyền thông các sự kiện.

Từ khóa - Phóng viên; chuyên viên truyền thông; sự kiện; thông tin báo chí; QR Code; group Zalo; Đại học Đà Nẵng.

1. Đặt vấn đề

Công tác truyền thông trong các trường đại học cần có sự kết nối, chủ động thu thập, cung cấp thông tin kịp thời cho các cơ quan, báo chí. Để thực hiện hiệu quả, nhanh chóng và tăng tính tương tác, tiện lợi, kịp thời, việc nghiên cứu, ứng dụng công nghệ số thông qua các tiện ích như QR Code, group Zalo và các biểu mẫu thông tin cần thiết là kinh nghiệm hữu ích từ thực tiễn công tác truyền thông của Đại học Đà Nẵng.

Bài báo nghiên cứu, đề xuất giải pháp triển khai Bộ công cụ QR Code với phương thức tương tác trực tuyến, group Zalo kết nối, cung cấp thông tin cho các phóng viên báo đài để chia sẻ thông tin báo chí các sự kiện.

Nhờ kết quả áp dụng đã góp phần tăng tần suất hiện diện các thông tin, hình ảnh, tin, bài viết truyền thông về Đại học Đà Nẵng, nhất là đối với các sự kiện lớn được truyền thông, quảng bá kịp thời, đóng góp nâng cao uy tín, vị thế Đại học Đà Nẵng.

2. Kết quả nghiên cứu và cải tiến đã thực hiện

2.1. Thực trạng

Thực trạng công việc thu thập thông tin từ các đơn vị, cung cấp báo chí trước các sự kiện của Đại học Đà Nẵng: các chuyên viên tự liên hệ với các đầu mối tham mưu, tổ chức sự kiện của các đơn vị như văn phòng, ban chức năng trước mỗi sự kiện. Đơn vị nào có thông tin báo chí chuẩn bị trước thì chuyên viên gửi cho lãnh đạo đơn vị phối hợp kiểm duyệt nội dung trước khi gửi các báo đài (thường là bản cứng, in phát tại bàn ngay khi phóng viên được mời

Abstract - The article examines and proposes solutions for deploying the Digital Technology Application Toolkit (QR Code, Zalo Group) to enhance the efficiency of engagement with newspaper and radio reporters; provide press releases for events. This is a practical experience at Danang University to ensure seamless and timely coordination with press agencies, thereby contributing to enhancing the visibility and quality of media coverage for events.

Keywords – Reporter; media specialist; events; press information; QR Code; Zalo group; The University of Danang.

đến tác nghiệp). Thực tế công việc này bộc lộ những hạn chế chủ yếu như sau:

- Phóng viên nhận Thông cáo báo chí chỉ ngay khi đến dự sự kiện tác nghiệp, hình thức Thông cáo báo chí là bản cứng nên không thuận tiện cho phóng viên tác nghiệp (mất thời gian chọn lọc thông tin làm file mềm), ảnh hưởng đến tính thời sự, kịp thời của bài báo.

- Phóng viên các báo không được mời hoặc vì lý do trùng sự kiện không được tiếp cận, cung cấp thông tin, hình ảnh, Thông cáo báo chí.

- Chuyên viên truyền thông vừa mất thời gian liên hệ (còn tùy thuộc vào quan hệ cá nhân với các đơn vị tham mưu tổ chức sự kiện) vừa bị động, khi có thay đổi, yêu cầu khác từ các cấp lãnh đạo thì khó thay đổi nội dung thông tin, hình ảnh để cập nhật, cung cấp cho các báo, đài...

Từ thực trạng nêu trên, đơn vị truyền thông của Đại học Đà Nẵng đã chủ động đề xuất, nghiên cứu, cải tiến cho phù hợp yêu cầu chuyên nghiệp, tiện ích và nhanh chóng trong phối hợp với đơn vị chủ trì tổ chức các sự kiện xây dựng, cung cấp thông tin báo chí ứng dụng công nghệ số.

2.2. Mô tả nội dung, kết quả nghiên cứu, cải tiến

Triển khai Bộ công cụ thu thập thông tin: Khi có lịch tuần hay thư mời/giấy mời tác nghiệp truyền thông các sự kiện của Đại học Đà Nẵng, chuyên viên được phân công chủ động gửi form (theo mẫu sẵn) đề nghị phối hợp cung cấp thông tin/thông cáo báo chí (nếu có theo mẫu sẵn) đến đầu mối (có cc cho lãnh đạo các đơn vị truyền thông và đơn vị tham mưu tổ chức sự kiện).

FORM 1 – MẪU THU THẬP THÔNG TIN SỰ KIỆN

Tên sự kiện:

STT	Chủ đề cần cung cấp thông tin	Nội dung
1	Đơn vị chủ trì	
2	Các đơn vị phối hợp (nếu có)	
3	Thời gian tổ chức	
4	Địa điểm tổ chức	
5	Mục đích - Ý nghĩa sự kiện	
6	Danh sách lãnh đạo/khách mời (ngoài ĐHDN)	
7	Danh sách lãnh đạo/khách mời (trong ĐHDN)	
8	Thành phần tham dự	
9	Dự thảo/Bài Phát biểu của lãnh đạo ĐHDN (File kèm theo nếu có)	
10	Xin ý kiến của đại diện các đối tác về sự kiện	
11	Nội dung chính MOU/MOA được ký kết (nếu có)	
12	Thông tin về học bổng/giải thưởng (ghi rõ số suất, số tiền/suất; tên giải thưởng kèm tiền thưởng) (nếu có)	
12	Các thông tin khác (tuỳ theo yêu cầu cần truyền thông của đơn vị chủ trì)	

Hình 1. Mẫu Form 1: Thu thập thông tin sự kiện (tương tác giữa chuyên viên truyền thông với lãnh đạo/chuyên viên của đơn vị chủ trì tổ chức sự kiện)

Dựa vào Mẫu Form 1, chuyên viên truyền thông soạn được cung cấp thông tin cần thiết (có thời hạn và yêu cầu cụ thể, rõ ràng các mục như: Ai? Ở đâu? Khi nào? Mục đích, ý nghĩa sự kiện? Ý kiến của các bên liên quan? Đây là phần rất cần thiết cho báo chí tác nghiệp có thể sử dụng mà không mất thời gian liên hệ phỏng vấn, quảng bá được toàn diện các góc nhìn giúp truyền thông tốt về sự kiện.

Sau khi đơn vị tham mưu tổ chức cung cấp thông tin (theo form có sẵn), chuyên viên sử dụng thông tin này để hoàn thiện Thông tin/Thông cáo báo chí (theo Mẫu Form 2) để gửi lãnh đạo đơn vị giúp kiểm duyệt, bổ sung hoàn thiện (nếu cần).

FORM 2 – MẪU THÔNG CÁO BÁO CHÍ SỰ KIỆN

THÔNG CÁO BÁO CHÍ

Tổ chức sự kiện “...” (tên sự kiện tổ chức) tại...

Kính gửi: Quý cơ quan báo chí và truyền thông

Ngày...tháng...năm..., tại ... Đại học Đà Nẵng/Đơn vị... phối hợp với... tổ chức sự kiện “...”.

Mục đích của sự kiện được tổ chức nhằm.....

Ý nghĩa của sự kiện liên quan đến các bên.....

Nội dung của sự kiện gồm các mục như sau (có thể đính kèm Chương trình):.....

Điểm nhấn nổi bật đáng chú ý của sự kiện:.....

Tham dự sự kiện có sự hiện diện của Quý đại biểu:

Về phía khách mời có.....

Về phía ĐHDN có.....

Theo đại diện lãnh đạo ĐHDN cho biết ý kiến,.....

Theo đại diện đơn vị đối tác 1 cho biết ý kiến,.....

Theo đại diện đơn vị đối tác 2 cho biết ý kiến,.....

Theo đại diện sinh viên,.....

Thông tin chi tiết vui lòng liên hệ:

Tên đơn vị tổ chức/cá nhân đại diện mỗi kết nối truyền thông:.....

Số điện thoại:..... Email:.....

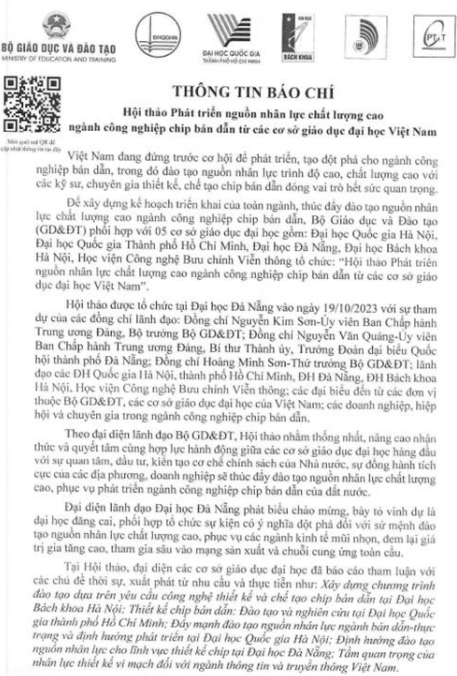
Hình 2. Mẫu Form 2: Mẫu Thông cáo /Thông tin báo chí ứng dụng tại Đại học Đà Nẵng

- Ứng dụng mã QR code để cung cấp Thông cáo báo chí: chuyên viên tạo mã QR Code, trong đó có các file:

Thông cáo báo chí, Chương trình, Thành phần đại biểu, Phát biểu của lãnh đạo, Slide báo cáo tham luận (nếu có)...

Chuyên viên chụp ảnh sự kiện upload ảnh chọn lọc, có chất lượng lên mã QR Code sau sự kiện. Chuyên viên gửi mã QR Code đến các phóng viên báo, đài (tuỳ mức độ sự kiện có thể tạo group Zalo “truyền thông sự kiện”) để các phóng viên báo, đài có thể quét mã QR Code sử dụng được các thông tin, số liệu, hình ảnh nhanh chóng, thuận tiện và chuyên nghiệp.

Kết quả nghiên cứu, đề xuất được áp dụng cho thấy kết quả tích cực, thể hiện qua số link tin, bài trên các báo, đài (kể cả một số cơ quan báo đài không trực tiếp tham dự sự kiện). Đơn cử các sự kiện điển hình như: Hội thảo Đào tạo nguồn nhân lực Chip bán dẫn do Bộ Giáo dục và Đào tạo và 05 Đại học hàng đầu tổ chức tại Đại học Đà Nẵng (19/10/2023) có số lượng báo, đài đăng tin lớn (hơn 50 link); Chuỗi sự kiện làm việc, ký kết MOU và Hội thảo khoa học của Liên minh các Đại học Châu Âu Ulysseus tại Đại học Đà Nẵng (24/10/2023) có số lượng báo, đài đăng tin lớn (hơn 20 link); Hội thảo quốc tế thành phố thông minh và Chung kết Châu Á-Thái Bình Dương Cuộc thi Smart Campus (12/01/2024); các sự kiện Phiên kỹ thuật, Tổng kết giai đoạn 1 của Dự án Hợp tác đổi mới giáo dục Đại học (PHER) tổ chức tại Đại học Đà Nẵng (10/2024); Lễ kỷ niệm 30 năm xây dựng và phát triển Đại học Đà Nẵng (11/2024)...



Hình 3. Thông cáo báo chí của sự kiện điển hình, phản ánh kết quả áp dụng thực tiễn cải tiến nghiên cứu

Các sự kiện này đều có sự cải tiến phương thức phối hợp, áp dụng sáng kiến đem lại sự thuận tiện, nâng cao tính chuyên nghiệp, hiệu quả trong công tác truyền thông. Từ sáng kiến này, lãnh đạo Đại học Đà Nẵng đồng ý đưa vào áp dụng đối với các sự kiện có mời báo, đài tác nghiệp truyền thông; đặc biệt mới đây sáng kiến được đưa vào nội dung chuyên đề tập huấn cho cán bộ truyền thông trong toàn Đại học Đà Nẵng về xây dựng Thông cáo báo chí.

- Ứng dụng group Zalo để cung cấp Thông cáo báo chí: Đề xuất tác kịp thời, thay đổi, hiệu chỉnh việc cung cấp thông tin nhanh chóng, tiện lợi, chuyên viên truyền thông khởi tạo group Zalo với các phòng viên tác nghiệp đưa tin sự kiện, gửi mã QR Code và tiếp nhận thông tin phản hồi các nội dung cần bổ sung/phòng viên quan tâm.



Hình 4. Group Zalo Hội thảo Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ ngành công nghiệp Chip bán dẫn tổ chức tại Đại học Đà Nẵng

2.3. Ứng dụng AI trong kiểm chứng, cập nhật độ tin cậy của Thông cáo báo chí

Trong bối cảnh Cách mạng Công nghiệp 4.0, AI cùng với các nền tảng trụ cột khác như IoT, Big Data hay công cụ tương tác mới như Chat GPT càng có vai trò công nghệ hỗ trợ nâng cao hiệu quả kiểm chứng, cập nhật độ tin cậy của Thông cáo báo chí. Các thuật ngữ, nội dung chuyên môn của các sự kiện cùng với yêu cầu dịch thuật chính xác các từ khóa bằng tiếng nước ngoài cần thiết được rà soát, làm rõ nội dung, nội hàm bằng ứng dụng AI.

Đây cũng chính là yêu cầu tích hợp truyền thông đa phương tiện với cơ sở dữ liệu truyền thông của Đại học Đà Nẵng đã được chú trọng xây dựng, cập nhật thường xuyên, từ đó các phóng viên khi nhận được Thông tin báo chí có thể dễ dàng tiếp cận các link tin, bài đã truyền thông liên quan đến chủ đề sự kiện cần đưa tin.

Cùng với Chiến lược chuyển đổi số trong giáo dục đại học, việc ứng dụng công nghệ thông tin nói chung, AI và truyền thông đa phương tiện nói riêng thực sự là một xu thế, nhu cầu tất yếu. Đây không những là thách thức mà còn là cơ hội để các đơn vị, bộ phận truyền thông nắm bắt để liên tục áp dụng, cải tiến công tác truyền thông. AI có thể thay đổi cách tư duy, tiếp cận và cung cấp các công cụ, giải pháp cải tiến phương thức xây dựng, hoàn thiện CSDL cũng như sản phẩm truyền thông như Báo cáo thường niên. Ứng dụng AI cho phép hợp lý hóa, tối ưu hóa việc dịch thuật, kiểm chứng thông tin, thông cáo báo chí.

Nhờ ứng dụng AI còn cho phép đánh giá hiệu quả, độ bao phủ của các link tin, bài được đăng tải có liên quan đến các từ khóa tìm kiếm thông tin liên quan đến sự kiện được truyền thông; tổng hợp nhanh kết quả truyền thông sau mỗi sự kiện để báo cáo lãnh đạo; đồng thời dẫn trích, giới thiệu các link tin, bài bên dưới các bài viết truyền thông, thuận tiện cho độc giả cập nhật.

3. Thảo luận

Từ thực tiễn ứng dụng kết quả nghiên cứu, cải tiến của Đại học Đà Nẵng cho thấy hiệu quả đem lại góp phần giải quyết được tính kết nối giữa đơn vị tổ chức sự kiện với các phóng viên báo, đài thông qua đơn vị truyền thông của Đại học Đà Nẵng. Mỗi liên hệ này cần được gắn kết, phù hợp với xu thế truyền thông tương tác, đem lại tiện ích thông qua các form Thông cáo báo chí cô đọng, đảm bảo nội dung cốt lõi theo đề cương tin, bài báo phản ánh sự kiện.

Việc ứng dụng công nghệ số (Mã QR Code, group Zalo) là các hình thức phổ biến, thông dụng nên dễ áp dụng cho đối tượng chuyên viên. Sự tham gia đồng hành của lãnh đạo có thể giám sát, cập nhật thông tin báo chí khi có thay đổi, điều chỉnh đề phóng viên dễ dàng thu thập, xử lý nhanh tin, bài. Nhờ đó, số lượng các tin bài truyền thông cho các sự kiện từ khi áp dụng năm 2023 đến nay qua tổng hợp, khảo sát cho thấy tăng đáng kể bình quân số link bài báo mỗi sự kiện của Đại học Đà Nẵng (150%, khoảng 2,5 lần).



Hình 5. Điểm báo sự kiện kỷ niệm 30 năm xây dựng và phát triển Đại học Đà Nẵng (điển hình ứng dụng kết quả nghiên cứu, cải tiến)

4. Kết luận

Bối cảnh trong kỷ nguyên số và yêu cầu đổi mới giáo dục đòi hỏi phát huy tiềm năng, lợi thế của mỗi đại học không chỉ phát triển theo định hướng đại học nghiên cứu hay ĐH ứng dụng mà đề tăng cường gắn kết với cộng đồng, xu hướng hiện nay là hướng đến phát triển đại học đổi mới sáng tạo. Xu thế này đòi hỏi truyền thông trong các đại học cần chú trọng ứng dụng AI và các công nghệ số, kiến tạo các sản phẩm truyền thông số mà cơ sở dữ liệu truyền thông và Báo cáo thường niên là những trọng tâm cần coi trọng, phát huy.

Việc nghiên cứu, cải tiến, ứng dụng Bộ công cụ QR Code trong xây dựng, cung cấp Thông tin báo chí cho các phóng viên báo, đài, từ thực tế trường hợp áp dụng tại Đại học Đà Nẵng cho thấy: 1- Khắc phục được cách làm thủ

công, mang tính hành chính, phụ thuộc vào năng lực của đầu mỗi đơn vị tham mưu tổ chức sự kiện, giảm thời gian, công sức của chuyên viên các bên và nhất là hỗ trợ kịp thời cung cấp đủ thông tin tối thiểu và hình ảnh cần truyền thông cho phóng viên các báo, đài tác nghiệp. Nhờ đó các sự kiện được báo chí quan tâm, chọn ưu tiên truyền thông; 2- Giảm kinh phí bồi dưỡng lễ tân in, phát thông cáo báo chí.

Việc ứng dụng công nghệ số không những phục vụ truyền thông marketing đại học hiệu quả mà còn góp phần phục vụ quản lý, điều hành, tác nghiệp trong đổi mới quản

trị đại học, góp phần tăng tần suất hiện diện của nhà trường trên các phương tiện báo chí, truyền thông.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] <https://www.udn.vn/media/bao-chi-viet-ve-dhnd>.
[2] Huỳnh Minh Sơn, “Xây dựng cơ sở dữ liệu và Báo cáo thường niên làm công cụ truyền thông Marketing đại học và hỗ trợ điều hành tác nghiệp trong xu thế phát triển ứng dụng AI”, Kỷ yếu Hội thảo truyền thông Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng, 2024.
[3] <https://domettc.com/ung-dung-qr-code-marketing-cho-doanh-nghiep>.

Thông tin về tác giả



Huỳnh Minh Sơn:
- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Phó Trưởng ban phụ trách Ban Công tác sinh viên, Quan hệ doanh nghiệp và Truyền thông, Đại học Đà Nẵng.
- Lĩnh vực quan tâm: Quản lý và điều hành tác nghiệp truyền thông giáo dục; giảng dạy và nghiên cứu chuyên ngành Kỹ thuật xây dựng dân dụng và công nghiệp.
- Điện thoại: 0905173579.

GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG LIÊN KẾT ĐÀO TẠO GIỮA TRƯỜNG ĐẠI HỌC VÀ DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI NGÀNH QUAN HỆ CÔNG CHÚNG TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

SOLUTIONS TO STRENGTHEN TRAINING COLLABORATION BETWEEN UNIVERSITIES AND BUSINESSES FOR THE PUBLIC RELATIONS MAJOR IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Nguyễn Bích Thủy

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyen Bich Thuy

University of Social Sciences and Humanities, Viet Nam National University, Ho Chi Minh City

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Bich Thuy (email: nguyenbichthuy@hcmussh.edu.vn)*

Tóm tắt - Ngành Quan hệ công chúng (Public Relations - PR) tại Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, với nhu cầu về nguồn nhân lực ngày càng cao. Trong bối cảnh chuyển đổi số, lĩnh vực này liên tục thay đổi, đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với đội ngũ nhân lực phải thường xuyên cập nhật kiến thức, kỹ năng và công nghệ mới. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy vẫn tồn tại khoảng cách đáng kể giữa chương trình đào tạo trong nhà trường và yêu cầu thực tế từ phía doanh nghiệp. Vì thế, việc tăng cường liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp trở thành một đòi hỏi bức thiết, đặc biệt trong công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành Quan hệ công chúng. Xuất phát từ thực trạng và yêu cầu liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp trong ngành Quan hệ công chúng, bài báo đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hợp tác đào tạo, đáp ứng hiệu quả nhu cầu của thị trường lao động trong thời kỳ chuyển đổi số.

Từ khóa - Liên kết đào tạo; quan hệ công chúng; chuyển đổi số; trường đại học và doanh nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng cạnh tranh và yêu cầu cao về chất lượng nguồn nhân lực, việc liên kết đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp trở thành một xu hướng tất yếu và mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho cả ba bên: nhà trường, doanh nghiệp và người học. Mỗi quan hệ hợp tác này giúp các cơ sở đào tạo nâng cao chất lượng chương trình giảng dạy, bám sát nhu cầu thực tiễn của thị trường lao động; đồng thời, doanh nghiệp có thể tiếp cận, tuyển dụng nguồn nhân lực chất lượng, giảm thiểu chi phí và thời gian đào tạo lại. Người học cũng được định hướng nghề nghiệp rõ ràng hơn, có cơ hội tiếp xúc thực tế và tăng khả năng có việc làm sau khi tốt nghiệp. Tuy nhiên, mặc dù đã có nhiều chính sách nhằm thúc đẩy mô hình hợp tác này, nhưng việc triển khai liên kết đào tạo trên thực tế vẫn còn nhiều bất cập. Cơ chế phối hợp giữa các bên chưa rõ ràng, nội dung hợp tác chưa được xây dựng bài bản, thiếu sự gắn kết chặt chẽ trong suốt quá trình đào tạo, dẫn đến hiệu quả chưa đạt được như kỳ vọng.

Ngành Quan hệ công chúng (Public Relations - PR) là một ngành học có nhiều tiềm năng phát triển trong thời đại truyền thông bùng nổ và chuyển đổi số mạnh mẽ hiện nay.

Abstract - The Public Relations (PR) sector in Vietnam is witnessing robust growth, accompanied by increasing demand in the labor market. Amid the digital transformation era, the industry is undergoing continuous changes, requiring a workforce that consistently updates its knowledge, skills, and technological competencies. Nevertheless, a considerable gap persists between university curricula and actual business needs. Strengthening collaboration between universities and businesses has become an urgent necessity, particularly in enhancing the training and development of a high-quality workforce for the PR industry. Drawing on practical experiences of university-business collaboration in PR education, this paper proposes several solutions to improve the effectiveness of such partnerships, thereby aligning educational outcomes with the dynamic demands of the labor market in the context of digital transformation.

Keywords - Training collaboration; public relations; digital transformation; universities and business.

Đặc thù của ngành Quan hệ công chúng đòi hỏi người học không chỉ nắm vững kiến thức chuyên môn mà còn phải có kỹ năng thực hành linh hoạt, khả năng thích ứng nhanh với môi trường làm việc thay đổi liên tục, cùng với tư duy sáng tạo và năng lực công nghệ. Chính vì vậy, việc tăng cường liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp trong ngành Quan hệ công chúng là hết sức cần thiết, giúp sinh viên có điều kiện tiếp cận thực tế, tích lũy kinh nghiệm nghề nghiệp ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường, đồng thời giúp doanh nghiệp tham gia vào quá trình đào tạo để chuẩn hóa nguồn nhân lực theo đúng yêu cầu của thời đại số. Tại Việt Nam, nhiều trường đại học đã thiết lập mối quan hệ hợp tác với doanh nghiệp và cả các tòa soạn báo chí trong đào tạo ngành Quan hệ công chúng. Tuy nhiên, hiệu quả triển khai còn chưa cao do thiếu cơ chế phối hợp bền vững, sự tham gia hạn chế từ phía doanh nghiệp, cũng như thiếu chiến lược đào tạo đồng bộ giữa lý thuyết và thực hành.

Xuất phát từ thực tiễn đó, đề tài “Giải pháp tăng cường liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp đối với ngành Quan hệ công chúng trong bối cảnh chuyển đổi số” được thực hiện nhằm phân tích thực trạng hiện nay, chỉ ra những hạn chế trong quá trình liên kết và đề xuất các

giải pháp khả thi để nâng cao hiệu quả hợp tác, từ đó góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành Quan hệ công chúng đáp ứng yêu cầu của xã hội và doanh nghiệp trong thời kỳ chuyển đổi số.

Bài viết sử dụng phương pháp phân tích tài liệu thứ cấp từ các công trình nghiên cứu, báo cáo học thuật, chính sách giáo dục và dữ liệu thông tin được công bố trên các phương tiện truyền thông. Đặc biệt, phương pháp phân tích nội dung được áp dụng để thu thập và xử lý dữ liệu từ các trang web chính thức của các cơ sở đào tạo ngành Quan hệ công chúng tại Việt Nam. Tác giả tiến hành tổng hợp và so sánh thông tin từ website của các trường đại học nhằm đánh giá mức độ liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong hoạt động đào tạo: Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội, Trường Đại học Văn Lang, Trường Đại học Kinh tế Tài chính - UEF, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh - HUTECH, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Trường Đại học Hoa Sen, Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh - UMT, Trường Đại học Yersin (Đà Lạt), Trường Đại học FPT Đà Nẵng, Đại học Duy Tân, Trường Đại học Nam Cần Thơ...

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Liên kết đào tạo và liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp

Liên kết đào tạo là sự hợp tác giữa các bên để tổ chức thực hiện các chương trình đào tạo cấp bằng tốt nghiệp trung cấp chuyên nghiệp, cao đẳng, đại học. Mục đích của liên kết đào tạo là nhằm thực hiện chủ trương đào tạo theo nhu cầu xã hội; huy động tiềm năng của các trường nhằm đào tạo nguồn nhân lực tại chỗ cho địa phương và tạo cơ hội học tập cho nhiều người trên cơ sở đảm bảo chất lượng, hiệu quả giáo dục, góp phần thực hiện mục tiêu công bằng và xã hội hoá giáo dục. Liên kết đào tạo có nhiều hình thức khác nhau như: Liên kết đào tạo giữa nhà trường với nhà trường, giữa nhà trường với trung tâm, viện nghiên cứu, liên kết đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp.

Như vậy, liên kết đào tạo là quá trình hợp tác giữa các chủ thể có liên quan trong giáo dục - đào tạo nhằm sử dụng hiệu quả nguồn lực, chia sẻ trách nhiệm, cùng tham gia vào quá trình xây dựng và tổ chức chương trình đào tạo, nhằm nâng cao chất lượng đầu ra phù hợp với nhu cầu của xã hội.

Liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp là phương thức hợp tác chiến lược, trong đó nhà trường và doanh nghiệp cùng tham gia vào các hoạt động đào tạo như xây dựng chương trình học, giảng dạy, thực tập, nghiên cứu ứng dụng và đánh giá kết quả học tập nhằm tạo ra nguồn nhân lực phù hợp với yêu cầu thực tiễn. Theo [4], liên kết hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp là sự tương tác trực tiếp hay gián tiếp, có tính chất cá nhân hay tổ chức giữa nhà trường và các doanh nghiệp nhằm hỗ trợ lẫn nhau vì lợi ích của cả hai như: hợp tác trong đào tạo, nghiên cứu và phát triển, kích thích sự vận động năng động qua lại của cán bộ quản lý, giảng viên, người học và các nhà chuyên môn đang làm việc tại các doanh nghiệp; thương mại hóa các kết quả nghiên cứu; xây dựng chương trình đào tạo; tổ chức học tập suốt đời; hỗ trợ các nỗ lực sáng nghiệp và quản trị tổ chức.

Việc liên kết đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp là một công tác quan trọng và mang lại rất nhiều lợi ích cho các bên liên quan, qua đó các giúp nhà trường đào tạo nguồn nhân lực phù hợp với doanh nghiệp, đáp ứng được nhu cầu nghề nghiệp của thị trường. Doanh nghiệp có đội ngũ nhân lực dồi dào, có kiến thức, kỹ năng, thái độ phù hợp với ngành nghề, hạn chế việc đào tạo lại sau khi tiếp nhận nhân sự và duy trì được nguồn nhân lực ổn định. Đối với người học có thể định hướng nghề nghiệp trong tương lai, cơ hội được tiếp xúc thực tế và có việc làm. Luật Giáo dục đại học sửa đổi năm 2018 tại điều 12 đã nhấn mạnh vai trò hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học với doanh nghiệp trong đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ. "Gắn đào tạo với nhu cầu sử dụng lao động của thị trường, nghiên cứu triển khai ứng dụng khoa học và công nghệ; đẩy mạnh hợp tác giữa cơ sở giáo dục đại học với doanh nghiệp, tổ chức khoa học và công nghệ; có chính sách ưu đãi về thuế cho các sản phẩm khoa học và công nghệ của cơ sở giáo dục đại học; khuyến khích cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp tiếp nhận, tạo điều kiện để người học và giảng viên thực hành, thực tập, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo". Ngoài ra, Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22/6/2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định chuẩn chương trình đào tạo bậc đại học, trong đó yêu cầu các trường thiết kế chương trình đáp ứng nhu cầu thực tế của thị trường lao động thông qua liên kết với doanh nghiệp. Đặc biệt, Nghị định số 15/2021/NĐ-CP ngày 03/3/2021 của Chính phủ về hợp tác công - tư cũng mở ra cơ hội để các doanh nghiệp và trường đại học cùng triển khai các dự án nghiên cứu và đào tạo có tính ứng dụng cao.

2.2. Sự cần thiết trong liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp đối với ngành Quan hệ công chúng trong bối cảnh chuyển đổi số

Trong những năm gần đây, Quan hệ công chúng đã trở thành một trong những lĩnh vực nghề nghiệp thu hút nguồn nhân lực cao trong xã hội. Nhu cầu đào tạo, nghiên cứu về quan hệ công chúng vì thế trở nên vô cùng cấp thiết. Xét về khía cạnh đào tạo, tính từ năm 2006 đến nay (Học viện Báo chí - Tuyên truyền là đơn vị đầu tiên đào tạo Quan hệ công chúng), ngành Quan hệ công chúng Việt Nam đã trải qua gần 2 thập kỷ đào tạo. Các khoa đào tạo ngành Quan hệ công chúng lần lượt được mở ra tại Hà Nội, Thành Phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cần Thơ... Tính đến nay, có hơn 20 trường đại học có đào tạo ngành này: Học viện Báo chí Tuyên truyền, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội, Trường Đại học Hòa Bình, Trường Đại học Nguyễn Trãi, Trường Đại học Đại Nam, Trường Đại học Đông Đô, Trường Đại học Văn Lang, Trường Đại học Hutech, Đại học Huflit, Trường Đại học Kinh tế Tài chính, Trường Đại học Hoa Sen, Trường Đại học Gia Định, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Trường Đại học quốc tế Hồng Bàng, Trường Đại học Văn Hiến, Đại học Quản lý và Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học quốc tế Sài Gòn, Trường Đại học Kinh tế Kỹ thuật Bình Dương, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, Đại học Duy Tân Đà Nẵng, Trường Đại học FPT Đà Nẵng, Trường Đại học Nam Cần Thơ, Trường Đại học Yersin, Trường Đại học Lạc Hồng... Trong đó, Hà Nội và Thành

Phổ Hồ Chí Minh là hai trung tâm đào tạo lớn nhất, tính theo quy mô đào tạo.

Mặc dù đã có nhiều bước phát triển, nhưng so với các ngành học khác, Quan hệ công chúng vẫn còn là ngành mới tại Việt Nam, xét cả về khía cạnh đào tạo lẫn làm nghề. Theo tác giả Đinh Thị Thúy Hằng, nghề Quan hệ công chúng tại Việt Nam bắt đầu phát triển từ sau năm 1990 nhưng còn thiếu hụt về cơ sở lý luận khoa học, khung pháp lý và đạo đức nghề nghiệp. Nguồn nhân lực được đào tạo chuyên nghiệp về quan hệ công chúng còn hạn chế, nhiều hoạt động quan hệ công chúng vẫn mang tính tự phát, thiếu chuyên nghiệp [3]. Trong khi đó, nhu cầu nguồn nhân lực chất lượng cao của ngành này là rất lớn. Theo Hiệp hội Quảng cáo - Việt Nam, hiện nay có khoảng 7.000 công ty quảng cáo - Quan hệ công chúng, nhân lực cho ngành này ít nhất là 70.000 lao động. Nhiều doanh nghiệp buộc phải tuyển dụng nhân lực từ các chuyên ngành khác như: Báo chí, Ngữ văn Anh, Quan hệ quốc tế cho vị trí Quan hệ công chúng. Mặc dù trải qua hơn 2 thập kỷ, nhiều trường đại học ở Việt Nam có các khoa đào tạo nhân lực cho ngành này như khoa đào tạo quan hệ công chúng, khoa truyền thông, quảng cáo, truyền thông đa phương tiện...nhưng khoảng cách giữa đào tạo trên ghế nhà trường và hành nghề trên thực tế dường như vẫn còn một khoảng trống. Vì vậy, sự kết hợp tốt nhất vẫn là đào tạo chính quy và khả năng tác nghiệp thực tế ở môi trường chuyên nghiệp. Theo đó, việc tăng cường liên kết giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp là giải pháp quan trọng để đáp ứng nhu cầu nhân lực trong tương lai, đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

Theo Đỗ Thị Thanh Toàn, nội dung liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp bao gồm sáu phương diện: (1) phối hợp xây dựng mục tiêu, nội dung và chương trình đào tạo; (2) liên kết trong việc xây dựng phương pháp giảng dạy và hình thức tổ chức; (3) hợp tác trong hoạt động giảng dạy, thực hành và thực tập; (4) liên kết trong nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ; (5) phối hợp kiểm tra, đánh giá kết quả học tập; và (6) tạo cơ hội việc làm cho người học [4]. Đối với ngành Quan hệ công chúng, liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp có thể thực hiện theo những nội dung sau đây:

- Liên kết tham gia góp ý, xây dựng chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng: từ mục tiêu đào tạo, xây dựng chuẩn đầu ra và nội dung các môn học đào tạo;
- Liên kết trong việc cùng phối hợp tham gia giảng dạy xen kẽ lý thuyết và thực hành, kiến tập, thực tập, thực tế;
- Liên kết trong việc phương pháp đào tạo, kiểm tra và đánh giá người học;
- Liên kết trong việc cập nhật công nghệ mới, chuyển giao công nghệ, tài trợ công nghệ, cung cấp các thiết bị, tài liệu học tập - hướng dẫn thực hành, nghiên cứu khoa học;
- Liên kết trong các chương trình tư vấn, định hướng nghề nghiệp cho sinh viên khi tốt nghiệp;
- Liên kết trong việc tuyển dụng, giới thiệu việc làm.

2.3. Đánh giá hoạt động liên kết đào tạo ngành Quan hệ công chúng giữa các trường đại học và doanh nghiệp hiện nay

Tại Việt Nam, từ năm 2006 đến nay, thống kê theo

website các đại học và chuyên mục tuyển sinh trên báo chí công bố, có hơn 20 trường đại học sau đào tạo ngành Quan hệ công chúng bậc chính quy như sau:

Ở Hà Nội có: Học viện Báo chí và Tuyên truyền (Khoa PR - Quảng cáo), Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội (Bộ môn Quan hệ công chúng - Khoa Báo chí Truyền thông), Trường Đại học Đại Nam (Khoa Quan hệ công chúng), Trường Đại học Nguyễn Trãi (Khoa Quan hệ công chúng), Trường Đại học Hòa Bình (Khoa Quan hệ công chúng và Truyền thông), Trường Đại học Đông Đô (Khoa Quan hệ công chúng).

Ở Thành phố Hồ Chí Minh có: Trường Đại học Văn Lang (Khoa Quan hệ công chúng & Truyền thông), Trường Đại học Tin học - Ngoại ngữ (Bộ môn Quan hệ công chúng, thuộc khoa Quan hệ Quốc tế), Trường Đại học Kinh tế Tài chính (Khoa Quan hệ công chúng & Truyền thông), Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (Khoa Xã hội học và Quan hệ công chúng), Trường Đại học Nguyễn Tất Thành (Khoa Truyền thông sáng tạo), Trường Đại học Hoa Sen (Khoa Marketing và Truyền thông), Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (Khoa Truyền thông và Nghệ thuật ứng dụng), Trường Đại học Gia Định (Khoa Truyền thông số), Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn (Khoa Khoa học Xã hội), Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng (Khoa Khoa học Xã hội), Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông Thành phố Hồ Chí Minh ...

Ở Đà Nẵng có: Đại học Duy Tân (Khoa Khoa học Xã hội & Nhân văn), Trường Đại học FPT, Trường Đại học Đông Á.

Ở Đà Lạt có: Đại học Yersin (Khoa Truyền thông - Xã hội).

Ở Cần Thơ có: Trường Đại học Nam Cần Thơ (Khoa Kinh Tế).

Tổng hợp thông tin hợp tác và liên kết đào tạo với các doanh nghiệp của các đại học trên trong việc đào tạo ngành Quan hệ công chúng cho thấy:

Khu vực Hà Nội, nổi bật nhất là Học viện Báo chí và Truyền thông (Khoa PR - Quảng cáo) đã đạt được 3 dấu ấn quan trọng: đơn vị đầu tiên trên cả nước đào tạo trình độ cử nhân ngành Quan hệ công chúng, thạc sĩ ngành Quan hệ công chúng và tiến sĩ Quan hệ công chúng. Trường cũng đã thiết lập được mạng lưới liên kết đào tạo đa dạng với các công ty truyền thông, công ty công nghệ, tòa soạn báo chí. Bên cạnh chương trình đào tạo chú trọng chiều sâu chuyên môn, nâng cao chất lượng kiến thức ngành, sinh viên học tập tại khoa Quan hệ công chúng & Quảng cáo còn có cơ hội thực hành nghề nghiệp trong các khóa kiến tập - thực tập ở năm thứ 3 và thứ 4 của lộ trình đào tạo. Trường có ký kết cùng các Agency - công ty dịch vụ truyền thông, quảng cáo như: Le Bros, T&A Olgivy, Unblur Creative. Định kỳ hằng năm, Học viện tổ chức Ngày hội nghề nghiệp - AJC Open Day - Job Fair định kỳ hằng năm để tạo cơ hội cho sinh viên gặp gỡ, trao đổi với các nhà tuyển dụng, từ đó định hướng nghề nghiệp và tìm kiếm cơ hội việc làm phù hợp.

Trường Đại học Văn Lang, với Khoa Quan hệ công

chúng và Truyền thông thành lập từ năm 2007, là đơn vị tiên phong đào tạo ngành Quan hệ công chúng tại khu vực phía Nam. Đây là Khoa có quy mô đào tạo ngành Quan hệ công chúng và Truyền thông lớn nhất tại Việt Nam, với hơn 7000 sinh viên đang theo học. Theo đề án tuyển sinh 2024, thống kê chỉ tiêu tuyển sinh ngành Quan hệ công chúng tại Trường Đại học Văn Lang là 1400 chỉ tiêu. Hoạt động hợp tác liên kết đào tạo tại Khoa Quan hệ công chúng và Truyền thông Trường Đại học Văn Lang được công bố khá cụ thể và rõ ràng thông tin các đối tác chiến lược. Đặc biệt, trong giai đoạn hậu Covid 19, ngày 30/3/2021, Khoa đã ký kết hợp tác chiến lược với Mạng lưới Quan hệ công chúng Việt Nam (VNPR). Theo nội dung thỏa thuận, VNPR sẽ là đối tác chiến lược của Khoa trong các hoạt động như: xây dựng chương trình đào tạo chuyên ngành Quan hệ công chúng theo hướng ứng dụng, gắn với nhu cầu doanh nghiệp; hợp tác trao đổi kiến thức, kinh nghiệm, cơ hội; hợp tác tổ chức các sự kiện chuyên ngành về truyền thông và quan hệ công chúng; kết nối sinh viên với doanh nghiệp và cộng đồng Marcom tại Việt Nam... Trong 2 năm liên tục 2024 và 2025, Khoa Quan hệ công chúng và Truyền thông Trường Đại học Văn Lang đã ký kết MOU với hơn 100 doanh nghiệp cho Dự án đa phương tiện mùa 1 và mùa 2. Dự án này nhằm tăng cường đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành Quan hệ công chúng và Truyền thông đa phương tiện thông qua việc thực hiện các đồ án thực tế, học kỳ kiến tập, thực tập... Ngoài ra, Khoa Quan hệ công chúng và Truyền thông Trường Đại học Văn Lang cũng đã ký kết hợp tác chiến lược đào tạo với báo Tuổi trẻ. Theo đó, 400 sinh viên ngành Quan hệ công chúng, Chương trình Đào tạo đặc biệt của Trường Đại học Văn Lang đã bắt đầu học thực hành chính quy tại Báo Tuổi Trẻ các học phần: Thẩm định tin tức và Nhiếp ảnh... với giảng viên chính là các nhà báo, phóng viên kỳ cựu của báo Tuổi trẻ.

Trong năm 2024 và 2025, chiến lược ký kết hợp tác đào tạo với các tòa soạn báo chí như Thanh Niên, Tuổi Trẻ cũng đã và đang được triển khai hàng loạt tại các trường đại học tư thục có đào tạo ngành Quan hệ công chúng tại Thành phố Hồ Chí Minh: Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Trường Đại học Hoa Sen, Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Gia Đình... Theo đó, sinh viên ngành PR của các trường đại học tư thục trên sẽ được học tập và tham quan, kiến tập, thực tập tại các “giảng đường thực tế” ngay tòa soạn báo. Các nhà báo, phóng viên của Thanh Niên, Tuổi Trẻ cũng sẽ tham gia giảng dạy thỉnh giảng tại các trường các môn như: Phỏng vấn - Trả lời phỏng vấn, Viết và Biên tập tin, Đối thoại truyền hình, Kỹ năng dẫn chương trình truyền hình... Ngoài ra, mỗi trường sẽ có thêm chiến lược ký kết hợp tác với các doanh nghiệp, đơn vị công ty truyền thông, quảng cáo riêng. Đơn cử như Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh song song với chương trình ký kết hợp tác với báo Tuổi Trẻ, trường đã ký kết chiến lược với Mạng lưới quan hệ công chúng Việt Nam (VNPR). Thỏa thuận hợp tác này nhằm giúp sinh viên có cơ hội học hỏi từ những chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực quan hệ công chúng, truyền thông, xây dựng được nền tảng kiến thức vững chắc và đạo đức nghề nghiệp. Tại Trường

Đại học Kinh tế Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh (UEF), từ năm 2022, Khoa Quan hệ công chúng và Truyền thông đã đẩy mạnh phát triển mạng lưới liên kết đào tạo với 21 đối tác thuộc các ngành Quan hệ công chúng, Tổ chức sự kiện, Quảng cáo, Tâm lý học và Truyền thông đa phương tiện: Golden Event, Apex Multimedia, BS Group, Vietnam Event Group, Công ty TNHH Zee, Công ty Cổ phần Đào tạo và phát triển Sài Gòn (SSDIC), Công ty Cổ phần Yêu Thẻ thảo, Innolab Asia, Công ty Truyền thông An Group, Hội Quảng cáo Thành phố Hồ Chí Minh, Công ty TNHH truyền thông Bee, Pencil Group, Công ty MVV SNP, Zalo, Entertainment & Movies Aid Solutions, Trung tâm phát triển giáo dục và trị liệu Tâm lý Alpha, Công ty Cổ phần Major Education, Công ty TNHH Chạm vào tâm hồn và Ideaguru. Nội dung ký kết gồm những chương trình mà doanh nghiệp dành cho UEF cũng như trách nhiệm của UEF đối với các doanh nghiệp. Theo đó, căn cứ vào năng lực thực tế và nhu cầu giữa các bên, doanh nghiệp sẽ tiếp nhận hồ sơ sinh viên UEF kiến tập, thực tập hàng năm và tổ chức sàng lọc theo nhu cầu của doanh nghiệp; phối hợp tổ chức các buổi báo cáo chuyên đề về kinh nghiệm nghề nghiệp và những kỹ năng cần thiết cho sinh viên làm việc trong lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp; tham gia đóng góp vào việc xây dựng chuẩn đầu ra, chương trình, giáo trình đào tạo của UEF; cử chuyên gia tham gia giảng dạy, thuyết trình, hội thảo tại UEF.

Tại khu vực Đà Nẵng, ngành Quan hệ công chúng nhìn chung dù mới tuyển sinh và đào tạo trong 3 năm trở lại đây nhưng các trường như Đại học Duy Tân, Trường Đại học FPT Đà Nẵng đã có chiến lược hợp tác đào tạo với các doanh nghiệp khá bài bản. Đại học Duy Tân đã phối hợp và liên kết tốt với các đơn vị, doanh nghiệp để cùng khảo sát, xác định thực, cụ thể nhu cầu về nhân lực của đơn vị, doanh nghiệp như nắm bắt được cụ thể yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ, phẩm chất nghề nghiệp, số lượng qui mô cần phải đào tạo. Trường đã xây dựng mục tiêu, nội dung chương trình, kế hoạch đào tạo theo hướng gắn với các ngành nghề mà các đơn vị, doanh nghiệp cần; mở rộng liên kết đào tạo và đa dạng hóa loại hình đào tạo, nâng cao và phát huy các điều kiện đảm bảo chất lượng đào tạo; đổi mới và phối hợp với các đơn vị, doanh nghiệp trong việc đánh giá kết quả học tập trong quá trình đào tạo và đánh giá sinh viên, tạo việc làm cho sinh viên sau tốt nghiệp theo hướng cam kết giữa nhà trường với các đơn vị, doanh nghiệp. Minh chứng cho sự liên kết bền chặt này là những biên bản ghi nhớ hợp tác giữa nhà trường và hơn 100 doanh nghiệp được ký kết, duy trì và không ngừng mở rộng qua từng năm. Tại Trường Đại học FPT Đà Nẵng, ngành Quan hệ công chúng được thiết kế theo mô hình đào tạo tiên tiến, đáp ứng nhu cầu thực tế của doanh nghiệp và xu hướng phát triển của các chuyên ngành. Sinh viên được đào tạo để trở thành các chuyên gia trong lĩnh vực mình theo đuổi. Sinh viên được làm việc thực tế từ 4 - 8 tháng ở học kỳ thứ 6, còn gọi là “học kỳ trong doanh nghiệp” – On – the – Job Training (OJT) tại các doanh nghiệp đầu ngành: FPT Online, FPT Sendo, FPT Securities, Amazing Tech, Đài Truyền hình TP. HCM (HTV), Idp Education, Tanigawa Vietnam, Jw Marriott - Sun Group, HPT Vietnam Corporation... và hơn 300 doanh nghiệp là đối tác của Tập

đoàn FPT trên toàn thế giới. Nhờ đó, sinh viên được học hỏi kinh nghiệm làm việc thực tế từ các chuyên gia, nắm bắt cơ hội thực tập và việc làm, tăng khả năng cạnh tranh sau khi tốt nghiệp.

Điểm nổi bật tại chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng của Khoa Truyền thông và Xã hội, Trường Đại học Yersin (Đà Lạt) là thời gian đào tạo rút ngắn chỉ còn 3 năm (so với các đại học khác là 4 năm). Trong đó, nhà trường đã triển khai chương trình “Học kỹ doanh nghiệp” ngay từ năm Nhất, mang đến cơ hội cho sinh viên học tập gắn liền với thực tiễn của doanh nghiệp tại hơn 200 công ty, đối tác liên kết. Ngoài ra, sinh viên thường xuyên được tham gia các buổi hội thảo, huấn luyện về nghiệp vụ, kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng mềm... với các chuyên gia trong cùng lĩnh vực. Chính vì vậy, sinh viên ra trường sẵn sàng làm việc và được doanh nghiệp chào đón.

Trường Đại học Nam Cần Thơ chính thức tuyển sinh ngành Quan hệ công chúng năm 2024. Chương trình đào tạo do Khoa Kinh Tế tổ chức, điểm cạnh tranh trong tuyển sinh ngành Quan hệ Công chúng tại đây là mô hình Mô hình "doanh nghiệp trong trường học" là mô hình mới tạo bước đột phá của trường. Đây là mô hình bắt nguồn từ việc giải quyết câu chuyện tìm nơi thực tập cho sinh viên và đồng thời cũng tạo những điều kiện thuận lợi cho sinh viên học tập và thực hành nhằm nâng cao tay nghề và kỹ năng thực hành ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Tuy nhiên, do mới tuyển sinh nên vẫn chưa thấy rõ các hoạt động liên kết đào tạo đặc thù của ngành Quan hệ công chúng.

Từ các thông tin phân tích và tổng hợp ở trên, có thể tổng kết ngắn gọn về mức độ liên kết đào tạo với doanh nghiệp của các trường đại học trên đối với ngành PR như sau:

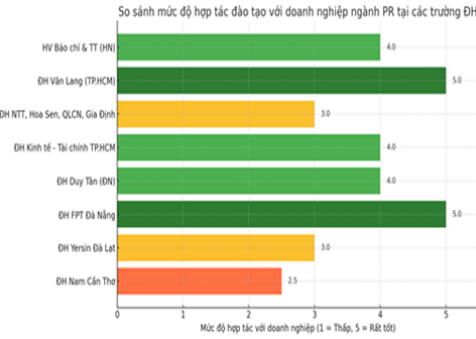
Bảng 1. So sánh mức độ liên kết đào tạo ngành Quan hệ công chúng giữa các trường đại học với doanh nghiệp hiện nay

Trường Đại học	Khu vực	Đặc điểm nổi bật trong liên kết đào tạo	Đối tác chính	Hình thức hợp tác	Điểm nổi bật
Học viện Báo chí và Truyền truyền (AJC)	Hà Nội	Đào tạo từ cử nhân đến tiến sĩ ngành PR; nhiều năm kinh nghiệm	Le Bros, T&A Ogilvy, Unblur Creative	Kiến tập, thực tập, sự kiện nghề nghiệp (AJC Job Fair)	Tiên phong, mạng lưới doanh nghiệp mạnh, tổ chức sự kiện kết nối thường niên
Trường Đại học Văn Lang	Thành phố Hồ Chí Minh	Khoa PR lớn nhất cả nước; 7000 SV; MOU với 100+ DN	VNPR, Báo Tuổi Trẻ, các Agency	Thực hành, kiến tập, dự án đa phương tiện, học phần thực hành	Hợp tác sâu với VNPR, học kỳ thực hành báo chí
Trường	Thành	Đầy mạnh	Báo Tuổi	Tham	Nhà báo

Đại học Nguyễn Tất Thành, Hoa Sen, Gia Định, HUTECH...	phố Hồ Chí Minh	hợp tác tòa soạn báo	Trẻ, Thanh Niên	quan, kiến tập, dạy học thỉnh giảng	giảng dạy trực tiếp, môi trường thực tế
Trường Đại học Quản lý & Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh	Thành phố Hồ Chí Minh	Hợp tác báo chí & VNPR	VNPR, Báo Tuổi Trẻ	Hội thảo, chuyên đề, chỉnh sửa chương trình	Cân bằng lý thuyết & thực tiễn
UEF	Thành phố Hồ Chí Minh	Liên kết với 21 đối tác ngành PR, sự kiện, truyền thông	Golden Event, Apex PR, Multimed ia, BS Group, MVV SNP, Zalo...	Kiến tập, hội thảo, giảng viên doanh nghiệp	Đa ngành, chuyên sâu, hợp tác giảng dạy
Đại học Duy Tân	Đà Nẵng	Liên kết mạnh, khảo sát nhu cầu thực tế	Hơn 100 doanh nghiệp	Đồng xây dựng chương trình, đánh giá sinh viên	Cam kết đầu ra, hợp tác bền vững
Trường Đại học FPT Đà Nẵng	Đà Nẵng	Đào tạo theo mô hình OJT 4-8 tháng	FPT Online, HTV, JW Marriott, 300+ đối tác FPT	OJT học kỳ 6, thực tập tại doanh nghiệp	Toàn diện, toàn cầu hóa, sát thực tế
Trường Đại học Yersin Đà Lạt	Đà Lạt	Đào tạo 3 năm, học kỳ doanh nghiệp ngay từ năm 1	200+ công ty liên kết	Học kỳ doanh nghiệp, hội thảo	Tăng trải nghiệm sớm, đào tạo nhanh
Trường Đại học Nam Cần Thơ	Cần Thơ	Tuyển sinh 2024, mô hình "Doanh nghiệp trong trường"	Nội bộ & liên kết doanh nghiệp địa phương	Thực hành tại doanh nghiệp trong trường	Giải quyết thực tập, đào tạo gắn thực tiễn

Từ thông tin tổng hợp và so sánh ở bảng trên, có thể đánh giá ngắn gọn về mức độ liên kết đào tạo giữa các đại học và doanh nghiệp hiện nay theo biểu đồ sau:

Biểu đồ 1. Tổng hợp mức độ liên kết đào tạo giữa các đại học và doanh nghiệp



doanh nghiệp đối với ngành Quan hệ công chúng trong bối cảnh chuyển đổi số, cần làm rõ từng hoạt động liên kết đào tạo và đặt trong bối cảnh tác động của thị trường lao động hiện tại. Những hoạt động này cần theo nguyên tắc đôi bên cùng có lợi, hỗ trợ lẫn nhau. Từ đó, các trường đại học và doanh nghiệp sẽ lựa chọn chiến lược liên kết hợp tác theo hoàn cảnh và tình hình thực tế theo nhu cầu sau đây:

Bảng 2. Nhu cầu liên kết hài hòa lợi ích giữa các trường đại học và doanh nghiệp

Trường Đại học	Doanh nghiệp	Nhu cầu liên kết hài hòa lợi ích đôi bên
Thiếu thông tin tuyển dụng, nhu cầu việc làm ngành Quan hệ công chúng	Cần nguồn nhân lực chất lượng ngành Quan hệ công chúng nhưng không nắm rõ thông tin đào tạo của các trường đại học	Liên kết để trao đổi thông tin tuyển dụng, việc làm và thông tin đào tạo
Cần trang thiết bị hiện đại, các công nghệ truyền thông mới, các phương pháp đo lường truyền thông mới, kỹ thuật mới nhưng không đủ tài chính	Luôn sẵn sàng và cập nhật liên tục trang thiết bị, máy móc hiện đại, các công cụ truyền thông mới, các phương pháp kỹ thuật tiên tiến	Trao đổi công nghệ, tài trợ kỹ thuật, thử nghiệm đào tạo
Giảng viên có kiến thức chuyên môn bài bản, bằng cấp đầy đủ nhưng ít có kinh nghiệm thực chiến tại doanh nghiệp, tổ chức và tiếp cận công nghệ mới, ít có điều kiện làm quen trang thiết bị hiện đại	Có nhiều chuyên gia Quan hệ công chúng, truyền thông có kinh nghiệm thực chiến qua các dự án, kế hoạch thực tế, nhưng thiếu nền tảng lý thuyết và ít kiến thức chuyên môn	Trao đổi giảng viên-chuyên gia
Tổ chức đào tạo và đánh giá kết quả đào tạo nhưng không nắm thông tin thị trường lao động ngành Quan hệ công chúng	Tiếp nhận lao động và nắm rõ thị trường lao động nhưng ngại chuyện đào tạo lại và không muốn mất thời gian đào tạo lại	Trao đổi thực tập, thực tế
Chi tập trung đào tạo, nhưng thiếu định hướng nghề nghiệp về ngành Quan hệ công chúng	Có thể định hướng rèn luyện phẩm chất nghề nghiệp của ngành Quan hệ công chúng	Liên kết và hợp tác để doanh nghiệp tham gia định hướng, tư vấn nghề nghiệp cho sinh viên
Xây dựng chương trình, đề cương đào tạo các môn học nhưng thiếu tính thực tiễn, mục tiêu đào tạo chưa đáp ứng thị trường lao động ngành Quan hệ công chúng	Đưa ra yêu cầu cụ thể về thị trường lao động đối với ngành Quan hệ công chúng	Liên kết hợp tác cùng nhau xây dựng, góp ý cụ thể cho chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng

3.2. Đề xuất những giải pháp tăng cường liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp đối với ngành Quan hệ công chúng trong bối cảnh chuyển đổi số

3. Bàn luận và kiến nghị

3.1. Yêu cầu đặt cho liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp đối với ngành Quan hệ công chúng trong bối cảnh chuyển đổi số

Tăng cường đào tạo giữa trường đại học và các doanh nghiệp hiện nay là rất cần thiết trong quá trình nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành Quan hệ công chúng trong bối cảnh chuyển đổi số.

Tuy nhiên, các hoạt động liên kết đào tạo giữa các trường đại học và doanh nghiệp đối với ngành Quan hệ công chúng còn chưa đồng bộ và có chiến lược dài hạn rõ ràng. Hầu hết các chương trình liên kết đào tạo còn mang tính theo đợt, ngắn hạn và chưa xuyên suốt. Doanh nghiệp và nhà trường chưa coi việc hợp tác giữa hai bên là chiến lược quan trọng, gắn liền với công tác đào tạo. Đa phần các chương trình liên kết đào tạo giữa các đại học và doanh nghiệp chỉ đang dừng lại ở hoạt động kiến tập, thực hành, thực tập, cung ứng nhân lực cho doanh nghiệp và tham gia hỗ trợ thỉnh giảng một vài môn học. Những hoạt động khác liên quan đến nghiên cứu khoa học, chuyên gia công nghệ, giáo trình, tài liệu vẫn còn hạn chế.

Ngoài ra, công tác tham gia đào tạo của doanh nghiệp tại nhà trường còn hạn chế bởi những ràng buộc về quy chế, quy định liên quan đến bằng cấp, chứng chỉ đối với những người tham gia giảng dạy trực tiếp đến từ doanh nghiệp nhất là đối với ngành Quan hệ công chúng thì vấn đề này càng là thách thức lớn. Việc mời giảng viên của doanh nghiệp thỉnh giảng vấp phải qui định về bằng cấp đối với giảng viên đại học (giảng viên thỉnh giảng phải có bằng thạc sĩ khi dạy cho trình độ đại học, phải có bằng tiến sĩ khi dạy cho trình độ cao học); trong khi những người có kinh nghiệm thực tiễn làm nghề quan hệ công chúng, truyền thông tại các doanh nghiệp lại không đáp ứng được điều kiện liên quan bằng cấp, chứng chỉ học thuật. Công tác mời giảng viên thỉnh giảng đến từ các doanh nghiệp tham gia công tác giảng dạy ngành quan hệ công chúng hiện nay tại các trường đại học đa phần đến từ các liên kết, mối quan hệ cá nhân của giảng viên nên việc liên kết đào tạo chưa chuyên nghiệp, bền vững và ổn định. Các giảng viên đến từ doanh nghiệp hầu như chưa có kinh nghiệm đứng lớp và tổ chức giảng dạy môn học cân bằng giữa lý thuyết và thực hành theo số tiết quy định trong đề cương chương trình đào tạo (30 - 60 tiết), chỉ dừng lại vai trò khách mời chia sẻ về kinh nghiệm ngắn gọn trong thời gian 2-3 tiếng/buổi học...

Tóm lại, bàn về liên kết đào tạo giữa trường đại học và

Từ những phân tích về yêu cầu đặt ra trong liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp đối với ngành Quan hệ công chúng trong bối cảnh số nêu trên, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường hợp tác liên kết đào tạo giữa trường đại học và doanh nghiệp nhằm đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực Quan hệ công chúng trong bối cảnh chuyên đổi số như sau:

Đối với cơ quan quản lý nhà nước và các sở, ngành liên quan

- Xây dựng cơ chế kết nối và điều phối liên kết: các cơ quan quản lý cần đóng vai trò là cầu nối giữa nhà trường và doanh nghiệp, góp phần hình thành mạng lưới hợp tác đa ngành và hiệu quả.

- Thiết lập hệ thống thông tin về nhu cầu nhân lực ngành Quan hệ công chúng: xây dựng cơ sở dữ liệu về xu hướng nghề nghiệp, kỹ năng nghề nghiệp cần thiết trong bối cảnh chuyên đổi số, từ đó định hướng cho trường đại học và doanh nghiệp trong việc xây dựng chương trình đào tạo mang tính thực tiễn hơn.

- Ban hành chính sách khuyến khích liên kết đào tạo: tạo điều kiện để doanh nghiệp được tham gia sâu vào hoạt động đào tạo ngành Quan hệ công chúng: như giảng dạy, hỗ trợ học bổng, tài trợ thiết bị; đồng thời thiết lập chính sách khen thưởng, vinh danh cho những doanh nghiệp tham gia vào hoạt động liên kết đào tạo với trường đại học.

- Nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội trong giáo dục: cần truyền thông mạnh mẽ về vai trò và nghĩa vụ của doanh nghiệp trong việc phát triển nguồn nhân lực ngành truyền thông hiện đại, từ đó thúc đẩy tinh thần hợp tác trường - doanh nghiệp lâu dài. Có thể tạo ra những giải thưởng vinh danh hoạt động cộng đồng/trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp mà trong đó, tiêu chí để đánh giá là mức độ hợp tác, liên kết đào tạo với các trường đại học.

- Việc thành lập Hiệp hội nghề Quan hệ công chúng Việt Nam và ban hành bộ quy tắc đạo đức, kỹ năng nghề nghiệp là yêu cầu cấp thiết trong bối cảnh ngành Quan hệ công chúng đang phát triển mạnh mẽ dưới tác động của chuyên đổi số và tiến trình hội nhập quốc tế. Hiệp hội sẽ đóng vai trò hạt nhân trong việc liên kết các chủ thể làm nghề, bao gồm chuyên gia, giảng viên, sinh viên, doanh nghiệp và tổ chức hoạt động trong lĩnh vực Quan hệ công chúng, nhằm hình thành một cộng đồng nghề nghiệp thống nhất. Đồng thời, đây sẽ là đầu mối phối hợp với các cơ sở đào tạo trong việc xây dựng chương trình giảng dạy, tổ chức hội thảo, chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn, đảm bảo chuẩn đầu ra gắn với yêu cầu của thị trường lao động. Bên cạnh chức năng đại diện và bảo vệ quyền lợi cho người làm nghề, Hiệp hội còn có vai trò nâng cao năng lực chuyên môn, thúc đẩy việc cấp chứng chỉ hành nghề, cũng như tổ chức các diễn đàn thường niên giữa nhà trường - doanh nghiệp - hiệp hội nhằm cập nhật xu hướng, định hướng đào tạo và khuyến khích sinh viên tích cực tham gia các hoạt động cộng đồng, cuộc thi chuyên môn để rèn luyện kỹ năng gắn với thực tiễn.

Đối với các cơ sở giáo dục đại học đào tạo ngành Quan hệ công chúng

- Ký kết hợp tác với doanh nghiệp truyền thông theo

nguyên tắc rõ ràng: các trường cần ký kết biên bản ghi nhớ (MOU) với các doanh nghiệp có ngành nghề Quan hệ công chúng, truyền thông số, cơ quan báo chí, trong đó xác định rõ quyền và nghĩa vụ của các bên liên quan.

- Các trường đại học cần triển khai mô hình đào tạo kết hợp giữa lý thuyết và thực hành thông qua các học kỳ kiến tập, thực tập, giúp sinh viên có thể áp dụng những kiến thức đã học vào các tình huống thực tế ngay trong quá trình học. Điều này đặc biệt quan trọng trong ngành Quan hệ công chúng, nơi kỹ năng thực tiễn đóng vai trò quyết định.

- Cùng doanh nghiệp xây dựng chương trình đào tạo: tổ chức khảo sát, họp lấy ý kiến, cập nhật nhu cầu thị trường lao động nhằm đảm bảo chương trình sát với yêu cầu thực tiễn

- Thường xuyên tổ chức các hội thảo, diễn đàn kết nối: tạo các không gian giao lưu như hội thảo nghề nghiệp, diễn đàn ngành Quan hệ công chúng, lớp học trải nghiệm để doanh nghiệp chia sẻ thực tiễn và tham gia trực tiếp vào giảng dạy, hướng dẫn sinh viên.

- Định kỳ đánh giá hoạt động liên kết đào tạo: cần có cơ chế báo cáo, lấy ý kiến phản hồi từ sinh viên và doanh nghiệp sau mỗi kỳ kiến tập, thực tập, học phần phối hợp để hiệu chỉnh chương trình và phương pháp đào tạo kịp thời.

- Đưa thêm quy định giảng viên dạy lý thuyết một năm phải đảm bảo số giờ thực tế tại doanh nghiệp, giảng viên từ doanh nghiệp dạy thực hành phải được bổ sung/hỗ trợ phần lý thuyết cụ thể số giờ. Đó là cách để các trường đại học đào tạo ngành Quan hệ công chúng kiểm soát việc giảng viên không dạy những thứ xa rời thực tế, khoa học phải gắn với thực tiễn và cũng kiểm soát được những giảng viên chưa được kiểm chứng chuyên môn từ thực tiễn. Các trường đại học cần thành lập Hội đồng nghiên cứu xây dựng chính sách liên kết đào tạo doanh nghiệp, từ đó lập ra các tổ công tác chuyên môn nhằm nghiên cứu văn bản pháp lý, quy trình liên kết đào tạo doanh nghiệp, xây dựng quy trình phối hợp đào tạo, tìm kiếm kết nối các doanh nghiệp truyền thông, kết nối và tuyển các chuyên gia quan hệ công chúng, truyền thông phù hợp với các nội dung liên kết đào tạo.

Đối với các doanh nghiệp tham gia hoạt động liên kết đào tạo với trường đại học trong lĩnh vực Quan hệ công chúng

- Đưa hoạt động đầy mạnh hợp tác liên kết đào tạo với các trường đại học trở thành chiến lược phát triển bền vững và thể hiện trách nhiệm cộng đồng.

- Tham gia xây dựng mục tiêu, chương trình và chuẩn đầu ra: doanh nghiệp nên đồng hành cùng nhà trường từ khâu xây dựng khung năng lực, lựa chọn kỹ năng trọng điểm, cho đến phương pháp giảng dạy và đánh giá đầu ra của sinh viên.

- Tham gia trực tiếp giảng dạy và trở thành “mentor” tư vấn và đồng hành cùng sinh viên trong các dự án thực tế: đồ án giải pháp doanh nghiệp, đồ án truyền thông số, chiến dịch Quan hệ công chúng cho doanh nghiệp...

- Hỗ trợ giáo trình, tài liệu học và nghiên cứu: doanh nghiệp có thể hợp tác biên soạn bài giảng số, tài liệu huấn luyện nội bộ, dữ liệu số về lĩnh vực quan hệ công chúng,

truyền thông, hỗ trợ sinh viên nghiên cứu khoa học; đồng thời tài trợ các cuộc thi, nghiên cứu ứng dụng trong ngành.

• Ưu tiên tuyển dụng sinh viên có trải nghiệm thực tiễn: doanh nghiệp nên tạo cơ hội nghề nghiệp rõ ràng cho sinh viên từng thực tập tại đơn vị, tham gia học kỳ doanh nghiệp hoặc thể hiện tốt năng lực trong các dự án hợp tác trước đó bằng những chính sách tuyển dụng, thu hút nhân tài cụ thể.

4. Kết luận

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng phát triển và xu hướng chuyển đổi số mạnh mẽ, việc liên kết đào tạo giữa các trường đại học và doanh nghiệp đã trở thành yếu tố then chốt trong việc nâng cao chất lượng đào tạo và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường lao động. Ngành Quan hệ công chúng, với đặc thù đòi hỏi kỹ năng thực tiễn cao và sự hiểu biết sâu sắc về thị trường và đối tượng công chúng, càng cần thiết phải xây dựng các chương trình đào tạo gắn kết chặt chẽ với doanh nghiệp.

Nghiên cứu cho thấy các trường đại học tại Việt Nam đã và đang triển khai nhiều hình thức hợp tác phong phú và đa dạng với doanh nghiệp, giúp sinh viên có cơ hội tiếp cận môi trường làm việc thực tế ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Tuy nhiên, mức độ hợp tác giữa các trường và doanh nghiệp vẫn còn sự phân hóa rõ rệt, với một số trường đã thành công trong việc xây dựng mạng lưới đối tác mạnh mẽ và hợp tác sâu rộng, trong khi một số trường khác vẫn gặp phải khó khăn trong việc tạo dựng những mối quan hệ bền vững. Để cải thiện tình hình này, các trường đại học cần chủ động hơn nữa trong việc xây dựng các chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu thực tế của doanh nghiệp, phát triển mô hình hợp tác lâu dài và mở rộng hình thức hợp tác sang các lĩnh vực nghiên cứu và giảng dạy chuyên sâu. Cùng với đó, việc nâng cao chất lượng đào tạo thông qua việc kết hợp lý thuyết và thực hành, cũng như tạo ra các cơ hội học hỏi thực tế cho sinh viên ngay từ đầu khóa học, sẽ giúp sinh viên ngành Quan hệ công chúng phát triển toàn diện và sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động. Những giải pháp này không chỉ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo mà còn giúp tạo ra một môi trường học tập gắn kết chặt chẽ giữa lý thuyết và thực tiễn, qua đó phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đóng góp vào sự phát triển chung của ngành Quan hệ công chúng tại Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Giáo dục và Đào tạo. Thông tư số 07/2017/TT-BGDĐT ngày 15/3/2017 ban hành quy định về liên kết đào tạo trình độ đại học. 2017.
- [2] Chính phủ. Nghị quyết số 05/2005/NQ-CP ngày 18/4/2005 về đẩy mạnh xã hội hoá các hoạt động giáo dục, y tế, văn hoá và thể dục thể thao. 2005.
- [3] Đinh Thị Thúy Hằng. Ngành PR tại Việt Nam. Nhà xuất bản Lao Động - Xã Hội, 2010.
- [4] Đỗ Thị Thanh Toàn. “Liên kết trường đại học và doanh nghiệp - phương thức nâng cao chất lượng đào tạo.” Tạp chí Giáo dục, no. 432, 2018, pp. 34–38.
- [5] “Giảng viên lý thuyết chế giảng viên dạy thực chiến.” Báo Tuổi Trẻ, <https://tuoitre.vn/giang-vien-ly-thuyet-che-giang-vien-day-thuc-chien-20240504220944696.htm>. Accessed 2024.
- [6] “Khởi giảng khóa hợp tác đào tạo học phần 'Phòng vấn và trả lời phỏng vấn' giữa UEF và Báo Tuổi Trẻ.” UEF, 25 Apr. 2025, <https://www.uef.edu.vn/tin-tuc-su-kien/khai-giang-khoa-hop-tac-dao-tao-hoc-phan-phong-van-va-tra-loi-phong-van-giua-uef-va-bao-tuoi-tre-29727>.
- [7] “Khoa Quan hệ công chúng và Truyền thông, Trường Đại học Văn Lang ký MOU 100 doanh nghiệp.” VLU, 28 Apr. 2025, <https://www.vlu.edu.vn/news/khoa-quan-he-cong-chung-truyen-thong-ky-ket-mou-voi-100-doanh-nghiep-cho-du-an-da-phuong-tien-mua-2>.
- [8] “Ký kết MOU đào tạo gắn kết doanh nghiệp: Mở rộng bản đồ đối tác lĩnh vực PR - Truyền thông.” UEF, 22 Apr. 2025, <https://www.uef.edu.vn/tin-tuc-su-kien/ky-ket-mou-dao-tao-gan-ket-doanh-nghiep-mo-rong-ban-do-doi-tac-linh-vuc-pr-truyen-thong-15100>.
- [9] Mạng lưới Quan hệ công chúng Việt Nam (VNPR). VNPR, <https://vnpr.vn/>. Accessed 2025.
- [10] “Ngành Quan hệ công chúng Đại học Duy Tân.” Duy Tân University, 26 Apr. 2025, <https://duytan.edu.vn/tuyen-sinh/Page/EducationDetail.aspx?id=353>.
- [11] “Ngành Quan hệ công chúng Đại học FPT.” Đại học FPT, 27 Apr. 2025, <https://daihoc.fpt.edu.vn/nganh-hoc/cong-nghie-truyen-thong/quan-he-cong-chung>.
- [12] “Ngành Quan hệ công chúng Đại học Hoa Sen.” Đại học Hoa Sen, 22 Apr. 2025, <https://www.hoasen.edu.vn/tuyensinh/quan-he-cong-chung-pr-dai-hoc-hoa-sen>.
- [13] “Ngành Quan hệ công chúng Đại học Nam Cần Thơ.” Đại học Nam Cần Thơ, 27 Apr. 2025, <https://nctu.edu.vn/nganh-quan-nghe-cong-chung-pr>.
- [14] “Ngành Quan hệ công chúng Đại học Nguyễn Tất Thành.” NTT University, 29 Apr. 2025, <https://ntt.edu.vn/nganh-quan-he-cong-chung-nghe-giu-hon-cho-thuong-hieu/>.
- [15] “Ngành Quan hệ công chúng Đại học Văn Lang.” VLU, 27 Apr. 2025, <https://www.vlu.edu.vn/academics/majors/quan-he-cong-chung>.
- [16] “Ngành Quan hệ công chúng Đại học Yersin.” Yersin University, 23 Apr. 2025, <https://yersin.edu.vn/major/quan-he-cong-chung/>.
- [17] Nguyễn Hữu Năng. “Thực trạng hoạt động liên kết đào tạo của trường đại học tư thục với doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh và một số khuyến nghị.” Tạp chí Giáo dục, vol. 23, no. 8, 2023, pp. 59–64.
- [18] Nguyễn Xuân Trường, et al. “Xác định nhu cầu nhân lực quan hệ công chúng trình độ đại học của các doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.” Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing, no. 61, 2021, pp. 94–105.
- [19] Quốc hội. Luật số 34/2018/QH14: Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học, ngày 19/11/2018. 2018.
- [20] Trần Sỹ Nguyên. “Hợp tác giữa đại học với doanh nghiệp trên thế giới và Việt Nam: Một số vấn đề đặt ra và giải pháp.” Tạp chí Công Thương, no. 20, 2020, pp. 172–178.
- [21] “Trường Đại học Nguyễn Tất Thành ký kết hợp tác đào tạo với Báo Tuổi Trẻ.” NTT University, 20 Apr. 2025, <https://ntt.edu.vn/truong-dai-hoc-nguyen-tat-thanh-ky-ket-hop-tac-dao-tao-voi-bao-tuoi-tre/>.
- [22] “Trường Đại học Quản lý và Công nghệ TP.HCM (UMT) ký kết hợp tác Báo Tuổi Trẻ và Mạng lưới Quan hệ Công chúng Việt Nam (VNPR).” UMT, 29 Apr. 2025, <https://www.umt.edu.vn/vi-vn/umt-news-umt-chinh-thuc-ky-ket-hop-tac-voi-bao-tuoi-tre-va-mang-luoi-quan-he-cong-chung-viet-nam-vnpr-co-hoi-vang-cho-sinh-vien-truyen-thong.html>.
- [23] “Trường Đại học Văn Lang và Báo Tuổi Trẻ ký kết hợp tác, đưa sinh viên thực hành chính quy tại toà soạn.” VLU, 25 Apr. 2025, <https://www.vlu.edu.vn/news/truong-dai-hoc-van-lang-va-bao-tuoi-tre-ky-ket-hop-tac-dua-sinh-vien-thuc-hanh-chinh-quy-tai-toa-soan>.
- [24] “Website Chương trình đào tạo Bộ môn Quan hệ công chúng, Đại học Tin học Ngoại ngữ TP.HCM.” HUFLIT, 29 Apr. 2025, <http://huflit.edu.vn/chuong-trinh-dao-tao-QHQT/chuong-trinh-dao-tao-nganh-quan-he-quocte-167.html>.
- [25] “Website Chương trình đào tạo Khoa Quan hệ Công chúng, Đại học KHXH&NV Hà Nội.” VNU-USSH, 1 May 2025, <https://www.vnu.edu.vn/upload/2013/10/15061/52360708%20Quan%20he%20cong%20chung%20-%20USSH%20-%20Chuan%20Dai%20hoc.pdf>.
- [26] “Website Chương trình đào tạo ngành Quan hệ công chúng, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.” AJC, 1 May 2025, <https://www.tuyensinhajc.edu.vn/gioi-thieu/chuong-trinh-dao-tao/i-hc-vn-bng-2/quan-he-cong-chung/item/823-nganh-quan-he-cong-chung.html>.
- [27] “Website Các trường đại học đào tạo ngành Quan hệ công chúng tại Việt Nam.” Tuyensinh247, 20 Apr. 2025, <https://diemthi.tuyensinh247.com/nganh-dao-tao/quan-he-cong-chung>.


chung-53.html.

[28] “Website Đối tác doanh nghiệp của Đại học Duy Tân.” Duy Tân University, 29 Apr. 2025, <https://duytan.edu.vn/doi-tac>.
[29] “Website Giới thiệu ngành Quan hệ công chúng, Đại học UEF.” UEF, 28 Apr. 2025, [https://www.uef.edu.vn/nganh/nganh-quan-he-](https://www.uef.edu.vn/nganh/nganh-quan-he-cong-chung-1496)

cong-chung-1496.

[30] “Website Hoạt động hướng nghiệp của Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.” AJC, 28 Apr. 2025, <https://khoaprquangcao.edu.vn/huong-nghiep/>.

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Bích Thủy:</p> <ul style="list-style-type: none">- Thạc sĩ Văn hóa học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, tốt nghiệp 2014.- Giảng viên (Khoa Báo chí và Truyền thông, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh).- Lĩnh vực quan tâm: Quan hệ công chúng, Truyền thông, Văn hóa, Quản lý giáo dục.- Điện thoại: 0987.713.303.
--	---

GIẢI PHÁP XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU TRƯỜNG ĐẠI HỌC HIỆU QUẢ TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

STRATEGIC SOLUTIONS FOR STRENGTHENING UNIVERSITY BRANDING IN THE DIGITAL AGE

Huỳnh Cát Dung, Hồ Đắc Nam Trân

Trường Đại học Sư Phạm Thể Dục Thể Thao Thành phố Hồ Chí Minh

Huynh Cat Dung, Ho Dac Nam Tran

Ho Chi Minh City University of Physical Education and Sports; dungch@upes.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Huỳnh Cát Dung (email: dungch@upes.edu.vn)*

Tóm tắt - Trên cơ sở nghiên cứu tổng quan về vấn đề xây dựng thương hiệu nói chung, xây dựng thương hiệu trường đại học nói riêng trong nước và trên thế giới, kết hợp với bối cảnh thời đại, trọng tâm là tác động của công nghệ số đến xây dựng thương hiệu, bài viết thể hiện bức tranh tổng thể các yếu tố cần thiết trong xây dựng thương hiệu trường đại học, đặc biệt là giá trị thương hiệu, bao gồm: Nhận thức về thương hiệu; Lòng trung thành với thương hiệu; Chất lượng được cảm nhận; Liên kết thương hiệu, đồng thời nhấn mạnh yếu tố truyền thông số trong tạo lập và nâng cao giá trị thương hiệu. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất giải pháp xây dựng thương hiệu trường đại học hiệu quả trong kỷ nguyên số.

Từ khóa - Giá trị thương hiệu; giải pháp; xây dựng thương hiệu; thương hiệu trường đại học; kỷ nguyên số.

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số đang tác động mạnh mẽ đến các chiến lược xây dựng thương hiệu của các tổ chức, tạo sự chuyển biến mạnh mẽ trong lĩnh vực này, các tổ chức có nhiều cơ hội và thuận lợi hơn trong việc xây dựng thương hiệu, tạo ra sự kết nối nhanh chóng giữa người sử dụng sản phẩm với nhà cung cấp, đồng thời cạnh tranh thương hiệu cũng trở nên khốc liệt hơn. Dù vậy, dường như các trường đại học ở Việt Nam vẫn chưa tận dụng được những ứng dụng số trong xây dựng thương hiệu của mình.

Thương hiệu trường đại học ảnh hưởng rất lớn đến uy tín của trường, tạo dựng nên trường thành niềm tin vững chắc của xã hội. Thương hiệu có các vai trò cơ bản như tạo hình ảnh, cam kết, tạo khác biệt, mang lại lợi ích, thu hút sự đầu tư và bốn chức năng cơ bản của thương hiệu là nhận biết và phân biệt, thông tin và chỉ dẫn, cảm nhận và tin cậy, kinh tế [3]. Thương hiệu trường đại học làm tăng danh tiếng, thu hút nhiều sinh viên có chất lượng. Vai trò của thương hiệu đối với người tiêu dùng chọn được hàng hóa đảm bảo quyền lợi, giúp sản phẩm khẳng định giá trị. Đối với tổ chức, xây dựng một thương hiệu mạnh mang đến cho họ lợi thế rất to lớn, tạo ra hình ảnh, uy tín cho sản phẩm, niềm tin của khách hàng với sản phẩm, thúc đẩy việc tiêu thụ hàng hóa, tăng doanh thu và lợi nhuận. Thương hiệu mạnh giúp các tổ chức dần có được thế đứng vững chắc trong các cuộc cạnh tranh khốc liệt của thị trường. Bằng chứng, khi nhắc đến các trường như Đại học Harvard, Đại học Cambridge, Đại học Oxford, Đại học Thanh Hoa, Đại

Abstract - Drawing from a comprehensive overview of branding - both in general and specifically within the context of universities - at the national and global levels, this article explores the evolving landscape shaped by digital technology. It highlights key components essential to effective university branding, with a particular emphasis on brand value, including brand awareness, brand loyalty, perceived quality, and brand association. The article also underscores the critical role of digital communication in building and enhancing brand value. Based on these insights, the author proposes strategic solutions for strengthening university branding in the digital age.

Keywords - Brand value; solutions; brand building; university brand; digital age.

học Tokyo, Đại học NUS (National University of Singapore), chúng ta có sự tin tưởng, thậm chí khâm phục, ngưỡng mộ vì họ đã xây dựng được thương hiệu hiệu quả.

Trong kỷ nguyên số của sự kết nối, lan tỏa, thương hiệu trường đại học không chỉ được xây dựng bởi các nhà quản lý mà nó được tạo ra thông qua các tương tác xã hội và luôn được định hình lại một cách liên tục. Do đó, bài toán đặt ra cho các trường đại học là bằng cách nào để tận dụng tối đa thành tựu của công nghệ số, triển khai thành công các phương tiện truyền thông xã hội để xây dựng thương hiệu thành công.

2. Giải quyết vấn đề

2.1. Khái niệm thương hiệu trường đại học

Trong nghiên cứu tổng quan về quản lý thương hiệu, nhóm tác giả Hồ Văn Thống, Đặng Văn Toại, Nguyễn Đức Nguyên đã tổng hợp các quan điểm nổi bật về thương hiệu như sau [3]:

Nhóm tác giả Kevin và cộng sự [2] cho rằng thương hiệu có thể được hiểu là một dạng tài sản phi vật chất, một tập hợp các dấu hiệu nhận biết, những liên tưởng, những trải nghiệm làm tăng giá trị nhận thức của người tiêu dùng về một tổ chức hoặc một sản phẩm hàng hóa hoặc dịch vụ. Hơn thế, thương hiệu đồng thời giúp cho bản thân tổ chức tạo được phong cách, nề nếp, văn hóa riêng, làm tăng năng suất, chất lượng, hiệu quả, lòng tự hào, sự hứng khởi, tâm huyết; nâng cao trách nhiệm trong quá trình làm việc của các thành viên.

Các tác giả khác khẳng định “Thương hiệu là một hoặc

một tập hợp các dấu hiệu để nhận biết và phân biệt sản phẩm, doanh nghiệp là hình tượng về sản phẩm và doanh nghiệp trong tâm trí khách hàng và công chúng”.

Theo David Aaker, thương hiệu là hình ảnh có tính chất văn hóa, lý tính, cảm tính, trực quan và độc quyền mà bạn liên tưởng khi nhắc đến một sản phẩm hay một tổ chức. Thương hiệu biểu thị cho sự cảm nhận và cảm xúc của khách hàng về sản phẩm và tính năng lợi ích của nó cho nên giá trị thật của một thương hiệu mạnh là khả năng nắm bắt được sự ưa thích và lòng trung thành của khách hàng.

Management Association quan niệm thương hiệu trường đại học là một tập hợp có dấu hiệu được nhận biết về danh tiếng, sự nổi bật, là tập hợp những liên tưởng trong tâm trí người học và xã hội về trường đại học hoặc sản phẩm dịch vụ giáo dục của trường đại học đó.

Melewar và Akel đã nghiên cứu làm rõ thương hiệu của trường đại học là “cảm nhận, cảm xúc mà một người đã mua hoặc người mua trong tương lai lưu giữ, mô tả những trải nghiệm liên quan đến việc tiếp xúc với sản phẩm và dịch vụ của một cơ sở đào tạo”.

Từ đó, ta có thể nhận định thương hiệu trường đại học là một tập hợp giá trị tinh thần có liên quan đến sản phẩm, hình ảnh của trường đại học trong tâm trí của khách hàng, biểu thị bản sắc của trường đại học.

2.2. Các yếu tố trong xây dựng thương hiệu trường đại học

Có nhiều yếu tố tham gia vào xây dựng thương hiệu trường đại học bao gồm những yếu tố hữu hình lẫn những yếu tố vô hình như: văn hóa trường đại học, danh tiếng, quốc tế hóa, mục tiêu giáo dục, dịch vụ giáo dục đào tạo, chất lượng giáo dục đào tạo, sự đổi mới và cải tiến không ngừng chất lượng các dịch vụ, hình ảnh và hiệu quả của công tác truyền thông, giá trị lợi ích mà cơ sở giáo dục cung cấp cho các bên liên quan... Theo Hồ Văn Thống, Đặng Văn Toại, Nguyễn Đắc Nguyên [3] thì tác giả Nguyễn và cộng sự quan điểm cần tập trung nghiên cứu sâu thương hiệu trường đại học dưới góc độ văn hóa nhà trường. Thương hiệu mạnh sẽ có sức lan tỏa vào văn hóa trường đại học nhằm tạo ra giá trị gia tăng về mặt cảm xúc cho thương hiệu tại tất cả các điểm tiếp xúc với khách hàng và ngược lại. Thương hiệu nào không có sự kết tụ của văn hóa đặc sắc và cá tính riêng thì vẫn mãi là những sản phẩm dịch vụ thông thường có giá trị thấp, khó có thể tồn tại lâu dài trong một thị trường cạnh tranh toàn cầu. Theo nhóm tác giả này, tác giả Felix cũng cung cấp một bài đánh giá về phát triển thương hiệu trong giáo dục đại học. Các tiêu chí phân loại, bao gồm danh tiếng, chất lượng giáo dục, quốc tế hóa, môi trường sinh viên và quan hệ đối tác và tác giả Nguyễn cho rằng thương hiệu bao gồm tên thương hiệu, biểu trưng và biểu tượng, khẩu hiệu, nhạc hiệu và các thành tố thương hiệu khác. Những yếu tố này sẽ tạo nên giá trị thương hiệu [3].

Có hai cách để đánh giá giá trị thương hiệu: đánh giá theo quan điểm của nhà đầu tư tài chính và đánh giá theo quan điểm người tiêu dùng. Đánh giá thương hiệu theo quan điểm tài chính giúp đóng góp cho việc thẩm định tài sản của một công ty; còn đánh giá theo quan điểm khách hàng có thể giúp cho nhà quản trị định vị bản thân và phát

triển giá trị thương hiệu [6]. Bài viết này dựa trên quan điểm thứ hai: Đánh giá giá trị thương hiệu đào tạo của trường đại học theo quan điểm khách hàng.

Theo Nguyễn Thị Thanh Vân, tác giả Keller cho rằng giá trị thương hiệu là tập hợp những nhận thức của khách hàng về thương hiệu bao gồm 2 thành phần chính: nhận biết thương hiệu và hình ảnh thương hiệu. Theo ông, nếu người tiêu dùng hoàn toàn không biết gì về thương hiệu, cũng như họ không có chút ấn tượng gì trong tâm trí, thì đồng nghĩa với việc thương hiệu đó không có giá trị nào trong cảm nhận của họ [6]. Theo nghiên cứu của nhóm tác giả [3] thì Kotler trong nghiên cứu tập trung tính biểu tượng cảm xúc, hay vô hình của thương hiệu; khi sản phẩm thỏa mãn nhu cầu hay mong muốn của người tiêu dùng ở những giá trị về chức năng thì thương hiệu có thể cung cấp giá trị cho khách hàng ở cả hai mặt chức năng và cảm xúc. Cùng theo nhóm tác giả này, tác giả Nguyễn cho biết “giá trị thương hiệu trường đại học được đánh giá qua 4 thành phần là các khả năng về: Tìm việc làm phù hợp, có thu nhập cao, thăng tiến nghề nghiệp và người tốt nghiệp trường đó được xã hội đánh giá cao”; Nói chung, các nghiên cứu hiện nay đã xác định được thương hiệu ở các yếu tố hữu hình và một số yếu tố vô hình. Khi một thương hiệu mạnh thể hiện được sự khác biệt rõ ràng về giá trị với những thương hiệu khác, sẽ gia tăng nhận thức của người tiêu dùng và thông qua nó người tiêu dùng có sự liên tưởng tức thì đến thương hiệu [3].

Theo Max Blackston, David Aaker cho rằng giá trị thương hiệu (xét từ quan điểm khách hàng) là tập hợp các tài sản mang tính vô hình gắn liền với tên gọi và biểu tượng của một thương hiệu. Nó góp phần làm tăng thêm (hoặc giảm đi) giá trị của một sản phẩm, dịch vụ hoặc giá trị của tổ chức đối với các đối tượng khách hàng mà nó nhắm tới. Có một số thành phần cơ bản cùng mang lại giá trị thương hiệu bao gồm: mức độ trung thành, sự nhận biết thương hiệu, chất lượng cảm nhận của khách hàng cùng với các liên kết liên quan đến thương hiệu và các tài sản khác như bằng sáng chế, nhãn hiệu đã được chứng nhận và quan hệ với kênh phân phối. Trong đó, theo ông có 4 yếu tố quan trọng của giá trị thương hiệu là: Nhận thức về thương hiệu; Lòng trung thành với thương hiệu; Chất lượng được cảm nhận và Liên kết thương hiệu [5]. Nhận thức thương hiệu là khả năng khách hàng nhận lại và nhớ được một thương hiệu có trong một chủng loại sản phẩm nhất định, tạo ra sự gần gũi và dẫn đến yêu thích. Lòng trung thành với thương hiệu là sự cam kết và niềm tin khách hàng dành cho một thương hiệu cụ thể mà họ tin rằng thương hiệu đó đại diện cho chất lượng cao và dịch vụ tốt hơn bất kỳ đối thủ cùng ngành nào. Nó thể hiện sự gắn bó của khách hàng với thương hiệu và xu hướng mua, sử dụng một thương hiệu trong mọi tập hợp sản phẩm của khách hàng và họ lặp lại hành vi này. Chất lượng được cảm nhận là nhận thức của khách hàng về chất lượng tổng thể hoặc tính ưu việt của sản phẩm hay dịch vụ thể hiện qua giá trị sử dụng của nó, trong sự so sánh tương quan với các sản phẩm hay dịch vụ thay thế khác [6]. Liên kết thương hiệu là sự kết nối tinh thần mà khách hàng tạo ra giữa thương hiệu và khái niệm, hình ảnh, cảm xúc, trải nghiệm, con người, sở thích hoặc hoạt động. Sự liên kết này có thể là tích cực hoặc tiêu cực

và nó ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định sử dụng sản phẩm của thương hiệu. Liên kết thương hiệu giúp cho các đặc điểm của thương hiệu ăn sâu vào tâm trí khách hàng [5].

Bên cạnh đó, theo các nghiên cứu hiện có về thương hiệu thường cho rằng xây dựng thương hiệu đề cập đến việc xây dựng một bản sắc độc đáo, tức là bản sắc thương hiệu. Bản sắc thương hiệu có thể là một sản phẩm, một dịch vụ, một điểm đến hoặc một cá nhân... [2]. Như vậy, khi xây dựng được 4 yếu tố quan trọng của giá trị thương hiệu theo David Aaker cũng đồng nghĩa với xây dựng được bản sắc thương hiệu. Không chỉ chủ sở hữu thương hiệu, người quản lý thương hiệu mà nhiều bên liên quan, cả nội bộ và bên ngoài, đều tham gia vào quá trình xây dựng bản sắc thương hiệu, đặc biệt là trong thời đại truyền thông xã hội. Các công ty sử dụng bản sắc riêng của mình để truyền đạt sự khác biệt của họ so với những tổ chức khác trên thị trường và tạo ra giá trị thương hiệu của họ với các bên liên quan. Các học giả cũng đã gợi ý rằng khách hàng không chỉ là người tiếp nhận thông tin tiếp thị/thương hiệu; họ cũng có thể phản hồi thông tin với tư cách là người tạo ra giá trị [2]. Như vậy, các công ty, tổ chức, khách hàng và các bên liên quan khác cùng nhau tạo ra giá trị thương hiệu thông qua các tương tác xã hội. Từ đó, ta thấy yếu tố truyền thông đóng vai trò quan trọng trong tạo lập, lan tỏa và nâng cao giá trị thương hiệu, nhất là trong kỷ nguyên số, truyền thông số di chuyển với tốc độ nhanh chóng, phạm vi bao quát, toàn cầu. Do đó, nếu các trường đại học tận dụng được yếu tố truyền thông số sẽ thúc đẩy hiệu quả của việc xây dựng thương hiệu.

2.3. Truyền thông số trong xây dựng thương hiệu trường đại học

Truyền thông số là quá trình truyền và nhận thông tin thông qua các kênh kỹ thuật số. Đây là một phần không thể thiếu trong kỷ nguyên số ngày nay, với ứng dụng rộng rãi từ việc gửi thư điện tử, tin nhắn, sử dụng mạng xã hội, đến hệ thống truyền hình và phát thanh số, cũng như trong các hệ thống viễn thông và mạng máy tính. Truyền thông số mang lại những lợi ích vượt trội so với truyền thông truyền thống như [7]:

Tiếp cận và tương tác rộng rãi: truyền thông số giúp các trường đại học tiếp cận với một lượng lớn người dùng trên toàn cầu một cách dễ dàng. Mạng xã hội và email là những ví dụ cho thấy cách truyền thông số có thể giúp tăng cường sự tương tác và tham gia từ phía người dùng;

Tối ưu hóa chi phí: so với truyền thông truyền thống, truyền thông số thường có chi phí thấp hơn đáng kể và có khả năng đo lường hiệu quả cao, giúp các trường tối ưu hóa ngân sách quảng bá hình ảnh của mình;

Phản hồi và tương tác ngay lập tức: truyền thông số cho phép sự phản hồi và tương tác ngay lập tức từ người dùng, từ đó giúp các trường thu thập thông tin và phản hồi quý giá, đồng thời tăng cường mối quan hệ với khách hàng;

Cá nhân hóa nội dung: công nghệ số cho phép cá nhân hóa thông điệp truyền thông dựa trên dữ liệu và hành vi của người dùng, từ đó tăng cường hiệu quả của thông điệp và sự hài lòng của khách hàng;

Đa dạng hóa nội dung: truyền thông số cung cấp một

loạt các định dạng nội dung khác nhau, từ văn bản, hình ảnh, video, đến podcast và webinars, giúp các trường tạo ra nội dung phong phú và hấp dẫn để thu hút người dùng.

Điều quan trọng khi tận dụng truyền thông số, các trường đại học cần xác định các nội hàm truyền thông sau [1]:

Bản chất cốt lõi của thương hiệu trường là gì?

Thương hiệu của trường khác biệt như thế nào so với các trường tương tự khác?

Câu khẩu hiệu liên quan đến thương hiệu của bạn như thế nào?

Trường đang hướng đến hình ảnh thương hiệu nào?

Ai là người thực hiện truyền thông trong trường của bạn? Đó có phải là trách nhiệm của một người cụ thể không? Thương hiệu của trường được truyền đạt như thế nào? Thương hiệu trường được nhận diện theo những cách nào?

Đối tác quan trọng nhất của trường trong quảng bá thương hiệu là ai?

Trường có triết lý quảng bá thương hiệu hoặc cách tiếp cận quảng bá thương hiệu nào?

Quan điểm của trường về xây dựng thương hiệu là gì?

Trường thực hiện xây dựng thương hiệu trên những kênh truyền thông số nào và như thế nào?

Phân tích 1 chiến lược/1 kênh truyền thông trong việc xây dựng thương hiệu thành công của trường? Điều gì khiến nó thành công?

Mục tiêu xây dựng thương hiệu của trường là gì?

Trường nghĩ điều gì là quan trọng trong xây dựng thương hiệu?

Trường có thấy bối cảnh kỷ nguyên số quan trọng/thuận lợi đối với việc xây dựng thương hiệu không?

Xác định tài nguyên truyền thông:

Trường có những loại tài nguyên nào để truyền thông?

Trường sẽ cần thêm những loại tài nguyên nào?

Nếu không có hạn chế về tài nguyên, trường sẽ thực hiện xây dựng thương hiệu như thế nào?

Trường đã sử dụng các nguồn lực sẵn có theo một cách mới (hoặc các nguồn lực kết hợp) hoặc theo một cách mà chúng không được dự định ban đầu, sử dụng chúng trong việc xây dựng thương hiệu hoặc sử dụng các nguồn lực mà một trường khác đã từ chối sử dụng.

Trường có cảm thấy rằng trong quá trình xây dựng thương hiệu đã áp dụng một thái độ mà không chấp nhận những hạn chế/thiếu hụt nguồn lực có thể xảy ra và hành động bất chấp chúng không?

Trường có nghĩ đến một trường có thương hiệu được xây dựng tốt không? Điều tốt ở đó là gì? Trường có thể rút ra được điều gì đó cho mình từ đó không?

2.4. Giải pháp xây dựng thương hiệu trường đại học hiệu quả trong kỷ nguyên số

Để xây dựng thương hiệu trường đại học hiệu quả trong kỷ nguyên số, trước tiên cần xây dựng các yếu tố cốt lõi

của giá trị thương hiệu, sau đó tận dụng sự ưu việt của truyền thông số để lan tỏa giá trị thương hiệu

2.4.1. Xây dựng các yếu tố cốt lõi của giá trị thương hiệu

a. Định hình nhận thức của khách hàng về thương hiệu

Các trường đại học cần xác định những “dấu hiệu” đặc trưng của trường để khách hàng nhận diện mà không nhầm lẫn với bất kỳ một thương hiệu tương tự khác như hình ảnh đại diện cho thương hiệu, câu khẩu hiệu của thương hiệu, sản phẩm đặc trưng của thương hiệu, chất lượng đào tạo, cơ sở vật chất, đối tác giá trị... tạo nên ấn tượng mạnh mẽ của thương hiệu đối với khách hàng.

b. Xây dựng lòng trung thành của khách hàng và tập thể cán bộ, công nhân viên chức trường với thương hiệu

Các trường đại học cần tạo niềm tin và sự cam kết cho khách hàng về thương hiệu của trường để khách hàng đánh giá cao và chọn sử dụng sản phẩm của trường. Niềm tin và sự cam kết của các trường có thể được tạo ra bởi chất lượng sản phẩm, phong cách dịch vụ, mạng lưới khách hàng và sự chia sẻ, lan tỏa đánh giá cảm nhận của họ về trường, sự kết nối của trường với các thế hệ sinh viên, học viên, đại sứ thương hiệu, thậm chí là giá trị của lãnh đạo trường...

c. Tạo chất lượng được cảm nhận tổng thể tốt

Các trường đại học cần tạo sự cảm nhận tổng thể tốt cho khách hàng về trường. Sự cảm nhận này là giá trị tâm lý nó thúc đẩy khách hàng sử dụng sản phẩm của trường và quyết định sự hài lòng của khách hàng với trường. Chất lượng cảm nhận có thể đến từ việc trường có cơ sở vật chất khang trang, hiện đại, hệ sinh thái trong sạch, đội ngũ giảng viên xuất sắc, xếp hạng cao trong bảng đánh giá các trường đại học trong nước và quốc tế, có những công trình khoa học mang tính đột phá được công bố rộng rãi hay cũng có thể được tạo ra từ những hoạt động lành mạnh, sôi động của trường.

d. Tạo liên kết thương hiệu hiệu quả

Các trường đại học cần có những “sản phẩm” tạo ra liên kết thương hiệu mạnh mẽ. Liên kết thương hiệu được tạo ra khi các “sản phẩm” này ăn sâu vào tâm trí khách hàng. “Sản phẩm” này có thể là hình ảnh đặc trưng cho thương hiệu, câu khẩu hiệu cá tính cho thương hiệu, nhân vật đại diện cho thương hiệu hoặc sự vượt trội về hoạt động, đẳng cấp sang trọng hay dịch vụ đặc biệt...

Để xây dựng thành công các yếu tố cốt lõi của giá trị thương hiệu, đòi hỏi tất cả các cá nhân trong tập thể nhà trường phải hiểu rõ tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu và vai trò, trách nhiệm cũng như quyền lợi của mỗi cá nhân trong việc xây dựng thương hiệu là gì.

2.4.2. Xây dựng mạng lưới truyền thông số để truyền thông giá trị thương hiệu

a. Thành lập tổ quản lý truyền thông số

Nhiệm vụ chính của tổ quản lý truyền thông là xác định nội hàm cốt lõi của truyền thông thương hiệu trường, cũng như xác định các tài nguyên truyền thông của trường là gì, đồng thời kiểm duyệt nội dung truyền thông. Từ đó, định hướng cho tổ truyền thông số thực hiện các hoạt động

truyền thông số để đảm bảo nội dung và tính nhất quán của thương hiệu.

b. Thành lập tổ truyền thông số

Tổ truyền thông số có nhiệm vụ xây dựng chiến lược, cách thức truyền thông và quản lý các yếu tố rủi ro trong truyền thông số cũng như đảm bảo sự truyền thông mang tính tích cực, liên tục, tạo được giá trị thương hiệu; triển khai và thực hiện các hoạt động truyền thông số cho tất cả cán bộ, công nhân viên chức, người lao động và sinh viên của trường.

c. Tận dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để xây dựng và phát triển thương hiệu

AI đã cách mạng hóa việc xây dựng thương hiệu, thay đổi tương tác giữa người tiêu dùng và thương hiệu. Việc xây dựng thương hiệu trường đại học hiện nay có thể dựa vào AI để tác động đến các lựa chọn của khách hàng. AI cho phép phân tích dữ liệu theo thời gian thực, nâng cao thông tin chi tiết về hành vi của khách hàng, thúc đẩy lòng trung thành và cải thiện trải nghiệm của khách hàng, đồng thời xác định mong muốn của khách hàng và hướng dẫn phát triển thương hiệu trường như thế nào. Các nghiên cứu của các tác giả gần đây cũng cho thấy tác động của công nghệ AI đến xây dựng và phát triển thương hiệu và số lượng ấn phẩm về mối quan hệ giữa AI và thương hiệu đã tăng theo cấp số nhân trong những năm gần đây [8].

d. Truyền thông qua các trang thông tin điện tử của trường

Trang thông tin điện tử của trường là nơi chính thức thể hiện các giá trị của thương hiệu nên các trường cần đầu tư thiết kế giao diện ấn tượng, khoa học và cập nhật những thông tin giá trị, nổi bật, đảm bảo hoạt động liên tục, không bị gián đoạn.

e. Truyền thông qua trang thông tin điện tử cộng đồng người học của trường

Trang thông tin điện tử cộng đồng người học của trường là nơi tất cả mọi thành viên của trường từ giảng viên đến sinh viên có thể chia sẻ các hoạt động liên quan đến trường, đồng thời là nơi chia sẻ tâm tư tình cảm của các thành viên nên sẽ tạo hiệu ứng lan tỏa rất nhanh, vì vậy trường cần tận dụng nơi đây để truyền thông thương hiệu cho trường.

f. Truyền thông qua ti vi

Mặc dù ti vi là kênh truyền thông số hiệu quả do phạm vi bao phủ rộng và độ tin cậy cao. Tuy nhiên, chi phí cho truyền thông tự túc ở trên ti vi là rất lớn, do đó, các trường có thể tận dụng truyền thông qua ti vi bằng cách cử thành viên của tham gia các cuộc thi, gameshow được phát sóng trên ti vi, đặc biệt là các chương trình phát sóng định kì. Thông qua đó, các thành viên của trường có thể lan tỏa thương hiệu trường.

g. Truyền thông qua youtube

Lịch sử thông tin truyền thông qua tivi được công chúng tiếp cận khá nhanh, trong thời gian ngắn, với sức lan tỏa lớn. Tuy nhiên, với thời đại đang lên ngôi của công nghệ thì sức hấp dẫn của ti vi đối với đại chúng, đặc biệt là giới trẻ không bằng youtube. Do đó, các trường đại học cũng có thể cân nhắc kênh truyền thông này trong chiến

lược xây dựng và lan tỏa thương hiệu của trường.

h. Truyền thông qua báo và tạp chí khoa học điện tử

Đây là kênh truyền thông ít tốn kém nhưng giá trị lại cao do sự uy tín của báo và tạp chí khoa học điện tử, thu hút đối tượng tri thức, các học giả, nhà nghiên cứu và đối tác.

i. Truyền thông qua các màn hình LCD

Đặt các màn hình LCD lớn ở những nơi công cộng có thể giúp các trường lan tỏa thương hiệu một cách nhanh chóng. Tuy nhiên, các trường cũng cần cân nhắc kênh truyền thông này vì chi phí cao và có thể phản tác dụng.

j. Truyền thông qua kênh truyền thông số cá nhân

Mỗi cá nhân là biểu tượng cho thương hiệu của trường, sẽ ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực đến thương hiệu trường nên mỗi cá nhân cần xây dựng thương hiệu tích cực cho mình và sử dụng mạng xã hội để truyền thông thương hiệu trường. Theo Lisa Källström, Laura Ripoll González, nhóm tác giả Burmann và Zeplin cho rằng xây dựng thương hiệu cần có bối cảnh 3 chiều: sẵn sàng giúp đỡ, nhiệt tình với thương hiệu và sẵn sàng phát triển bản thân [4]. Do đó, mỗi cá nhân trong trường cần ý thức 3 chiều này để phát triển thương hiệu trường của mình, đồng thời cũng là phát triển bản thân.

3. Kết luận

Xây dựng thương hiệu trường đại học là hoạt động thường trực và cần thiết để các trường có thể nâng cao giá trị cạnh tranh, thu hút người học và đối tác, khẳng định vị thế. Tuy nhiên, nếu quan điểm giáo dục là hoạt động phúc lợi xã hội, không phải là hoạt động thương mại nên việc xây dựng thương hiệu không bức thiết thì sẽ là trở ngại lớn trong phát triển thương hiệu. Do đó, để xây dựng thương hiệu trường đại học, cần phải có quan điểm đúng về thương hiệu, quan trọng nhất phải xác định được đâu là vấn đề cốt lõi, bởi thương hiệu là kết quả được tạo nên bởi nhiều yếu tố, bao gồm dịch vụ giáo dục đào tạo, chất lượng giáo dục

đào tạo, giá trị lợi ích... mà trường cung cấp cho các bên liên quan phải tương xứng với chi phí mà các bên phải bỏ ra để thụ hưởng từ trường, sự đổi mới và cải tiến không ngừng chất lượng các dịch vụ, hình ảnh trường và hiệu quả của công tác truyền thông. Thực tế cho thấy, nhiều trường đã tạo dựng thương hiệu cho mình từ những giá trị tích lũy được trong suốt một quá trình dài, nghĩa là kết quả của một quá trình phát triển với bề dày những thành tựu nhưng cũng có những thương hiệu được tạo nên bởi sự bút phá ngoạn mục, đồng bộ, được biết đến bởi những sản phẩm nổi bật, độc đáo và được truyền thông mạnh mẽ bởi công nghệ số. Trong kỷ nguyên số, hiểu rõ và sở hữu thế mạnh truyền thông số sẽ giúp các trường thuận lợi trong xây dựng và phát triển thương hiệu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Douglas B. Holt, *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*, Harvard Business School Press, 2004.

[2] Ed Lebar, Phil Buehler, Kevin Lane Keller, Monika Sawicka, Zeynep Aksehirli, Keith Richey, *Brand Equity Implications of Joint Branding Programs*, Journal of Advertising Research, Volume 45, Issue 4, 2005, 413 – 425. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0021849905050439>.

[3] Hồ Văn Thống, Đặng Văn Toại, Nguyễn Đức Nguyên, *Tổng quan nghiên cứu quản lý thương hiệu trường đại học*, Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp, Tập 13, Số Đặc biệt (01), 2024, 21-28.

[4] Lisa Källström, Laura Ripoll González, *Unravelling the link between actors' roles in place branding processes and brand citizenship behaviour*, Place Branding and Public Diplomacy, 2025, 57–66. <https://doi.org/10.1057/s41254-024-00350-9>.



[5] Max Blackston, *Observations: Building Brand Equity by Managing the Brand&s Relationships*, Journal of Advertising Research, Volume 40, Issue 6, December 2000, 101 – 105. DOI: <https://doi.org/10.2501/JAR-40-6-101-105>.

[6] Nguyễn Thị Thanh Vân, *Các nhân tố tác động đến Giá trị thương hiệu trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh*, Tạp chí Khoa học Công nghệ và Thực phẩm, 2021, 155-168.

[7] Thùy Nguyễn, *Truyền thông số là gì? Vai trò, cách thức hoạt động và 8 kênh truyền thông số phổ biến*. <https://bizfly.vn/techblog/truyen-thong-so.html>, 2024.

[8] Trương Thị Huệ, Tạ Huy Hùng, *Impact of artificial intelligence on branding: a bibliometric review and future research directions*, Humanities and Social Science Communication, 2025, DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04488-6>.

Thông tin về tác giả

	<p>Huỳnh Cát Dung:</p> <p>Quá trình đào tạo, nghiên cứu: Năm 2024: Tiến sĩ chuyên ngành Tâm lý học - Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh.</p> <p>Công việc hiện tại: Giảng viên chính; Trưởng bộ môn Nghiệp vụ sư phạm - Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh.</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: Nghiên cứu hành vi, đào tạo kỹ năng, phát triển cá nhân, tổ chức.</p> <p>Điện thoại: 0909 132 011.</p>
	<p>Hồ Đắc Nam Trân:</p> <p>Quá trình đào tạo, nghiên cứu: Năm 2007: Tốt nghiệp thạc sĩ, chuyên ngành Giáo dục học.</p> <p>Công việc hiện tại: Phó trưởng khoa Khoa Thể dục và Võ Thuật - Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh.</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: Khoa học sức khỏe.</p> <p>Điện thoại: 0903 654 043.</p>

GIẢNG DẠY SÁNG TẠO BẰNG PHƯƠNG PHÁP TRÒ CHƠI LỚN CHO SINH VIÊN NGÀNH TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN: MỘT SỐ ĐÁNH GIÁ VÀ KHUYẾN NGHỊ

CREATIVE TEACHING THROUGH THE “BIG GAME” METHOD FOR MULTIMEDIA COMMUNICATION STUDENTS: SOME EVALUATIONS AND RECOMMENDATIONS

Nguyễn Tấn Khang

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyen Tan Khang

University of Social Sciences and Humanities, Viet Nam National University, Ho Chi Minh City

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Tan Khang (email: nguyentankhang@hcmussh.edu.vn)*

Tóm tắt - Trong bối cảnh giáo dục đại học chuyển hướng mạnh mẽ sang học tập trải nghiệm, phương pháp Trò chơi lớn được áp dụng nhằm phát triển tư duy sáng tạo, chiến lược và kỹ năng làm việc nhóm cho sinh viên ngành Truyền thông đa phương tiện. Nghiên cứu này mô tả quy trình thiết kế bài giảng tích hợp Trò chơi lớn và đánh giá hiệu quả bước đầu qua khảo sát tại một lớp học thuộc Khoa Báo chí và Truyền thông, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. Dữ liệu được thu thập từ bảng hỏi với 85 sinh viên và quan sát lớp học, tập trung vào mức độ hứng thú và đánh giá của người học. Kết quả cho thấy hơn 80% sinh viên cảm thấy hứng thú, 76% ủng hộ việc áp dụng Trò chơi lớn trong dạy và học. Tuy nhiên, vẫn tồn tại những thách thức như quản lý lớp học và sự tham gia không đồng đều giữa các nhóm. Nghiên cứu khẳng định tiềm năng của phương pháp này trong đổi mới giảng dạy, đồng thời đề xuất giải pháp cải tiến nhằm nâng cao hiệu quả triển khai trong môi trường giáo dục đại học.

Từ khóa - Giảng dạy tương tác; giáo dục nhập vai; học tập sáng tạo; học tập trải nghiệm; phương pháp sư phạm hiện đại.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh giáo dục đại học đang chuyển mình mạnh mẽ trước yêu cầu đổi mới phương pháp giảng dạy, các mô hình học tập trải nghiệm và tương tác ngày càng được quan tâm và ứng dụng rộng rãi. Đặc biệt, đối với lĩnh vực Truyền thông đa phương tiện - một ngành học đòi hỏi sự kết hợp linh hoạt giữa tư duy sáng tạo, năng lực tổ chức và khả năng làm việc nhóm - việc tìm kiếm những phương pháp sư phạm hiện đại nhằm phát huy tối đa năng lực người học là một thách thức cấp thiết đối với giảng viên.

Trong xu hướng đó, phương pháp “Trò chơi lớn” (Big Game) - vốn được biết đến như một hình thức giáo dục nhập vai có tính tổ chức cao - đã được triển khai như một giải pháp thúc đẩy động lực học tập, tăng cường khả năng hợp tác và ứng dụng thực tiễn kiến thức. Đặc biệt trong lĩnh vực trò chơi hóa (gamification) và học tập tương tác, phương pháp Big Game đang thu hút sự chú ý. Các nghiên cứu cho thấy việc sử dụng các yếu tố trò chơi có thể nâng cao hiệu quả học tập, tạo hứng thú và phát triển kỹ năng của sinh viên.

Big Game là một phương pháp giảng dạy được thiết kế

Abstract - In the context of higher education's growing emphasis on experiential learning, the Big Game method has been applied to enhance creativity, strategic thinking, and teamwork skills among multimedia communication students. This study outlines the design process of a lecture integrating the Big Game approach and evaluates its initial effectiveness through a case study conducted in a class at the Faculty of Journalism and Communication, University of Social Sciences and Humanities, VNUHCM. Data were collected through a questionnaire survey of 85 students and classroom observations, focusing on students' engagement and perceptions of the activity. The results show that over 80% of students expressed interest in the activity, and 76% supported the integration of the Big Game approach into their learning process. However, the study also identified challenges such as classroom management and uneven participation among groups. These findings confirm the potential of the Big Game method in renewing multimedia communication pedagogy and propose improvements to optimize its effectiveness in higher education.

Keywords - Interactive teaching; immersive education; creative learning; experiential learning; modern pedagogical approaches.

để áp dụng các yếu tố và cơ chế của trò chơi vào môi trường học tập. Phương pháp này thường được sử dụng để tăng cường sự tham gia, khuyến khích người học hợp tác và phát triển các kỹ năng tư duy phản biện. Trò chơi lớn không chỉ giúp người học phát triển kiến thức mà còn tạo ra một môi trường học tập năng động và sáng tạo, nơi họ có thể trải nghiệm và giải quyết các tình huống thực tế qua các trò chơi có cấu trúc phức tạp.

Big Game có thể bao gồm các hoạt động nhóm, câu đố, và các nhiệm vụ tương tác được thiết kế để kích thích sự sáng tạo và làm việc nhóm. Các trò chơi này không chỉ mang tính giải trí mà còn là công cụ để đạt được các mục tiêu giáo dục cụ thể, như phát triển kỹ năng giao tiếp, hợp tác và tư duy chiến lược.

Phương pháp Big Game trong giáo dục kết hợp các yếu tố của trò chơi vào môi trường học tập nhằm khuyến khích sinh viên tham gia và phát triển các kỹ năng quan trọng. Các yếu tố này bao gồm việc giải quyết các nhiệm vụ, làm việc nhóm và tương tác với các đồng đội để hoàn thành mục tiêu học tập chung. Dự án Big Game trong giáo dục STEM ở cấp trung học đã chứng minh hiệu quả của phương pháp trò chơi số kể chuyện hợp tác, giúp phát triển kỹ năng

làm việc nhóm và tư duy phản biện [7].

Bên cạnh đó, gamification cũng được nhận định là chiến lược quan trọng trong giáo dục đại học. Theo [2], gamification giúp tăng sự tương tác và động lực học của sinh viên. Trong khi [6] nhấn mạnh vai trò của các phương pháp học tích cực như học kết hợp (blended learning) và các công cụ trò chơi hóa như Kahoot! trong việc duy trì sự tham gia của sinh viên.

Phương pháp gamification trong giáo dục đại học tại Việt Nam ngày càng thu hút sự chú ý và được ứng dụng rộng rãi. [4] nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định áp dụng trò chơi học tập trong giảng dạy tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh, cho thấy nhận thức về tính hữu ích và dễ sử dụng của trò chơi tác động tích cực đến thái độ của giảng viên.

Viết và cộng sự [8] xác nhận phương pháp gamification giúp nâng cao sự tương tác, sự hài lòng và hiệu quả học tập của sinh viên, nhờ vào động lực nội tại tạo ra từ sự vui thú và thách thức trong học tập. Tác giả nghiên cứu vai trò trung gian của sự hài lòng và động lực nội tại giữa trò chơi hóa và hiệu quả học tập, cho thấy trò chơi hóa tác động gián tiếp đến học tập [3].

[1] cho rằng yếu tố thử thách và sự thích thú trong trò chơi hóa đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả học tập, nhưng yếu tố cạnh tranh không thúc đẩy sự gắn kết. Hồng chỉ ra ba mức độ sử dụng trò chơi trong dạy học và yêu cầu đối với giảng viên trong việc ứng dụng phương pháp này [5].

Tuy nhiên, tại Việt Nam, việc nghiên cứu và đánh giá hiệu quả của phương pháp này trong môi trường giáo dục đại học, đặc biệt là trong các ngành học sáng tạo như Truyền thông đa phương tiện, vẫn còn hạn chế.

Xuất phát từ nhu cầu đổi mới giảng dạy và thực tiễn triển khai tại Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, nghiên cứu này được thực hiện nhằm (1) thiết kế mô hình bài giảng tích hợp Big game phù hợp với bối cảnh đào tạo truyền thông đa phương tiện, và (2) đánh giá hiệu quả bước đầu của phương pháp này thông qua trải nghiệm thực tế của sinh viên. Qua đó, bài báo hướng đến việc khẳng định tiềm năng của Big game như một công cụ giảng dạy sáng tạo, đồng thời đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả ứng dụng trong giảng dạy đại học hiện đại.

2. Thiết kế nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

Thiết kế nghiên cứu được xây dựng dựa trên các khái niệm lý thuyết giáo dục hiện đại, trong đó có học tập qua trải nghiệm, học tập cộng tác và mô hình scaffolding. Các lý thuyết này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tạo ra môi trường học tập tương tác, giúp sinh viên tiếp cận kiến thức thông qua trải nghiệm thực tế, tăng cường khả năng làm việc nhóm và cung cấp hỗ trợ theo từng giai đoạn phát triển. Việc tích hợp các nguyên tắc này vào quá trình thiết kế trò chơi giúp tối ưu hóa động lực học tập và phát triển các kỹ năng mềm cần thiết.

Khách thể nghiên cứu là sinh viên đang theo học ngành Truyền thông đa phương tiện, chuyên đề khái quát lịch sử truyền thông đa phương tiện. Mẫu nghiên cứu gồm 85 sinh

viên được lựa chọn một cách có chủ đích nhằm đảm bảo tính đại diện và đồng nhất của nhóm người học, qua đó tạo điều kiện cho việc đánh giá khách quan hiệu quả của hình thức giảng dạy tích hợp Big game.

Dữ liệu định lượng được thu thập thông qua phương pháp khảo sát bằng bản câu hỏi, trong đó sinh viên đánh giá các chỉ số “Hứng thú với trò chơi”, “Liên quan với bài học” và “Ứng dụng vận dụng trò chơi” trên thang điểm 1–5. Các chỉ số thống kê mô tả như phân bố tần suất, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và khoảng giá trị (min–max) được tính toán nhằm xác định xu hướng chung của phản hồi.

Đồng thời với việc thu thập dữ liệu định lượng, nghiên cứu cũng triển khai thu thập dữ liệu định tính thông qua việc mở rộng ý kiến của sinh viên. Câu hỏi “Theo bạn điều gì sẽ làm cho hoạt động trò chơi hiệu quả hơn?” được sử dụng nhằm khai thác quan điểm, đề xuất và nhận xét mang tính xây dựng từ 85 ý kiến. Các ý kiến này được phân loại thành 7 nhóm chủ đề chính với tỉ lệ phần trăm được tính theo số ý kiến thu thập được. Phương pháp phân tích nội dung giúp nhận diện các yếu tố cốt lõi ảnh hưởng đến hiệu quả của trò chơi và đề xuất các hướng cải tiến cụ thể.

Dữ liệu định lượng được xử lý thông qua các phương pháp thống kê mô tả trên SPSS nhằm tính toán giá trị trung bình và độ lệch chuẩn, qua đó đánh giá mức độ đồng thuận và sự ổn định của phản hồi. Đối với dữ liệu định tính, quy trình phân tích nội dung được áp dụng để phân loại và tổng hợp các ý kiến theo chủ đề, cho phép xác định các yếu tố ưu tiên cần cải tiến. Sự kết hợp của hai hình thức phân tích này mang lại cái nhìn đa chiều, giúp làm rõ các điểm mạnh cũng như những hạn chế của mô hình giảng dạy được áp dụng.

3. Kết quả nghiên cứu và khảo sát

3.1. Quy trình thiết kế bài giảng tích hợp Big game

Phần này mô tả quy trình thiết kế và triển khai một bài giảng chuyên đề khái lược lịch sử truyền thông đa phương tiện dưới hình thức Big game “Giải ô chữ”. Mục tiêu chính là giúp sinh viên vừa vận động, tương tác vừa ghi nhớ hệ thống các mốc, khái niệm then chốt trong lịch sử truyền thông đa phương tiện.

Bước 1: Chuẩn bị và phân công nhân sự

Trước buổi học, giảng viên xác định 12 từ khóa trọng tâm đại diện cho các mốc lịch sử, công nghệ và khái niệm quan trọng trong tiến trình phát triển của truyền thông đa phương tiện. Mỗi từ khóa sẽ gắn với một “trạm thông tin” đặt tại các vị trí khác nhau trong khuôn viên trường. Đồng thời, giảng viên huy động 12 trưởng trạm là các trợ giảng hoặc sinh viên khóa trên, chịu trách nhiệm đứng tại mỗi trạm, giữ một từ khóa và quản lý nội dung câu hỏi tại trạm tương ứng. Điều này giúp hoạt động có tính tổ chức cao và hỗ trợ giảng viên trong việc giám sát toàn bộ quá trình.

Bước 2: Phân nhóm sinh viên và triển khai trò chơi

Lớp học được chia thành các nhóm, mỗi nhóm gồm 5 - 6 sinh viên nhằm đảm bảo có đủ nhân sự cho việc thảo luận, phân công nhiệm vụ và di chuyển linh hoạt. Trước khi bắt đầu, giảng viên phổ biến luật chơi, phát sơ đồ di chuyển và nhấn mạnh yêu cầu mỗi nhóm phải thu thập ít nhất 10 trong số 12 từ khóa để đủ điều kiện về đích. Các nhóm không

được biết trước nội dung câu hỏi hay vị trí chính xác của các từ khóa, buộc họ phải linh hoạt xử lý tình huống và phối hợp nội bộ hiệu quả.

Bước 3: Di chuyển đến các trạm và trả lời câu hỏi

Mỗi nhóm lần lượt di chuyển đến các trạm theo sơ đồ đã được chỉ dẫn. Tại mỗi trạm, trưởng trạm sẽ đưa ra một câu hỏi có tính chất đồ vui hoặc suy luận, nội dung liên quan trực tiếp đến các sự kiện, công nghệ hoặc giai đoạn của lịch sử truyền thông đa phương tiện (ví dụ: sự khác biệt giữa Web 1.0 và Web 2.0, thời điểm phát triển truyền hình màu, hay đặc trưng của nền tảng tương tác). Nhóm sẽ cùng thảo luận để đưa ra câu trả lời. Nếu trả lời đúng, nhóm sẽ được trưởng trạm trao từ khóa tương ứng. Trong trường hợp sai, nhóm sẽ nhận được gợi ý hoặc câu hỏi phụ để có thêm cơ hội trả lời lại.

Bước 4: Điều kiện hoàn thành và trở về trạm cuối

Khi đã thu thập được ít nhất 10 từ khóa, nhóm sẽ quay trở về “trạm cuối” - thường được đặt tại phòng học hoặc khu vực trung tâm - để thực hiện nhiệm vụ cuối cùng. Đây là điểm kiểm tra điều kiện hoàn thành. Các nhóm chưa đạt đủ số lượng tối thiểu sẽ phải tiếp tục quay lại các trạm còn thiếu. Quy định này vừa đảm bảo tính thử thách, vừa thúc đẩy nhóm không bỏ cuộc giữa chừng và chủ động lên chiến lược tìm kiếm hiệu quả.

Bước 5: Giải mã ô chữ và tìm từ khóa hàng dọc

Tại trạm cuối, mỗi nhóm nhận được một bảng ô chữ gồm 12 hàng ngang, tương ứng với 12 từ khóa. Nhiệm vụ của nhóm là sắp xếp các từ khóa đã thu thập được vào đúng hàng ngang theo thứ tự gợi ý. Sau khi hoàn tất, nhóm đọc dọc theo một cột cố định (thường là cột giữa) để tìm ra từ khóa hàng dọc - chính là thuật ngữ tổng hợp của toàn bộ chuyên đề. Đây là thử thách mang tính tổng hợp, giúp sinh viên kết nối lại toàn bộ kiến thức thu nhận trong suốt quá trình tham gia trò chơi.

Bước 6: Tổng kết và thảo luận sau hoạt động

Kết thúc trò chơi, giảng viên mời đại diện các nhóm trình bày cách họ giải mã ô chữ, chia sẻ chiến lược tìm kiếm từ khóa và cách thức phối hợp trong nhóm. Sau đó là phần tổng kết kiến thức, giúp sinh viên đối chiếu kết quả với nội dung bài học chính thức. Giảng viên cũng phát phiếu phản hồi nhanh để thu thập ý kiến sinh viên về độ khó, mức độ hấp dẫn và tính liên quan của trò chơi. Đồng thời, các trưởng trạm sẽ hoàn thành bản báo cáo nhanh tình hình ở mỗi trạm trong suốt quá trình diễn ra trò chơi cho giảng viên. Những góp ý này sẽ được sử dụng để cải tiến nội dung và hình thức trò chơi trong các lần tổ chức tiếp theo.

3.2. Kết quả khảo sát sinh viên sau hoạt động Big game

Hoạt động trò chơi tương tác được triển khai với mục tiêu nâng cao hứng thú và tính liên quan của nội dung bài học. Để đánh giá hiệu quả, nghiên cứu tiến hành khảo sát 85 sinh viên, yêu cầu đánh giá ba chỉ số: mức độ “Hứng thú với trò chơi”, mức độ “Liên quan với bài học” và mức độ “Ứng hỗ vận dụng trò chơi” trên thang điểm 1 - 5. Dữ liệu thu thập được xử lý thống kê mô tả, bao gồm phân bố tần suất, giá trị trung bình và độ lệch chuẩn, nhằm cung cấp cái nhìn tổng quan và độ tin cậy của phản hồi sinh viên.

3.2.1. Tần suất sinh viên đánh giá hoạt động Big game

Phân tích phân bố tần suất (bảng 1) cho thấy cả ba chỉ số đều tập trung mạnh ở các mức cao. Cụ thể, tần suất sinh viên đánh giá mức 5 chiếm 83,5% ở “Hứng thú với trò chơi”, 78,8% ở “Liên quan với bài học” và 83,5% ở “Ứng hỗ vận dụng trò chơi”. Mức 4 chiếm lần lượt 16,5 %, 21,2 % và 11,8 %, trong khi các mức 1 - 3 gần như không xuất hiện (0 % cho hai chỉ số đầu và dưới 4 % cho “Ứng hỗ vận dụng trò chơi”). Phân bố lệch phải này cho thấy phần lớn sinh viên đều đánh giá tích cực, minh chứng cho sức hấp dẫn và tính phù hợp của trò chơi đối với mục tiêu học tập.

Bảng 1. Tần suất (%) cho từng mức đánh giá.

Chỉ số khảo sát	Mức	Số sinh viên	Tần suất (%)
Hứng thú với trò chơi	1	0	0.0 %
	2	0	0.0 %
	3	0	0.0 %
	4	14	16.5 %
	5	71	83.5 %
Liên quan với bài học	1	0	0.0 %
	2	0	0.0 %
	3	0	0.0 %
	4	18	21.2 %
	5	67	78.8 %
Ứng hỗ vận dụng trò chơi	1	1	1.2 %
	2	0	0.0 %
	3	3	3.5 %
	4	10	11.8 %
	5	71	83.5 %

Nguồn: Nguyễn Tấn Khang

3.2.2. Thống kê mô tả các chỉ số cơ bản sau đánh giá hoạt động trò chơi

Bảng 2 tổng hợp số liệu khảo sát với ba chỉ số chính: mức độ hứng thú với trò chơi, mức độ liên quan với bài học và mức độ ứng hỗ vận dụng trò chơi. Bảng gồm cả phân bố tần số và các chỉ số mô tả cơ bản (trung bình, độ lệch chuẩn, min - max).

Bảng 2. Thống kê các chỉ số mô tả cơ bản

Chỉ số khảo sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Khoảng (min - max)
Hứng thú với trò chơi	4.84	0.37	4 - 5
Liên quan với bài học	4.79	0.41	4 - 5
Ứng hỗ vận dụng trò chơi	4.80	0.52	1 - 5

Nguồn: Nguyễn Tấn Khang

Giá trị trung bình (mean) của ba chỉ số dao động trong khoảng 4,79 - 4,84, cho thấy mức độ đồng thuận cao. Cụ thể, sinh viên đánh giá “Hứng thú với trò chơi” trung bình là 4,84; “Liên quan với bài học” là 4,79 và “Ứng hỗ vận dụng trò chơi” là 4,80. Những giá trị trung bình gần với điểm tối đa 5 cho thấy hầu hết sinh viên tham gia đều nhận thức trò chơi là một phương pháp dạy - học hiệu quả, hấp dẫn và nên được áp dụng rộng rãi trong nội dung môn học.

Độ lệch chuẩn của các chỉ số nằm trong khoảng 0,37 -

0,52, phản ánh mức độ biến thiên thấp trong đánh giá của sinh viên. Cụ thể, độ lệch chuẩn ở “Hứng thú với trò chơi” là 0,37, ở “Liên quan với bài học” là 0,41 và ở “Ứng dụng trò chơi” là 0,52. Giá trị độ lệch chuẩn nhỏ cho thấy các quan sát tập trung quanh giá trị trung bình, ít có trường hợp đánh giá ngoại lai.

3.2.3. Phân tích các ý kiến đóng góp của sinh viên

Trong phần khảo sát mở “Theo bạn điều gì sẽ làm cho hoạt động trò chơi hiệu quả hơn?”, 85 ý kiến thu được đã được phân loại thành bảy nhóm chủ đề chính (bảng 3), phản ánh những khía cạnh đa dạng mà sinh viên cho là then chốt để nâng cao chất lượng trò chơi.

Bảng 3. Phân loại các ý kiến phản hồi của sinh viên

Nhóm chủ đề	Số ý kiến	Tỉ lệ (%)	Phản hồi tiêu biểu
Tinh thần đồng đội/Teamwork	16	18.8	“Teamwork và energy”, “Sự gắn kết của các bạn trong nhóm”, “phân chia công việc hiệu quả”
Cân bằng độ khó và gợi ý	14	16.5	“Cung cấp 1 gợi ý cho mỗi câu hỏi”, “Cân bằng độ khó mặt thư”, “Câu hỏi đơn giản hơn xiu”
Tăng tính tương tác/di chuyển	12	14.1	“Sự tương tác của các thành viên khác nhóm với nhau”, “Sự di chuyển và tò mò truy tìm trạm”
Luật chơi và hướng dẫn rõ ràng	10	11.8	“Phổ biến luật chơi rõ định từ đầu với mọi trạm”, “Khó hơn nữa”
Trang thiết bị hỗ trợ	8	9.4	“Cần thêm thiết bị điện tử có thể truy cập Internet”
Tăng số lượng/đa dạng trò chơi	7	8.2	“Nhiều trò chơi hơn ạ”, “Thêm nhiều câu hỏi”, “Chơi thêm nhiều trò đi thầy ơi”
Khác (góp ý cá nhân, không ý kiến)	18	21.2	“Em xin phép không ý kiến gì thêm”

Nguồn: Nguyễn Tấn Khang

Nhóm “Tinh thần đồng đội/Teamwork” chiếm tỷ lệ cao nhất (18,8 %), cho thấy sinh viên đánh giá rất cao khía cạnh hợp tác và gắn kết. Họ mong muốn trò chơi không chỉ là một chuỗi nhiệm vụ cá nhân mà còn phải khuyến khích sự phối hợp, phân công rõ ràng và trao đổi thông tin giữa các thành viên trong nhóm. Điều này cho thấy, để phát huy tối đa hiệu quả giáo dục, thiết kế trò chơi nên lồng ghép các thử thách yêu cầu vai trò chuyên biệt và đưa vào cơ chế thưởng/phạt dựa trên thành tích nhóm, từ đó củng cố kỹ năng làm việc tập thể và nâng cao tinh thần đồng đội.

Nhóm “Cân bằng độ khó và gợi ý” chiếm 16,5 % ý kiến, phản ánh nhu cầu về một lộ trình thử thách được thiết kế

có hệ thống, vừa sức với đa dạng trình độ sinh viên. Nhiều phản hồi đề xuất cung cấp gợi ý cho từng câu hỏi và điều chỉnh độ khó tăng dần, tránh tình trạng quá dễ hoặc quá khó khiến một số người tham gia cảm thấy chán nản hoặc nản lòng. Từ góc độ thiết kế trò chơi (gamification), việc áp dụng mô hình scaffolding - tức là hỗ trợ tạm thời khi người học gặp khó và dần giảm bớt khi họ làm chủ nội dung - sẽ giúp duy trì động lực và khuyến khích sinh viên tự tin chinh phục thử thách.

Một khía cạnh khác cũng được nhiều sinh viên quan tâm là “Tăng tính tương tác/di chuyển” (14,1 %). Các ý kiến như “Sự di chuyển và tò mò truy tìm trạm” hay “Tương tác giữa các nhóm” cho thấy trò chơi ngoài việc truyền tải kiến thức còn nên mang tính trải nghiệm, vận động và khám phá. Thiết kế bản đồ trạm chơi trải dài khắp không gian giảng đường, khuôn viên trường, thêm các mini game trao đổi giữa các đội hoặc nhiệm vụ liên kết lẫn nhau sẽ kích thích tinh thần cạnh tranh lành mạnh và tăng mức độ hứng thú, đồng thời góp phần rèn luyện kỹ năng giao tiếp, ứng biến trong tình huống thực tế.

Tiếp theo, nhóm “Luật chơi và hướng dẫn rõ ràng” (11,8 %) chỉ ra rằng việc phổ biến quy định trò chơi một cách nhất quán ngay từ đầu là yếu tố không thể bỏ qua. Khi sinh viên không nắm rõ luật, họ dễ lúng túng và mất tập trung vào mục tiêu chính của trò chơi.

Ngoài ra, nhóm “Trang thiết bị hỗ trợ” (9,4 %) và “Tăng số lượng/đa dạng trò chơi” (8,2 %) cũng cung cấp những gợi ý thực tiễn: việc chuẩn bị thiết bị hỗ trợ như wifi di động, mã QR truy cập tài liệu sẽ giúp sinh viên giữ năng lượng và chủ động hơn. Đồng thời, bổ sung thêm trạm phụ với dạng câu hỏi hoặc thử thách mới (ví dụ: đồ nhanh, trò chơi trí tuệ) sẽ làm phong phú trải nghiệm và tránh sự nhàm chán nếu trò chơi quá ngắn hoặc đơn điệu.

Cuối cùng, nhóm “Khác” (21,2 %) gồm những ý kiến chung chung hoặc khen ngợi không mang tính định hướng cụ thể, cho thấy phần lớn sinh viên đã hài lòng với tổng thể hoạt động.

4. Bàn luận

Kết quả khảo sát từ 85 sinh viên tham gia hoạt động trò chơi lớn cho thấy mức độ đánh giá rất tích cực trên cả ba chỉ số: hứng thú với trò chơi, liên quan với bài học, và ứng dụng trò chơi. Giá trị trung bình của các chỉ số đều dao động quanh mức 4.8 trên thang 5 điểm, kết hợp với độ lệch chuẩn thấp (0.37 - 0.52) cho thấy sự đồng thuận cao và tính nhất quán trong nhận thức của người học. Điều này là một minh chứng rõ ràng cho tiềm năng của mô hình trò chơi tương tác trong việc nâng cao động lực và mức độ nhập tâm của sinh viên trong môi trường học tập đại học.

Phân bố tần suất tập trung chủ yếu ở mức 5 (chiếm hơn 78% ở cả ba chỉ số) cho thấy sức hấp dẫn mạnh mẽ của hình thức trò chơi này. Tuy nhiên, việc xuất hiện một số đánh giá ở mức 1 và 3, dù rất nhỏ, vẫn là một tín hiệu cần lưu ý. Sự chênh lệch nhẹ này chủ yếu tập trung ở chỉ số “Ứng dụng trò chơi”, cho thấy có thể tồn tại những yếu tố thiết kế chưa hoàn toàn phù hợp với tất cả sinh viên - một hiện tượng phổ biến trong các phương pháp giáo dục đổi mới. Việc tìm hiểu sâu hơn các phản hồi chưa tích cực này là bước cần thiết để điều chỉnh và hoàn thiện chương

trình.

Đáng chú ý, phần khảo sát mở cung cấp thêm góc nhìn định tính giúp giải thích rõ hơn các xu hướng định lượng đã nêu. Với hơn 78% ý kiến đóng góp thuộc sáu nhóm chủ đề mang tính xây dựng (teamwork, độ khó, tương tác, luật chơi, vật chất hỗ trợ, và số lượng trò chơi), có thể thấy sinh viên không chỉ tham gia một cách bị động mà còn chủ động suy nghĩ và đề xuất cải tiến. Nhóm “Tinh thần đồng đội” chiếm tỉ lệ cao nhất (18.8%) cho thấy tầm quan trọng của các yếu tố liên cá nhân trong môi trường học tập tích cực. Từ góc độ lý thuyết giáo dục, điều này phù hợp với các khái niệm về học tập cộng tác (collaborative learning) và vai trò của tương tác xã hội trong xây dựng kiến thức.

Ngoài ra, nhóm “Cân bằng độ khó và gợi ý” (16.5%) phản ánh nhu cầu về tính vừa sức và khả năng tự điều chỉnh trong quá trình học. Đây là điều đặc biệt quan trọng trong bối cảnh lớp học đa dạng về trình độ, và khuyến khích người thiết kế trò chơi áp dụng khung lý thuyết như Zone of Proximal Development của Vygotsky hoặc kỹ thuật scaffolding (hỗ trợ có kiểm soát) để đảm bảo tất cả sinh viên đều có cơ hội thành công.

Tương tự, các nhóm ý kiến khác như mong muốn tăng tính tương tác, luật chơi được phổ biến kỹ hơn hay cải thiện điều kiện vật chất cho thấy sinh viên không chỉ quan tâm đến kiến thức mà còn đến trải nghiệm tổng thể - bao gồm yếu tố thể chất, cảm xúc và xã hội. Những đề xuất này phù hợp với triết lý giáo dục toàn diện, đặt người học làm trung tâm và nhấn mạnh đến việc học qua trải nghiệm (experiential learning).

Tóm lại, kết quả nghiên cứu không chỉ xác nhận hiệu quả tức thời của trò chơi trong việc tạo hứng thú và gắn kết nội dung bài học, mà còn gợi mở nhiều hướng phát triển dài hạn. Các yếu tố như teamwork, độ khó phù hợp, hỗ trợ gợi ý và môi trường học tập tích cực nên được xem là trụ cột trong thiết kế các hoạt động tương tác học đường. Đồng thời, sự tham gia tích cực và tinh thần đóng góp của sinh viên là nền tảng vững chắc để cải tiến liên tục và nhân rộng mô hình này trong tương lai.

5. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Kết luận

Kết quả nghiên cứu bước đầu đã chỉ ra rằng Big game “Giải ô chữ” được triển khai như một hoạt động học tập tích cực không chỉ nhận được sự ủng hộ rộng rãi từ sinh viên mà còn mang lại hiệu quả rõ rệt về mặt cảm xúc và nhận thức. Với hơn 83% sinh viên đánh giá mức cao nhất về mức độ hứng thú và sự ủng hộ vận dụng trò chơi vào bài học, dữ liệu cho thấy trò chơi không chỉ là một hoạt động giải trí mà thực sự có khả năng kết nối nội dung chuyên môn với trải nghiệm học tập thực tế. Các chỉ số trung bình cao và độ lệch chuẩn thấp cũng khẳng định mức độ nhất quán và tin cậy trong phản hồi, từ đó làm nổi bật tiềm năng của mô hình này như một phương pháp giảng dạy hiệu quả trong bối cảnh giáo dục đại học hiện đại.

Bên cạnh đó, phản hồi định tính từ sinh viên đã cung cấp cái nhìn sâu sắc hơn về những yếu tố góp phần làm nên sự thành công của hoạt động, đặc biệt là tinh thần đồng đội, mức độ thử thách phù hợp, sự rõ ràng trong luật chơi và

tính tương tác cao giữa các nhóm. Quan trọng hơn, nhiều đề xuất từ sinh viên cũng hướng đến việc tích hợp các yếu tố công nghệ - như truy cập mạng, mã QR, hoặc thiết bị hỗ trợ thông tin - để tăng cường tính chủ động và khả năng tra cứu trong quá trình chơi. Điều này gợi ý rằng sinh viên không chỉ muốn được tham gia mà còn muốn được trao quyền công nghệ trong môi trường học tập, một xu hướng ngày càng rõ nét trong giáo dục đại học hiện nay.

Tóm lại, nghiên cứu này cho thấy rằng việc thiết kế các hoạt động học tập theo hướng trò chơi hóa, nếu được kết hợp hiệu quả với công nghệ và tổ chức linh hoạt, hoàn toàn có thể trở thành một mô hình giảng dạy tiên tiến, giúp sinh viên phát triển toàn diện cả về tư duy, kỹ năng lẫn thái độ học tập.

5.2. Khuyến nghị

Trên cơ sở các kết quả đạt được, chúng tôi đề xuất một số định hướng cải tiến và phát triển mô hình trò chơi lớn trong học tập như sau:

Thứ nhất, cần tiếp tục khai thác lợi ích của công nghệ thông tin trong tổ chức trò chơi học thuật. Các yếu tố như ứng dụng mã QR để truy cập thông tin, hệ thống điểm số số hóa, sơ đồ di chuyển trực tuyến, hoặc hệ thống gợi ý tự động (AI-driven hints) hoàn toàn có thể tích hợp vào trò chơi nhằm tăng mức độ tương tác và hiệu quả xử lý tình huống của người học. Việc ứng dụng công nghệ không chỉ giúp trò chơi linh hoạt và hiện đại hơn, mà còn khuyến khích sinh viên sử dụng các kỹ năng số trong quá trình học;

Thứ hai, trò chơi nên được thiết kế theo hướng học tập cộng tác dựa trên công nghệ, trong đó mỗi nhóm có thể sử dụng một thiết bị kết nối Internet để tìm kiếm dữ liệu, ghi chú số hoặc phản hồi trực tiếp với người điều phối thông qua nền tảng học tập (LMS, Google Form, hoặc ứng dụng trò chơi giáo dục như Kahoot!, Genially...). Cách tiếp cận này vừa giúp tăng cường kỹ năng làm việc nhóm vừa phát triển năng lực số của sinh viên;

Thứ ba, cần chuẩn hóa các khâu tổ chức, đặc biệt là quy trình phổ biến luật chơi, hỗ trợ kỹ thuật và theo dõi tiến độ nhóm. Việc xây dựng một cổng thông tin nội bộ cho từng hoạt động học tập tương tác sẽ giúp giảng viên dễ dàng theo dõi - đánh giá - tổng hợp kết quả, đồng thời cung cấp trải nghiệm liền mạch hơn cho sinh viên;

Cuối cùng, trong dài hạn, các trường đại học nên xem xét lồng ghép các hoạt động trò chơi hóa như một phần chính thức trong kế hoạch bài giảng, đặc biệt với các môn học có tính khái quát hoặc liên ngành. Việc áp dụng công nghệ để trò chơi hóa nội dung bài học không chỉ giúp giảm khoảng cách giữa lý thuyết và thực hành, mà còn khơi gợi cảm hứng học tập và tạo lập văn hóa học đường năng động, sáng tạo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bằng, N. V., và Bắc, N. V. “Tác động của trò chơi hóa đến hiệu quả học tập: Vai trò trung gian của hài lòng và gắn kết.” Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và Quản trị Kinh doanh, tập 19, số 7, 2024, trang 16–31.
- [2] Codish, D., and Ravid, G. “Academic Course Gamification: The Art of Perceived Playfulness.” Interdisciplinary Journal of E-Learning and Learning Objects, vol. 10, 2014, pp. 131–151.
- [3] Cường, N. D. Tác động của trò chơi hóa đến hiệu quả học tập: Đánh

giá vai trò trung gian của sự hài lòng và động lực nội tại của người học tại các trường đại học tại Việt Nam. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, 2023.

[4] Hoàng, T. H. C. T. T., Tú, C., và Phương, V. N. P. V. N. “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định áp dụng trò chơi học tập trong hoạt động giảng dạy của giảng viên tại một số trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh.” Tạp chí Khoa học Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng, 2024, trang 132–140.

[5] Hồng, N. T. B. “Phương pháp sử dụng trò chơi trong dạy học.” Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm TP.HCM, số 54, 2014, trang 174.


[6] Lopes, A. P., Soler, M., Caña, R., Cortés, L., Bentabol, M., Bentabol, A., Muñoz, M. D. M., Esteban, A., and Luna, M. “Gamification in

Education and Active Methodologies at Higher Education.” EDULEARN19 Proceedings, vol. 1, July 2019, pp. 1633–1640. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2019.0480>.

[7] Tramonti, M., Dochshanov, A. M., Fiadotau, M., Grönlund, M., Callaghan, P., Ailincal, A., ... and Delle Donne, E. “Game On for Climate Action: Big Game Delivers Engaging STEM Learning.” Education Sciences, vol. 14, no. 8, 2024, article 893.

[8] Viết, B. N., Việt, B. N., Phương, T. N. T., và Văn, A. N. “Trò chơi hóa trong học tập: Nâng cao sự tương tác, sự hài lòng và cải thiện hiệu quả học tập của người học.” Tạp chí Kinh tế và Phát triển, vol. 321, số 2, 2024, trang 130–139).

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Tấn Khang:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tốt nghiệp cử nhân Báo chí năm 2017 tại Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.- Tốt nghiệp Thạc sĩ Việt Nam học năm 2021 tại Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.- Tốt nghiệp Thạc sĩ Nhân học năm 2022 tại Đại học Padjadjaran, Cộng hoà Indonesia;- Giảng viên Bộ môn Truyền thông, Khoa Báo chí và Truyền thông, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.- Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông đại chúng, truyền thông đa phương tiện, công chúng truyền thông, nhân học văn hoá, nhân học truyền thông.- Điện thoại: 0347869919.
--	---

GIÁO DỤC ĐẠI HỌC NGÀNH TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN THÍCH ỨNG VỚI CHUYỂN ĐỔI SỐ

HIGHER EDUCATION IN BANKING AND FINANCE AT SAI GON UNIVERSITY ADAPTS TO DIGITAL TRANSFORMATION

Hò Ngọc Thủy, Nguyễn Thị Ngọc Tú*

Trường Đại học Sài Gòn

Ho Ngoc Thuy, Nguyen Thi Ngoc Tu*

Saigon University; hongocthuy@sgu.edu.vn, ntntu@sgu.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Ho Ngoc Thuy (email: hongocthuy@sgu.edu.vn)*

Tóm tắt - Năm 2020, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” trong đó xác định Giáo dục là một trong tám lĩnh vực cần được ưu tiên thực hiện chuyển đổi số. Việc chuyển đổi hình thức đào tạo đi kèm với nhiều vấn đề, trong đó quan trọng nhất là điều kiện cơ sở vật chất để các cơ sở giáo dục tổ chức đào tạo trực tuyến. Bên cạnh đó chuyển đổi số ngành ngân hàng cũng đang được các ngân hàng trên thế giới tập trung đầu tư mạnh mẽ. Vì vậy, trong bài báo này nhóm tác giả trình bày các nhân tố của chuyển đổi số tác động đến hoạt động dạy học ngành Tài chính - Ngân hàng tại Trường Đại học Sài Gòn. Thang đo được xây dựng trên cơ sở nghiên cứu tài liệu, nghiên cứu định tính và định lượng. Dựa trên mẫu khảo sát 217 sinh viên và cựu sinh viên của ngành Tài chính - Ngân hàng, kết quả cho thấy được giá trị và độ tin cậy của nghiên cứu

Abstract - In 2020, the Prime Minister issued Decision No. 749/QĐ approving the "National Digital Transformation Program to 2025, with a vision to 2030", which identified education as one of eight areas that must be prioritized for digital transformation. The transformation of training methods comes with many issues, the most important of which is the physical conditions for educational institutions to organize online training. In addition, the digital transformation of the banking industry is also receiving strong investment from bank worldwide. Therefore, in this article, the authors focus on studying the factors of digital transformation affecting the teaching and learning activities of finance and banking at Saigon University. The scale is built based on document research, qualitative, and quantitative research. Based on a survey sample of 217 students and alumni of finance and banking, the results show the value and reliability of the study

Từ khóa - Giáo dục đại học; chuyển đổi số; ngành Tài chính - Ngân hàng.

Keywords - Higher education; digital transformation; banking and finance industry.

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số trong giáo dục ngành Tài chính - Ngân hàng là ứng dụng công nghệ kỹ thuật số và hệ thống thông tin Internet, các phần mềm ngân hàng mô phỏng vào lĩnh vực giáo dục để nâng cao chất lượng giảng dạy, học tập và quản lý giáo dục. Mục tiêu của chuyển đổi số là nâng cao chất lượng giáo dục, tạo ra một môi trường học tập hiện đại, linh hoạt đáp ứng yêu cầu của kỷ nguyên số và hội nhập quốc tế ngành Tài chính - Ngân hàng. Để thực hiện chuyển đổi số thì phải cải tiến phương pháp giảng dạy, cải tiến các thiết bị, dụng cụ hỗ trợ học tập, nâng cao trải nghiệm của học sinh, sinh viên và người tham gia đào tạo. Mặc dù chuyển đổi số đóng vai trò quan trọng nhưng hiện vẫn chưa có nhiều nghiên cứu về tác động của chuyển đổi số đến chất lượng dạy và học của giảng viên và sinh viên trong một ngành đào tạo, cụ thể là ngành Tài chính - Ngân hàng tại Trường Đại học Sài Gòn. Trên cơ sở chuyển đổi số, nhóm tác giả nhận diện các nhân tố tác động đến chất lượng dạy học của ngành Tài chính - Ngân hàng và đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố này. Từ đó có thể đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy chuyển đổi số trong ngành Tài chính - Ngân hàng.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Khái niệm về chuyển đổi số trong giáo dục đại học

Chuyển đổi số trong đào tạo đại học là hoạt động dạy

học được thực hiện thông qua hệ thống đào tạo trực tuyến. Giáo dục trực tuyến là hình thức giáo dục từ xa trong đó ứng dụng công nghệ thông tin, liên lạc. Người học và người dạy có thể truy cập được các tài nguyên dạy học trực tuyến trên nền tảng công nghệ một cách thuận tiện. Abbas và cộng sự đã định nghĩa, giáo dục trực tuyến là bất cứ hình thức học tập nào sử dụng công nghệ điện tử và những hình thức học tập sử dụng mạng Internet và nền tảng website [1]. Gần đây, việc dạy học trực tuyến ở Việt Nam đã được tiến hành dưới nhiều hình thức đặc biệt là dựa vào các nền tảng hội nghị trực tuyến trong đó Zoom Meeting và Google Meet là hai nền tảng phổ biến nhất. Để thực hiện chuyển đổi số trong giáo dục thì điều kiện để các cơ sở giáo dục tổ chức đào tạo trực tuyến là bắt buộc phải xây dựng được hệ thống học liệu, tài liệu số. Kho học liệu số là một hệ thống lưu trữ và cung cấp các tài liệu học tập và nghiên cứu dưới dạng số, bao gồm sách điện tử, bài giảng, video, ứng dụng học tập, bài báo khoa học và các tài liệu khác. Kho học liệu số thường được xây dựng trên một nền tảng công nghệ số và có thể được truy cập qua mạng Internet bằng các thiết bị điện tử như máy tính, điện thoại di động hoặc máy tính bảng. Kho học liệu số cung cấp cho người dùng nhiều lợi ích, bao gồm tiết kiệm thời gian và chi phí cho việc tìm kiếm tài liệu, truy cập vào các tài liệu mới nhất và đa dạng nhất và có thể truy cập vào kho học liệu số mọi lúc mọi nơi. Tuy nhiên, việc phát triển và cập nhật kho học liệu số là

một quá trình liên tục và đòi hỏi cơ chế quản lý chặt chẽ của nhà trường, đặt ra nhiều thách thức cho người làm giáo dục cũng như những nhà quản lý giáo dục. Đối với ngành Tài chính - Ngân hàng thì sự phát triển của ngân hàng trực tuyến và công ty công nghệ tài chính đã và đang tạo ra sự cạnh tranh mạnh mẽ trong ngành ngân hàng. Các ngân hàng truyền thống cần nhận thấy việc chuyển đổi số là cần thiết để cạnh tranh với các đối thủ này. Bằng cách cung cấp các dịch vụ số, các ngân hàng có thể giữ chân khách hàng hiện tại và thu hút khách hàng mới. Người tiêu dùng ngày càng yêu cầu sự tiện lợi và trải nghiệm ngân hàng thuận tiện hơn. Họ mong đợi có thể thực hiện các giao dịch ngân hàng một cách nhanh chóng và dễ dàng thông qua các kênh điện tử. Việc chuyển đổi số cho phép ngân hàng đáp ứng nhu cầu này, đồng thời tăng cường lợi thế cạnh tranh giữa các ngân hàng và các công ty fintech. Chính vì vậy, sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng cần được tiếp cận chuyển đổi số ngay từ quá trình đào tạo đại học.

2.2. Mô hình nghiên cứu

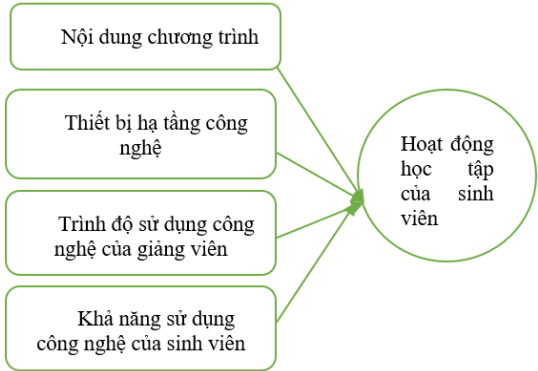
Dựa vào nghiên cứu của các tác giả trước đây, nhóm tác giả đưa ra các giả thuyết như sau:

Giả thuyết H1: nội dung chương trình dạy học ngành Tài chính - Ngân hàng có tác động đến hoạt động học tập của sinh viên;

Giả thuyết H2: thiết bị hạ tầng công nghệ có tác động đến hoạt động học tập của sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng;

Giả thuyết H3: trình độ sử dụng công nghệ của giảng viên có tác động đến hoạt động học tập của sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng;

Giả thuyết H4: khả năng sử dụng công nghệ của sinh viên có tác động đến hoạt động học tập của sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu
Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

2.3. Phương pháp và dữ liệu nghiên cứu

Nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để xây dựng mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động học tập của sinh viên. Đồng thời, nhóm tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua phỏng vấn sâu các chuyên gia và sử dụng phiếu khảo sát để kiểm tra ý nghĩa thống kê của các giả thuyết.

Nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát nhóm sinh viên từ năm 1 đến năm 4 đang theo học tại Khoa và cựu sinh viên

của ngành Tài chính - Ngân hàng. Với 240 bộ câu hỏi được phát ra thì nhóm tác giả thu được 217 bộ câu hỏi đạt yêu cầu của nghiên cứu. Ngoài các câu hỏi về thông tin người được khảo sát thì tất cả các câu hỏi khác đều sử dụng thang đo Likert từ 1 điểm đến 5 điểm (1 = Hoàn toàn không hài lòng, 2 = Bình thường, 3 = Tương đối hài lòng, 4 = Hài lòng, 5 = Rất hài lòng).

Nghiên cứu đã sử dụng phần mềm SPSS để thống kê, phân tích dữ liệu thu thập được và kết quả đã đáp ứng yêu cầu của nhóm nghiên cứu.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thống kê mẫu khảo sát

Kích thước mẫu $n = 240$, tuy nhiên số lượng đạt yêu cầu nghiên cứu là 217 mẫu phiếu đạt và cho kết quả mẫu ở bảng 1.

Bảng 1. Mô tả mẫu nghiên cứu (Đvt: %)

Giới tính		Năm học chương trình đào tạo				
Nam	Nữ	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Cựu sinh viên
36.4	63.6	17.05	18.89	21.66	26.28	16.12

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Số lượng sinh viên nam tham gia khảo sát chiếm tỷ lệ 35.4%, sinh viên nữ tham gia khảo sát chiếm tỷ lệ 63.6%. Điều này là do ngành Tài chính - Ngân hàng có số lượng sinh viên nữ cao hơn sinh viên nam. Kết quả khảo sát cũng cho thấy có 16.12% đáp viên đang tham gia khảo sát là các cựu sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng tương đương 35 người đã hoàn thành chương trình học và đi làm; 57 sinh viên tham gia khảo sát đang là sinh viên năm 4 và chiếm tỷ lệ cao nhất 26.28%; sinh viên năm 3 chiếm tỷ lệ 21.66% tương đương 47 sinh viên; có 41 sinh viên năm 2 chiếm tỷ lệ 18.89% và có sinh viên năm nhất chiếm tỷ lệ 17.05%. Nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát tương đối đồng đều số lượng sinh viên các năm học và cựu sinh viên để có kết quả nghiên cứu chính xác.

3.2. Kết quả kiểm định thang đo

Bảng 2. Hệ số Cronbach's Alpha

STT	Thang đo	Hệ số
1	CTDH	0.995
2	TBCN	0.994
3	TDCNGV	0.994
4	KNCN	0.994

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Nhóm tác giả nhận thấy kết quả đánh giá hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của các biến quan sát đều có hệ số tương quan giữa biến tổng trên 0.3. Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo đều lớn hơn 0.6. Do đó, tất cả các thang đo đều được sử dụng tiếp tục trong bước phân tích nhân tố EFA.

3.3. Kết quả phân tích khám phá

Hệ số KMO = 0.867 > 0.5; mức ý nghĩa Sig. = 0.000 cho thấy các biến có tương quan với nhau và thỏa mãn điều kiện trong phân tích nhân tố

Bảng 3. Kiểm định KMO và Barlett của biến độc lập

Hệ số KMO	0.867	
Kiểm định Bartlett's Test	Bình phương xấp xỉ	2883.006
	df	190
	Sig.	0.000

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Hệ số KMO = 0.867 > 0.5; mức ý nghĩa Sig.= 0.000 cho thấy các biến có tương quan với nhau và thỏa mãn điều kiện trong phân tích nhân tố. Sau khi nhóm tác giả thực hiện phép xoay thì có được kết quả trong bảng 4.

Bảng 4. Các nhân tố sau phép xoay nhân tố

STT	Tên nhân tố	Các biến quan sát
1	CTDH	CTDH1, CTDH2, CTDH3, CTDH4, CTDH5.
2	TBCN	TBCN1, TBCN2, TBCN3, TBCN4, TBCN5.
3	KNCN	KNCN1, KNCN2, KNCN3, KNCN4, KNCN5.
4	TDCNGV	TDCNGV1, TDCNGV2, TDCNGV3, TDCNGV4, TDCNGV5.

3.4. Kiểm định sự phù hợp của mô hình nghiên cứu

3.4.1. Phân tích tương quan

Sau khi kiểm định tương quan bằng hệ số tương quan Pearson thì kết quả đều có giá trị sig. là 0.000 < 0.05 cho thấy mối tương quan giữa biến phụ thuộc với từng biến độc lập, vì vậy tiếp tục phân tích hồi quy.

3.4.2. Phân tích hồi quy

Bảng 5. Kết quả kiểm định độ phù hợp

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số ước lượng	Hệ số Durbin-Watson
1	0.988 ^a	0.975	0.975	0.048	2.069
Biến độc lập: TDCNGV, KNCN, TBCN, CTDH					
Biến phụ thuộc: HDHTSV					

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Để đánh giá độ phù hợp của mô hình, tác giả xem xét R² hiệu chỉnh trong bảng 5 bằng 0.975. Điều này cho thấy 97.5% biến thiên của biến phụ thuộc Hoạt động học tập (F_HDHTSV) được giải thích bởi 4 nhân tố độc lập. Như vậy mô hình hồi quy tuyến tính này phù hợp với tập dữ liệu của mẫu ở mức 97.5%. Hệ số Durbin-Watson để đánh giá hiện tượng tự tương quan chuỗi bậc nhất cho ra kết quả là 2.069 và kết quả này nằm trong khoảng cho phép nên được chấp nhận.

Bảng 6. Kiểm định ANOVA

Mô hình		Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Sig.
1	Hồi quy	19.643	4	4.911	2091.37	0.01

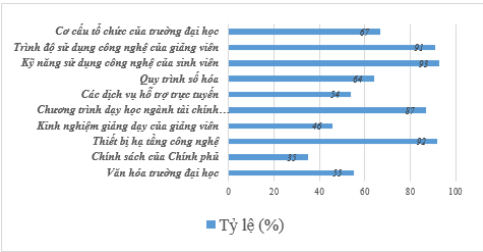
Phần dư	0.498	212	0.002		
Tổng	20.140	216			
Biến độc lập: TDCNGV, KNCN, TBCN, CTDH					
Biến phụ thuộc: HDHTSV					

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Để kiểm định độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính đa biến, nhóm tác giả dùng giá trị F ở bảng 6 phân tích ANOVA. Kiểm định giả thuyết về độ phù hợp với tổng thể của mô hình cho thấy giá trị F = 2091.37 với sig.=0.01 < 0.05 chứng tỏ R² của tổng thể khác 0. Đồng nghĩa với việc mô hình hồi quy tuyến tính có thể có thể suy rộng và áp dụng cho tổng thể. Kết quả cho thấy Sig kiểm định hệ số hồi quy của các biến độc lập đều nhỏ hơn 0.05, do đó các biến độc lập đều có ý nghĩa giải thích cho biến phụ thuộc, không biến nào bị loại khỏi mô hình.

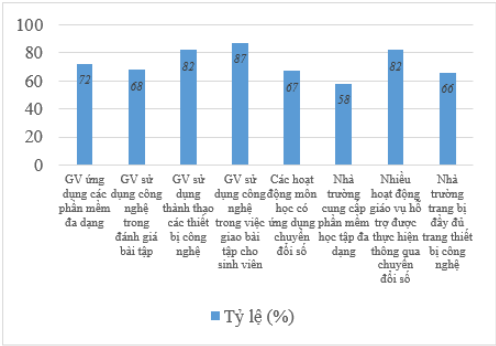
4. Bàn luận

Nhóm tác giả đã tiến hành phỏng vấn sâu các chuyên gia với số lượng như sau: 32 giảng viên, chuyên viên ngành Tài chính - Ngân hàng gồm 12 tiến sĩ, 20 thạc sĩ; 8 nhà khoa học trong và ngoài trường, 8 doanh nghiệp ngành Tài chính - Ngân hàng và có kết quả phỏng vấn sâu ở hình 2. Qua hình 2 cho thấy có 10 nhân tố của chuyển đổi số tác động đến hoạt động học tập của sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng với tỷ lệ đồng ý của các chuyên gia từ 35% đến 93%. Và nhóm tác giả đã chọn 4 nhân tố có tỷ lệ đồng ý cao nhất bao gồm kỹ năng sử dụng công nghệ của sinh viên với tỷ lệ 93%; thiết bị hạ tầng công nghệ chiếm tỷ lệ 92%; trình độ sử dụng công nghệ của giảng viên chiếm tỷ lệ 91%; chương trình dạy học ngành Tài chính - Ngân hàng tỷ lệ 87% để đề xuất mô hình nghiên cứu.



Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Hình 2. Kết quả phỏng vấn sâu các nhân tố của chuyển đổi số tác động đến hoạt động học tập sinh viên



Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Hình 3. Kết quả phỏng vấn sâu về hoạt động thích ứng với chuyển đổi số của giảng viên ngành Tài chính - Ngân hàng

Số liệu ở hình 3 cho thấy các giảng viên đã có ứng dụng

chuyển đổi số trong hoạt động dạy học ngành Tài chính - Ngân hàng với tỷ lệ từ 67% đến 87%. Trong đó 87% giảng viên có sử dụng công nghệ trong việc giao bài tập cho sinh viên; 82% giảng viên đều sử dụng thành thạo các thiết bị công nghệ. Tuy nhiên số lượng giảng viên có sử dụng công nghệ để đánh giá bài tập chỉ chiếm tỷ lệ 68% và các hoạt động trong môn học có ứng dụng chuyển đổi số chỉ với tỷ lệ 67%.

Bảng 7. Kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
1	Hằng số	0.085	0.032	-	2.637	0.009	-
	CTDH	0.246	0.006	0.474	43.516	0.000	0.982
	TBCN	0.246	0.006	0.469	43.160	0.008	0.986
	KNCN	0.245	0.005	0.486	44.665	0.000	0.986
	TDCNGV	0.236	0.006	0.442	40.395	0.000	0.987

Biến phụ thuộc: HDHTSV

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Bảng số 7 cho thấy hệ số VIF của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2 do vậy không có đa cộng tuyến xảy ra. Và các hệ số hồi quy đều lớn hơn 0, như vậy tất cả các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy đều tác động cùng chiều tới biến phụ thuộc. Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, thứ tự mức độ tác động từ mạnh nhất tới yếu nhất của các biến độc lập tới biến phụ thuộc F_HDHTSV là: KNCN (0.486) > CTDH (0.474) > TBCN (0.469) > TDCNGV (0.442).

Nghiên cứu này kiểm định mô hình các mối quan hệ cấu trúc giữa các nhân tố: chương trình dạy học, trình độ sử dụng công nghệ của giảng viên, thiết bị hạ tầng công nghệ, kỹ năng sử dụng công nghệ của sinh viên tác động đến hoạt động học tập của sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng. Qua kết quả cho thấy cả 4 nhân tố đều tác động đến hoạt động học tập của sinh viên.

Từ kết quả phỏng vấn sâu và kết quả phỏng vấn sinh viên, cựu sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng, nhóm tác giả đề xuất biện pháp cải thiện hoạt động học tập của sinh viên dựa trên chuyển đổi số như sau:

4.1. Kỹ năng sử dụng công nghệ của sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng

Từ năm 2023 đến nay đã có một số xu hướng cơ bản ảnh hưởng đến tiến trình chuyển đổi số ngành ngân hàng và bây giờ dường như đã trở thành một vấn đề bắt buộc đối với các ngân hàng. Chuyển đổi số ngành Tài chính - Ngân hàng là hoạt động tích hợp các công nghệ kỹ thuật số và chiến lược đổi mới vào lĩnh vực dịch vụ tài chính, nhằm thay đổi toàn diện cách thức hoạt động của các ngân hàng, từ cách tiếp cận khách hàng đến cách thức quản trị rủi ro, vận hành nội bộ. Quá trình này liên quan đến việc hiện đại hóa các hệ thống, quy trình, mô hình kinh doanh ngân hàng truyền thống, cho phép các ngân hàng cung cấp dịch vụ liền mạch, thuận tiện và an toàn thông qua các kênh kỹ thuật số khác nhau. Bao gồm sự phát triển và triển khai các ứng

dụng di động, dịch vụ ngân hàng trực tuyến, trí tuệ nhân tạo, Blockchain, Big data, ...

Chính vì vậy, ngành giáo dục cần đảm bảo rằng học sinh và sinh viên được trang bị kiến thức cơ bản về khoa học và công nghệ, cũng như có khả năng sử dụng chúng một cách hiệu quả, bao gồm cả việc phát triển kỹ năng kỹ thuật số đặc biệt là sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng.

Sinh viên cần được hướng dẫn sử dụng công nghệ và các công cụ số trong quá trình học tập. Nhà trường cần cung cấp, hướng dẫn và đào tạo cho sinh viên về việc sử dụng các ứng dụng, phần mềm và các nền tảng trực tuyến. Bên cạnh đó cần tạo cơ hội cho sinh viên ngành Tài chính - Ngân hàng thực hiện các nhiệm vụ và dự án thực tế thông qua môi trường trực tuyến. Những hoạt động này giúp sinh viên áp dụng kiến thức vào thực tế và tương tác với các vấn đề thực tế trong môi trường học tập.

4.2. Chương trình dạy học ngành Tài chính - Ngân hàng

Dạy và học là hoạt động chuyên môn chủ đạo trong một trường đại học, giúp người học hoàn thành mục tiêu học tập, đáp ứng chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo. Dạy - học không chỉ nằm đơn thuần là việc truyền đạt kiến thức thông qua các tiết học mà thực chất là một chuỗi các hoạt động dạy của giảng viên, hoạt động học của người học và hoạt động kiểm tra, đánh giá. Chuyển đổi số trong giáo dục nhằm cải thiện hiệu suất học tập và chất lượng giảng dạy. Giảng viên có thể sử dụng công nghệ để thiết kế bài giảng sáng tạo hơn, tạo ra tài liệu giảng dạy đa dạng và tùy chỉnh quá trình học cho từng học sinh. Điều này giúp tạo ra môi trường học tập tốt hơn và nâng cao kết quả học tập của sinh viên. Chương trình dạy học ngành Tài chính - Ngân hàng cần tập trung nhiều hơn vào các vấn đề sau:

Phát triển kỹ năng kỹ thuật số cho sinh viên: giúp sinh viên trở thành người tiêu dùng thông minh của công nghệ, biết cách sử dụng các công cụ kỹ thuật số, tìm kiếm thông tin trực tuyến và xử lý thông tin một cách hiệu quả;

Tạo ra môi trường học tập tương tác và thú vị: sử dụng công nghệ để tạo ra các hoạt động học tập thú vị, trò chơi giáo dục và tài liệu đa phương tiện, giúp kích thích sự tham gia của sinh viên;

Phát triển kỹ năng tư duy sáng tạo và giải quyết vấn đề: công nghệ có thể được sử dụng để khuyến khích sinh viên tạo ra các dự án sáng tạo và thúc đẩy kỹ năng giải quyết vấn đề của họ;

Thiết kế nội dung học tập hấp dẫn: tạo ra nội dung học tập phong phú, đa dạng và liên quan đến thực tế, khuyến khích sự tương tác và tham gia của sinh viên. Sử dụng các phương pháp học tập sáng tạo như bài giảng tương tác, thảo luận trực tuyến, hoạt động nhóm và bài tập thực hành để kích thích sinh viên tham gia tích cực.

4.3. Thiết bị hạ tầng công nghệ

Quá trình chuyển đổi số trong giáo dục cần áp dụng các phần mềm quản lý, đây cũng là hình thức được nhiều trường học, cơ sở áp dụng. Bên cạnh đó, các phần mềm tích hợp tính năng vượt trội cũng giúp nhà trường tăng cường nghiệp vụ, quản lý hồ sơ, giảng dạy với các thao tác linh hoạt, nhanh chóng. Bên cạnh đó, nhà trường cần xây dựng hạ tầng mạng và các thiết bị công nghệ tiên tiến để phục vụ

cho các ngành học áp dụng chuyển đổi số.

Hạ tầng mạng và các trang thiết bị phải được cải tiến, đổi mới khi chuyển đổi số trong giáo dục, đặc biệt là những nơi có kết nối kém. Tăng cường kết hợp với các công nghệ hiện đại trên thế giới như AI, Big Data, Blockchain, ... với cơ sở dữ liệu số để xây dựng hệ thống thu thập thông tin, đưa ra dự báo và thiết lập ứng dụng, dịch vụ phù hợp đến từng đối tượng người học.

4.4. Trình độ sử dụng công nghệ của giảng viên

Chuyển đổi số là bước chuyển mình mạnh mẽ, đòi hỏi sự thay đổi từ trong tư duy, nhận thức của mỗi người. Do vậy, cần thực hiện các biện pháp nhằm nâng cao nhận thức, phổ cập tầm quan trọng cho giáo viên, giảng viên, cán bộ nhà trường. Từ đó mới phối hợp cùng nhau xây dựng văn hóa số trong giáo dục. Một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quá trình chuyển đổi số trong giáo dục là thiếu kiến thức và kỹ năng công nghệ. Ít nhà giáo dục có hiểu biết toàn diện về cách sử dụng các công cụ và giải pháp kỹ thuật số trong hoạt động dạy và học. Do đó, họ cần được đào tạo và cập nhật kiến thức liên tục và một số kỹ năng công nghệ cơ bản có thể giúp giáo viên thiết lập nền tảng học tập trực tuyến, phân phối các bài tập kỹ thuật số và tạo động lực cho sinh viên của mình. Tiến hành hướng dẫn, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ trong ứng dụng công nghệ số cho tất cả những người làm công tác giảng dạy như kỹ năng công nghệ thông tin, an toàn thông tin, ...trên môi trường số.

Giảng viên đóng vai trò quan trọng trong thực hiện chuyển đổi số ngành Tài chính - Ngân hàng, giảng viên cần áp dụng công nghệ số trong phương pháp giảng dạy, giúp mở ra nhiều cơ hội để tăng cường chất lượng giáo dục và giúp sinh viên phát triển toàn diện trong ngành Tài chính -

Ngân hàng ngày càng phát triển.

5. Kết luận

Thông qua kết quả nghiên cứu về mức độ thích ứng với chuyển đổi số ở ngành Tài chính - Ngân hàng Trường Đại học Sài Gòn, nhóm tác giả nhận thấy 4 nhân tố trong mô hình: chương trình dạy học, trình độ sử dụng công nghệ của giảng viên, thiết bị hạ tầng công nghệ, kỹ năng sử dụng công nghệ của sinh viên đều tác động tích cực đến hoạt động học tập của sinh viên tại Trường. Điều đó cho thấy các hoạt động dạy học của giảng viên, sinh viên và sự quản lý của nhà trường đều đang thích ứng tốt với xu hướng chuyển đổi số. Sinh viên sau khi học tập và tốt nghiệp có thể đáp ứng được nhu cầu việc làm trong môi trường chuyển đổi số của ngành Tài chính - Ngân hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Abad-Segura, E., González-Zamar, M. D., Infante-Moro, J. C., & Ruipérez García, G., "Sustainable management of digital transformation in higher education: Global research trends, Sustainability", 2017.



[2] Brownfield, G., & Oliver, R., 2014, "Factors influencing the discovery and reusability of digital resources for", Retrieved from <https://ro.ecu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=4287&context=ecuworks>, 18/4/2025.

[3] McMartin, F., Iverson, E., Wolf, A. M., Morgan, G., & Manduca, C., The use of online digital resources and educational digital libraries in higher education, International Journal on Digital Libraries, 2008, p. 65-79.

[4] Trọng, H., & Ngọc, C. N, *Phân tích dữ liệu với SPSS Tập 2*, NXB Hồng Đức, 2008.

[5] Những khó khăn và thách thức trong dạy và học trực tuyến. <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/nhung-kho-khan-va-thach-thuc-trong-day-va-hoc-truc-tuyen-p27440.html>.

Thông tin về tác giả

	<p>Hồ Ngọc Thủy:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu): Tốt nghiệp thạc sĩ ngành kinh tế năm 2010.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên Khoa Tài chính Kế toán - Trường Đại học Sài Gòn từ năm 2014 đến nay.- Lĩnh vực quan tâm: Kinh tế, Tài chính, Giáo dục.- Điện thoại: 0938001048.
	<p>Nguyễn Thị Ngọc Tú:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu): Tốt nghiệp thạc sĩ ngành tài chính năm 2008.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên Khoa Tài chính Kế toán - Trường Đại học Sài Gòn từ năm 2009 đến nay.- Lĩnh vực quan tâm; Kinh tế, Tài chính, Giáo dục.- Điện thoại: 0912609122.

CHUYỂN ĐỔI SỐ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC - THỰC TIỄN TỪ TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

DIGITAL TRANSFORMATION IN HIGHER EDUCATION: A CASE STUDY OF HANOI UNIVERSITY OF INDUSTRY

Trần Thị Bích Huệ, Hoàng Thị Ngân, Đặng Thị Hương*

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Tran Thi Bich Hue, Hoang Thi Ngan, Dang Thi Huong*

Ha Noi University of Industry; tranbichhuehau@gmail.com

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Tran Thi Bich Hue (email: tranbichhuehau@gmail.com)*

Tóm tắt - Phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số đang là yếu tố quyết định phát triển của các quốc gia; là điều kiện tiên quyết để nước ta phát triển giàu mạnh, hùng cường trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc. Để có nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển đột phá đó cần phải đổi mới, nâng cao chất lượng giáo dục và đào tạo, xây dựng nền tảng giáo dục, đào tạo trực tuyến, mô hình giáo dục đại học số, nâng cao năng lực số trong xã hội. Trong những năm qua, chuyển đổi số giáo dục đại học đã đạt được những kết quả nhất định, tuy nhiên vẫn còn những vấn đề đặt ra cần phải bàn luận và hình thành các định hướng. Bằng phương pháp nghiên cứu tài liệu thứ cấp, nhóm tác giả phân tích khái niệm, tính cấp thiết của chuyển đổi số giáo dục đại học, sự thay đổi khi chuyển đổi số của giáo dục đại học và thực tiễn chuyển đổi số ở Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, từ đó đưa ra một số khuyến nghị chung nhằm thúc đẩy chuyển đổi số trong giáo dục đại học

Từ khóa - Chuyển đổi số; chuyển đổi số giáo dục; chuyển đổi số giáo dục đại học; giáo dục đại học; Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.

1. Đặt vấn đề

Dưới tác động của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ 4.0, chuyển đổi số trở thành xu hướng tất yếu, tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, đặc biệt trong lĩnh vực giáo dục. Là cấp học mang tính chuyên sâu, phục vụ trực tiếp nhu cầu phát triển của xã hội, giáo dục đại học đã và đang chịu tác động của xu thế chuyển đổi số, thúc đẩy quá trình đổi mới trong giáo dục đại học diễn ra mạnh mẽ và hiệu quả hơn.

Trong xu thế chung của thế giới về chuyển đổi số, ngày 03/6/2020, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 749/QĐ-TTg về việc phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” với quan điểm nhất quán “chuyển đổi số trước tiên là chuyển đổi nhận thức” và “người dân là trung tâm của chuyển đổi số”. Trong đó, giáo dục là lĩnh vực được ưu tiên chuyển đổi số thứ 2 sau lĩnh vực y tế, hướng đến “phát triển nền tảng hỗ trợ dạy và học từ xa, ứng dụng triệt để công nghệ số trong công tác quản lý, giảng dạy và học tập, số hóa tài liệu, giáo trình; xây dựng nền tảng chia sẻ tài nguyên giảng dạy và học tập theo cả hình thức trực tiếp và trực tuyến” [22]. Trong xu thế đó, giáo dục đại học đã và đang có

Abstract - The development of science, technology, innovation, and digital transformation is increasingly regarded as a decisive factor for national development and a prerequisite for Vietnam to become a prosperous and powerful nation in the era of national resurgence. To meet the demand for high-quality human resources capable of driving such transformative growth, it is essential necessary to reform and enhance the quality of education and training, build a solid foundation for online education, promote digital higher education models, and improve digital competence across society. In recent years, digital transformation in higher education has achieved notable progress; however, a number of issues remain that require further discussion and strategic direction. This paper, through the analysis of secondary sources, examines the concept and urgency of digital transformation in higher education, the transformative changes it entails, and the practical experience of Hanoi University of Industry. Based on these findings, the authors propose several general recommendations to promote and accelerate digital transformation in the higher education sector

Keywords - Digital transformation; digital transformation in education; digital transformation in higher education; higher education; Hanoi University of Industry.

những thay đổi mạnh mẽ, nhanh chóng, toàn diện về mô hình, cách thức tổ chức và quản lý quá trình dạy học. Chính vì vậy, đổi mới trong giáo dục đại học thời đại chuyển đổi số không chỉ là yêu cầu mang tính tất yếu, khách quan mà còn là vấn đề cấp thiết, là chìa khóa nâng cao chất lượng, hiệu quả giáo dục đại học, đáp ứng yêu cầu phát triển của xã hội. Do đó, nghiên cứu đổi mới trong giáo dục đại học thời đại chuyển đổi số trở thành hướng nghiên cứu quan trọng, thu hút được sự quan tâm nghiên cứu của nhiều nhà khoa học [19].

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Khái quát chung về chuyển đổi số và chuyển đổi số trong giáo dục đại học

2.1.1. Chuyển đổi số

Hiện nay có nhiều cách định nghĩa và cách hiểu về chuyển đổi số. Có quan điểm cho rằng: Chuyển đổi số là “việc sử dụng dữ liệu và công nghệ số để thay đổi một cách tổng thể và toàn diện tất cả các khía cạnh của đời sống kinh tế - xã hội, tái định hình cách chúng ta sống, làm việc và liên hệ với nhau” [5].

“Chuyển đổi số dùng để chỉ quá trình, chiến lược sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông để thay đổi cách

thức tổ chức, hoạt động, văn hóa, cách phục vụ khách hàng của doanh nghiệp, cơ quan, trường học nhằm mang lại hiệu quả tốt hơn trong thời đại kỹ thuật số” [20].

Theo Giáo sư Hồ Tú Bảo: “Chuyển đổi số là quá trình con người thay đổi cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất với các công nghệ số” [10].

Có thể hiểu một cách khái quát, chuyển đổi số là quá trình chuyển từ mô hình truyền thống sang mô hình số, bằng cách ứng dụng các công nghệ mới như dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT), điện toán đám mây (Cloud Computing) ..., các phần mềm công nghệ để thay đổi cách thức điều hành, quy trình làm việc, văn hóa cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp; chuyển các hoạt động từ thế giới thực sang thế giới ảo ở trên môi trường mạng. Chuyển đổi số đã tạo ra các mô hình hoạt động, sản phẩm dịch vụ mới và nâng cao chất lượng các dịch vụ của người sử dụng. Nhờ đó, con người dễ dàng và tiếp cận thông tin nhiều hơn, rút ngắn về khoảng cách, thu hẹp về không gian, tiết kiệm về thời gian.

Chuyển đổi số diễn ra trên tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội, trở thành động lực cho sự phát triển của các quốc gia, trong đó, chuyển đổi số trong giáo dục được xác định là khâu then chốt, đi trước một bước, làm tiền đề thực hiện chuyển đổi số trên các lĩnh vực khác của đời sống xã hội. Chuyển đổi số được thực hiện toàn diện trong các thành tố của quá trình dạy học từ nguồn tài liệu, người thầy, người học đến nội dung, phương pháp, tổ chức dạy học, tạo sự đồng bộ, thực hiện có hiệu quả quan điểm: tạo đột phá trong đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, thu hút và trọng dụng nhân tài. Trong lịch đó, giáo dục đại học là một trong các trình độ đào tạo thuộc hệ thống giáo dục quốc dân. Mục tiêu của giáo dục đại học: đào tạo nhân lực trình độ cao, nâng cao dân trí, bồi dưỡng nhân tài; nghiên cứu khoa học và công nghệ tạo ra tri thức, sản phẩm mới, phục vụ nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh, hội nhập quốc tế và đào tạo người học phát triển toàn diện về đức, trí, thể, mỹ; có tri thức, kỹ năng, trách nhiệm nghề nghiệp; có khả năng nắm bắt tiến bộ khoa học và công nghệ tương xứng với trình độ đào tạo, khả năng tự học, sáng tạo, thích nghi với môi trường làm việc; có tinh thần lập nghiệp, có ý thức phục vụ nhân dân [19].

2.1.2. Chuyển đổi số trong giáo dục đại học

Trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo nói chung, giáo dục đại học nói riêng, chuyển đổi số là việc nhà trường ứng dụng công nghệ thông tin, đổi mới mô hình, phương pháp, hình thức tổ chức các hoạt động quản lý, giảng dạy, học tập và nghiên cứu khoa học nhằm đáp ứng nhu cầu giảng dạy, học tập của giảng viên và sinh viên, giúp người dạy và người học phát huy tối đa khả năng tư duy, tính sáng tạo, chủ động, tích cực trong hoạt động dạy và học. Vì vậy, khi thực hiện chuyển đổi số, toàn bộ các hoạt động giáo dục và đào tạo được tổ chức, thực hiện và quản lý sẽ thay đổi.

Chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo được thể hiện ở hai nội dung chủ yếu là: chuyển đổi số trong quản lý giáo dục; chuyển đổi số trong dạy, học, kiểm tra, đánh giá, nghiên cứu khoa học. Ở đây, chuyển đổi số trong quản lý giáo dục bao gồm: số hóa thông tin quản lý, tạo ra hệ thống

cơ sở dữ liệu lớn, triển khai các dịch vụ công trực tuyến, ứng dụng các thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (AI, blockchain, phân tích dữ liệu) để điều hành, quản lý, định hướng, dự báo trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo một cách nhanh chóng, chính xác. Trong dạy, học, kiểm tra, đánh giá, nghiên cứu khoa học bao gồm: số hóa học liệu (sách giáo trình, bài giảng điện tử, ngân hàng câu hỏi trắc nghiệm, học liệu số đa phương tiện, phần mềm mô phỏng và các học liệu khác), thư viện số, phòng thí nghiệm ảo, triển khai hệ thống đào tạo, nghiên cứu khoa học trực tuyến.

Theo kết quả các nghiên cứu về chuyển đổi số thì việc chuyển đổi số của các cơ sở giáo dục đại học hay của tổ chức nói chung đều có 6 đặc điểm sau: có chiến lược chuyển đổi số phù hợp; có quy trình thích ứng kịp thời với các mô hình nghiệp vụ hiện đại; tự động hóa quy trình nghiệp vụ bằng ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông; tất cả quy trình nghiệp vụ được hỗ trợ bởi công nghệ thông tin và truyền thông; nghiên cứu và phân tích chi tiết việc ra quyết định của khách hàng trong thời đại số; việc đưa ra mục tiêu, chiến lược dựa trên kết quả phân tích dữ liệu [1].

Theo các tác giả John W. Branch, A. A. Bilyalova, L. Seres thì “chuyển đổi số trong giáo dục đại học là định nghĩa lại dịch vụ đại học và xây dựng lại quy trình, nội dung hoạt động của cơ sở giáo dục dựa trên nền tảng công nghệ số” [1]. Để thực hiện chuyển đổi số trong các cơ sở giáo dục đại học thì cần thực hiện 3 bước như sau:

- Bước 1: chuyển đổi và sử dụng dịch vụ số. Cơ sở giáo dục đại học cần xây dựng lộ trình, lựa chọn dịch vụ quan trọng cần phải chuyển đổi số trước để làm tiền đề thúc đẩy sự chuyển đổi quy trình, hoạt động của cơ sở giáo dục. Sử dụng cơ sở hạ tầng đang có hoặc đầu tư thêm cơ sở hạ tầng để cung cấp dịch vụ số cơ bản cho các bên liên quan;

- Bước 2: chuyển đổi quy trình, hoạt động. Cơ sở giáo dục đại học xây dựng lại quy trình, nội dung hoạt động dựa trên các dịch vụ số. Hơn nữa, cần phải bổ sung các nội dung dịch vụ số vào các quy định quản lý của cơ sở giáo dục đại học;

- Bước 3: vận hành hệ thống. Kết nối dịch vụ số với quy trình, nội dung hoạt động số để vận hành cơ sở giáo dục đại học.

Theo [13] thì dịch vụ số của cơ sở giáo dục đại học bao gồm 5 nhóm như sau:

- Hành chính - Quản trị: các dịch vụ số về hành chính và quản trị phục vụ viên chức và sinh viên;

- Giao tiếp: các dịch vụ phục vụ giao tiếp dạng số giữa viên chức trong trường học, giữa giảng viên với sinh viên và các bên liên quan;

- Học liệu số: các dịch vụ cung cấp học liệu số cho giảng viên và sinh viên, bao gồm cả thư viện số;

- Giảng dạy và học tập: các dịch vụ phục vụ giảng dạy và học tập bằng công nghệ số;

- Kiểm tra và thi: các dịch vụ liên quan đến ôn tập, kiểm tra và thi bằng công nghệ số.

2.2. Tính tất yếu của chuyển đổi số trong giáo dục đại học

Trong giai đoạn hiện nay, chuyển đổi số là cần thiết và giữ vị trí, vai trò quan trọng đối với giáo dục đại học bởi những lý do cơ bản sau:

Thứ nhất, tính tất yếu khách quan trong sự vận động và phát triển của giáo dục đại học:

Dưới sự tác động và ảnh hưởng mạnh của cách mạng công nghiệp 4.0 như hiện nay, chuyển đổi số đang trở thành chiến lược tại các trường đại học. Nhiều cơ sở giáo dục đại học đã bắt đầu chuyển đổi số với các bước khác nhau từ tìm hiểu, nghiên cứu, cho tới bắt đầu triển khai, thực hiện. Ban giám hiệu các trường đại học đã nhận thức và xem chuyển đổi số là vấn đề sống còn, xác nhận hiệu quả trên nhiều khía cạnh như thấu hiểu người học, tăng năng suất lao động, đổi mới phương pháp dạy học... Các trường phát triển hệ sinh thái giáo dục đa dạng - trọng tâm là giáo dục đại học và Trung tâm Đổi mới sáng tạo, kết nối các thành tố trường đại học, doanh nghiệp và các chuyên gia hàng đầu; phát triển thư viện thông minh - hình thức thư viện chuyển đổi số, được đầu tư hạ tầng hiện đại và tự động trong tất cả các khâu giúp người dùng có thể dễ dàng tìm sách, mượn sách, đặt phòng học... chỉ với chiếc điện thoại thông minh; tổ chức các khóa học trực tuyến hoàn toàn trong môi trường mạng internet - xây dựng trên nền tảng dạy học số theo mô hình Blended Learning... [22].

Thứ hai, tính thích ứng trước sự thay đổi, biến đổi của môi trường:

Để ứng phó dịch Covid-19, nhiều trường đại học đã triển khai dạy, học trực tuyến. Đây cũng là cơ hội và cũng là thách thức cho cho hệ thống giáo dục nói chung trong đó có giáo dục đại học nói riêng trong việc dạy và học trực tuyến. Từ thế bị động, ngỡ ngàng những giai đoạn ban đầu, đến nay các cơ sở giáo dục đại học đã tiếp cận được dạy và học trực tuyến; đã bước đầu giải quyết thành công những khó khăn trong tình huống không tập trung được.

Luật giáo dục đại học sửa đổi và bổ sung (có hiệu lực từ tháng 7/2019) và Nghị định 99 có điều khoản cụ thể khuyến khích giảng dạy trực tuyến trong hệ thống giáo dục đại học Việt Nam, với tinh thần áp dụng các công nghệ giáo dục xuyên biên giới, nhằm nâng cao năng lực tiếp cận của người học ở tất cả các vùng miền trong quá trình tiếp thu tri thức. Tháng 3/2020, Công văn số 795/BGDĐT-GDĐH do Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành nhằm chi tiết hóa và hướng dẫn việc triển khai về dạy và học trực tuyến cho cả hệ thống giáo dục theo hướng ứng dụng công nghệ thông tin, nhưng vẫn phải đảm bảo chuẩn chất lượng cơ bản trong quá trình đào tạo [19]. Đến gần cuối tháng 3/2020, Công văn số 988/BGDĐT-GDĐH do Bộ Giáo dục và Đào tạo được ban hành nhằm khẳng định hệ thống giáo dục sẽ tiến hành đánh giá học phần dạy trực tuyến theo hình thức thi học phần trực tuyến với các quy trình đảm bảo chất lượng hệ thống. Ủng hộ sáng kiến của Bộ Giáo dục và Đào tạo, vào ngày 26/3 các nhà mạng lớn ở Việt Nam, bao gồm Viettel, VNPT, MobiFone, và Vietnamobile cam kết hỗ trợ ngành giáo dục trong việc ngăn chặn và kiểm soát Covid-19 bằng cách miễn phí lưu lượng data điện thoại cho học sinh, sinh viên, giáo viên và phụ huynh khi sử dụng các giải pháp đào tạo trực tuyến do Bộ Giáo dục và Đào tạo công bố. Đây cũng được coi là những nỗ lực và hành động cụ

thể nhằm tăng tốc quá trình số hóa ở Việt Nam, trong đó có nội dung liên quan đến giáo dục đại học.

Thứ ba, góp phần thay đổi diện mạo giáo dục đại học:

Với những gì đang diễn ra, giai đoạn sắp tới, chuyển đổi số sẽ là khâu đột phá, là nhiệm vụ quan trọng cần tập trung nguồn lực triển khai thực hiện để nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực trước những yêu cầu mới, những thách thức mới trong xu thế hội nhập quốc tế. Trong chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Thủ tướng Chính phủ đề ra đối với Giáo dục và Đào tạo là phát triển nền tảng hỗ trợ dạy và học từ xa, ứng dụng triệt để công nghệ số trong công tác quản lý, giảng dạy và học tập; số hóa tài liệu, giáo trình; xây dựng nền tảng chia sẻ tài nguyên giảng dạy và học tập theo cả hình thức trực tiếp và trực tuyến [22]. Phát triển công nghệ phục vụ giáo dục, hướng tới đào tạo cá thể hóa. Thích ứng với những thay đổi, ngành giáo dục đưa vào sử dụng cơ sở dữ liệu toàn quốc về giáo dục với 53.000 trường học, 710 phòng Giáo dục và Đào tạo, gần 24 triệu học sinh và hơn 1.4 triệu giáo viên được gắn mã định danh. Thông tin của 393 trường đại học, cao đẳng với 2,5 triệu sinh viên, 120.000 giảng viên cũng được cập nhật trên hệ thống cơ sở dữ liệu ngành [14]. Việc phát triển học liệu số cũng được Bộ Giáo dục và Đào tạo chú trọng triển khai, đến nay đã có 5.000 bài giảng elearning; 2.000 bài giảng dạy trên truyền hình, 200 đầu sách giáo khoa phổ thông, 200 thí nghiệm ảo và hơn 35.000 câu hỏi trắc nghiệm [15]. Có thể nói rằng, khi thực hiện chuyển đổi số, toàn bộ cách giáo dục, đào tạo được tổ chức, thực hiện và quản lý thay đổi. Trải nghiệm giáo dục khác sẽ khiến cho một số năng lực, kỹ năng đầu ra của người học không còn, nhưng đồng thời một số năng lực, kỹ năng mới sẽ hình thành. Trọng tâm của chuyển đổi số là trải nghiệm của người học sẽ hoàn toàn thay đổi đòi hỏi tư duy quản lý giáo dục cũng cần phải chuyển đổi, mở hơn và linh hoạt hơn để có thể hình dung và nắm bắt được những yếu tố tác động, chi phối cũng như vấn đề mới đặt ra.

Thứ tư, thích ứng với xu thế văn hóa giáo dục số trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, văn hóa ứng xử trên không gian mạng, văn hóa giáo dục số sẽ là xu hướng tất yếu khi thực hiện chuyển đổi số trong giáo dục đại học. Văn hóa giáo dục số, gồm các vấn đề về thái độ học tập, hiểu biết về đạo đức học thuật, tính tự giác, ý thức về học tập suốt đời (lifelong learning) cũng như cần được xây dựng phát triển trong người học và giảng viên trong quá trình dạy, học

Thứ năm, sự kịp thời trong nhận thức của Đảng và Nhà nước về đẩy nhanh xu thế chuyển đổi số:

Nghị quyết Đại hội lần thứ XIII của Đảng đã xác định 03 mục tiêu và 6 nhiệm vụ trọng tâm, phấn đấu đến năm 2045, đưa Việt Nam trở thành nước phát triển, với thu nhập cao. Trong số các nhiệm vụ nhấn mạnh: đẩy mạnh nghiên cứu, chuyển giao, ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ, đổi mới sáng tạo, nhất là những thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, thực hiện chuyển đổi số quốc gia, phát triển kinh tế số, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh của nền kinh tế.

Ngày 3-6-2020, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành

Quyết định số 749/QĐ TTg phê duyệt Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Đây là một văn bản quan trọng, xác định tầm nhìn, mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp cho chuyển đổi số Việt Nam. Trong xu hướng này, việc chuyển đổi số tại các trường Đại học tại Việt Nam cũng đã được thực hiện với các mức độ khác nhau. Sự phát triển nhanh chóng của Khoa học - Công nghệ và tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 càng đặt ra yêu cầu chuyển đổi số cho giáo dục và triển khai giáo dục đại học sẽ chia để đáp ứng nhu cầu phát triển nguồn nhân lực bậc cao và tiết kiệm chi phí đào tạo trong xu thế tự chủ.

Ngày 22/12/2024, Tổng Bí thư Tô Lâm đã ký ban hành Nghị quyết số 57-NQ/TW của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Trong đó khẳng định: phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia là đột phá quan trọng hàng đầu, là động lực chính để phát triển nhanh lực lượng sản xuất hiện đại, hoàn thiện quan hệ sản xuất, đổi mới phương thức quản trị quốc gia, phát triển kinh tế - xã hội, ngăn chặn nguy cơ tụt hậu, đưa đất nước phát triển bứt phá, giàu mạnh trong kỷ nguyên mới. Tăng cường đầu tư, đổi mới, nâng cao chất lượng giáo dục và đào tạo, bảo đảm nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Xây dựng nền tảng giáo dục, đào tạo trực tuyến, mô hình giáo dục đại học số, nâng cao năng lực số trong xã hội.

Như vậy, chuyển đổi số trong giáo dục là một quá trình xảy ra mà sự thay đổi không nằm ở đối tượng tham gia vào quá trình giáo dục hay các bên liên quan mà nằm ở phương thức thực hiện giáo dục. Sự thay đổi về phương thức tất yếu dẫn tới những thay đổi về phương pháp, cách thức, kỹ thuật thực hiện giảng dạy, đào tạo.

2.3. Những thay đổi cần bản khi chuyển đổi số trong giáo dục đại học

Sự thay đổi trong giảng dạy đại học khi chuyển đổi số so với quá trình giảng dạy truyền thống có thể được hiểu như sau:

Một là, về mục tiêu dạy học: trong chuyển đổi số, mục tiêu dạy học được bổ sung thêm và được thay đổi cách thức đạt đến một số mục tiêu một cách hiệu quả hơn. Ngoài những mục tiêu dạy học đã được đặt ra (hệ thống phẩm chất và năng lực) thì một số năng lực, kỹ năng số được bổ sung. Chuyển đổi số cũng giúp chúng ta thực hiện một số mục tiêu giáo dục, mà trước đây, có những thời điểm rất khó có thể thực hiện. Ví dụ như, chúng ta tiệm cận gần hơn với vấn đề giáo dục công dân toàn cầu; vấn đề phân hóa dạy học đến cấp độ cá nhân, dạy học và phát triển năng lực sát với trình độ từng người học. Trong quá trình dạy học đại học, trong đào tạo nghề, công nghệ thực tế ảo VR và thực tế ảo tăng cường AR sẽ làm thay đổi các giờ thực hành, giờ thí nghiệm... Mục tiêu học tập cũng sẽ có sự điều chỉnh. Đó là học phương pháp, cách thức làm việc, học cách tư duy và sáng tạo, học cách thích ứng và cách ứng xử trong xã hội. Như vậy, nhiệm vụ dạy học cũng cần được thiết kế lại cho phù hợp với việc ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong nhà trường.

Hai là, về nội dung dạy học: việc chuyển đổi số làm cho nội dung dạy học phong phú hơn nhiều. Ngoài việc cần bổ sung kiến thức, kỹ năng công nghệ thông tin cho người học, nội dung dạy học được mở rộng hơn rất nhiều. Nó không chỉ là kiến thức, kinh nghiệm, cách thức hành động cần truyền đạt cho người học mà giáo viên còn có thể sử dụng nội dung từ các đồng nghiệp trong cả nước và nước ngoài; các bài giảng, kinh nghiệm, sáng kiến giảng dạy được số hóa và chia sẻ trong cộng đồng giáo viên. Tất cả kho dữ liệu này, sau khi được số hóa, người thầy sẽ có các nội dung để tham khảo, có các nguồn tư liệu để học sinh tự học. Như vậy việc dạy học trên lớp, thầy có thể tập trung vào mục tiêu hình thành phương pháp tư duy, phương pháp làm việc hơn là chỉ tập trung cung cấp kiến thức. Trong chuyển đổi số, thầy trò có thể khai thác kho dữ liệu, các thí nghiệm ảo, các video... cho việc học tập. Điều này đòi hỏi giáo viên có trình độ chuyên môn rộng và sâu mới có thể chỉ dẫn được việc học cho người học.

Ba là, về phương pháp dạy học: khi chuyển đổi số trong dạy học, bản chất của phương pháp dạy học không đổi, nhưng cách thức thực hiện, không gian triển khai được mở rộng hơn. Ví dụ như phương pháp thực hành, hình thành kỹ năng cho người học, trước kia chỉ có hai cách: thầy làm trực tiếp cho người học làm theo; hoặc yêu cầu người học đọc tài liệu và làm theo. Về tỉ trọng sử dụng các nhóm phương pháp cũng sẽ phải thay đổi. Việc dạy học trong môi trường số hóa, có thể có những phương pháp dạy học mới. Tuy nhiên, tất cả những vấn đề trên, cần có những nghiên cứu chuyên sâu để có được câu trả lời rõ ràng.

Bốn là, về kỹ thuật và công nghệ dạy học, đây là yếu tố thay đổi nhiều nhất và cũng tác động đến các yếu tố khác của quá trình dạy học. Với sự tham gia sâu và toàn diện vào quá trình dạy học, công nghệ thông tin sẽ thay đổi toàn bộ công nghệ dạy học và kỹ thuật dạy học.

Về hình thức tổ chức dạy học, không gian và thời gian tổ chức dạy học được mở rộng hơn, và có vẻ như không có giới hạn. Giờ học lý thuyết, thực hành... có thể diễn ra ở bất kỳ đâu.

Trong tổ chức dạy học, quan hệ giữa thầy và trò, các bạn học sẽ chuyển từ tương tác trực tiếp là chính sang tương tác gián tiếp. Thầy trò có thể học trực tuyến hoặc các em có thể học tùy theo tốc độ của chính mình. Như vậy lao động sư phạm của thầy sẽ thay đổi và cách thức học tập của trò cũng thay đổi. Thầy vẫn là người tổ chức, dẫn dắt nhưng người thầy phải mất nhiều thời gian nghiên cứu, chuẩn bị hơn vì nội dung dạy học được mở rộng, môi trường dạy học mở rộng. Nếu phân hóa được dạy học đến cấp độ cá nhân, lao động của thầy cô giáo cần đầu tư nhiều hơn. Về người học, việc học cũng trở nên không có giới hạn và phụ thuộc vào chính sự độc lập và khả năng của các em. Tri thức không còn là cái đích số một nữa, và cũng không phải mục tiêu số một của nhà trường. Khi cần biết vấn đề gì, các em có thể tra cứu.

Năm là, về kiểm tra đánh giá kết quả học tập khi chuyển đổi số, phương pháp và hình thức kiểm tra, đánh giá cũng phong phú hơn, được mở rộng phạm vi không gian và thời gian. Việc tự kiểm tra, tự đánh giá, với sự trợ giúp của công nghệ thông tin, trở nên dễ dàng. Các phần mềm kiểm tra,

đánh giá khá phong phú, có thể hỗ trợ cho thầy cô giáo trong các công đoạn dạy học, giảm bớt áp lực về thời gian và công sức lao động của giáo viên.

Từ những phân tích trên, có thể thấy chuyển đổi số trong dạy học không làm thay đổi bản chất dạy học nhưng làm thay đổi rất nhiều cách thức dạy học, cách thức tương tác và kiểm soát trong dạy học, thay đổi môi trường dạy học, thay đổi thời gian và không gian dạy học.

2.4. Thực tế chuyển đổi số tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Tại Việt Nam, nhiều cơ sở giáo dục và các trường học đã áp dụng giảng dạy trực tuyến trong suốt thời gian diễn ra dịch Covid-19 và Trường đại học Công nghiệp Hà Nội (HaUI) cũng không ngoại lệ. Qua quá trình giảng dạy thực tế nhóm tác giả trình bày một số vấn đề như sau:

- Đối chiếu quy trình 3 bước để thực hiện chuyển đổi số trong cơ sở giáo dục đại học, HaUI đang đi đúng lộ trình chuyển đổi số cơ sở giáo dục đại học theo khuyến cáo của các nhà nghiên cứu về chuyển đổi số trong cơ sở giáo dục đại học như sau:

Bước 1: Chuyển đổi và sử dụng dịch vụ số

Hiện nay HaUI đã trang bị đầy đủ hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông, thực hiện chuyển đổi và sử dụng dịch vụ số như: Trang tin điện tử (<https://haui.edu.vn/>); Hệ thống quản lý hành chính điện tử (<https://egov.haui.edu.vn/>); Cổng dịch vụ OneHaui cho giảng viên và sinh viên (<https://gv.haui.edu.vn/> hoặc <https://sv.haui.edu.vn/>), hệ thống giảng dạy kết hợp, đào tạo từ xa, trung tâm khảo thí, trung tâm quản lý chất lượng, các Fanpage của Trường, đơn vị thuộc Trường...

Bước 2: Chuyển đổi quy trình, hoạt động:

Đã xây dựng quy trình, nội dung hoạt động dựa trên các dịch vụ số ở bước 1, củng cố việc thực hiện bước 2.

Bước 3: Vận hành hệ thống:

Đã vận hành ổn định các quy định và dịch vụ số liên quan đến trang tin điện tử, thư điện tử, hệ thống thông tin tích hợp, hệ thống phần mềm tổ chức thi của trung tâm khảo thí, trung tâm đảm bảo chất lượng, các Fanpage. Thành công bước đầu trong vận hành thư viện số và hệ thống dạy học kết hợp, dạy học trực tuyến, đào tạo từ xa.

- Đối chiếu dịch vụ số của HaUI với 5 nhóm dịch vụ số trong giáo dục đại học như sau:

Nhóm 1: Hành chính - Quản trị:

Đã có dịch vụ số về hành chính và quản trị phục vụ viên chức và sinh viên bao gồm: Trang tin điện tử cung cấp thông tin, quy trình và biểu mẫu hành chính (<https://haui.edu.vn/>); Hệ thống quản lý hành chính điện tử (<https://egov.haui.edu.vn/>); Cổng dịch vụ OneHaui cho giáo viên, sinh viên (<https://gv.haui.edu.vn/> hoặc <https://sv.haui.edu.vn/>), hành chính một cửa (<https://gv.haui.edu.vn/onegate/listonegate>), quản lý nhân sự (<https://gv.haui.edu.vn/quantriguonnhannhuc/list>),... Các hoạt động tổ chức, quản lý quá trình đào tạo như kế hoạch giảng dạy của giảng viên, điểm danh sinh viên, quản lý điểm, đối lịch, dạy thay, dạy bù... được thực hiện trên trang <https://gv.haui.edu.vn>. Với phần mềm này, đội ngũ

cán bộ quản lý và giảng viên có thể dễ dàng nắm bắt được các thông tin liên quan đến công tác giảng dạy cũng như các hoạt động đào tạo trong nhà trường.

Nhóm 2: Giao tiếp:

Viên chức, giảng viên, sinh viên đã sử dụng các dịch vụ số để giao tiếp bên trong và bên ngoài trường gồm: Hệ thống thư điện tử (@haui.edu.vn); Điện thoại, fax; trang web hợp tác doanh nghiệp của trung tâm hợp tác doanh nghiệp và các trang Fanpage của các Trường, Khoa, Trung tâm, cổ vấn học tập, ...

Nhóm 3: Học liệu số:

Hệ thống thư viện của nhà trường cũng đang từng bước được số hóa, các giáo trình, bài giảng, các tài liệu liên quan cũng được cập nhật trên hệ thống thư viện số của nhà trường (<https://lic.haui.edu.vn/vn>). Thư viện online của nhà trường đã có sự liên kết với các thư viện số trong cả nước và một số thư viện của khu vực. Nhà trường đang trong giai đoạn triển khai xây dựng thư viện thông minh, làm cơ sở upload các tài liệu học tập để người học có thể tiếp cận qua các nền tảng trực tuyến. Hệ thống Internet của nhà trường cũng đã từng bước được cải thiện, ngoài hệ thống Internet có dây thì hệ thống wifi hiện nay đã được phủ sóng tất cả các khu giảng đường, thư viện phục vụ cho giảng viên và sinh viên.

Nhóm 4: Giảng dạy và học tập:

Có quy định về việc sử dụng hệ thống thông tin tích hợp, dạy học trực tuyến, kiểm tra - đánh giá trực tuyến. Trước đó, giảng viên soạn nội dung bài giảng dưới dạng slides, video clips. Nhà trường đã tổ chức đào tạo kết hợp hầu hết các học phần. Năm 2020, đào tạo trực tuyến 90% các môn học để ứng phó với đại dịch Covid-19; hoàn thiện phần mềm đào tạo trực tuyến tại địa chỉ: <https://qlht.haui.edu.vn/> nhằm khuyến khích tinh thần tích cực sáng tạo của đội ngũ giảng viên. Tất cả giảng viên, sinh viên và hầu hết viên chức sử dụng thông tin tích hợp (<https://gv.haui.edu.vn/>). Tất cả giảng viên, sinh viên sử dụng hệ thống học kết hợp, dạy học trực tuyến (<https://qlht.haui.edu.vn/>; <https://sv.haui.edu.vn/>).

Nhóm 5: Ôn tập, kiểm tra, đánh giá kết quả học tập:

Nhà trường đã xây dựng bộ câu hỏi trắc nghiệm các môn lý thuyết và đã tổ chức thi trực tuyến. Hình thức này đã giảm thiểu được các công việc thủ công cho giáo viên như làm đề, đáp án, chấm thi, vào điểm... Tất cả những công việc này được thực hiện trên hệ thống. Đến nay, 50% đề thi các môn lý thuyết đều được số hóa.

- Về cơ sở học liệu và hạ tầng công nghệ thông tin phục vụ công tác giảng dạy:

+ Đối với hệ thống phần mềm: Ngay khi có kế hoạch triển khai thực hiện công tác giảng dạy trực tuyến, nhà trường đã triển khai hệ thống qlcl.haui.edu.vn (nay là qlht.haui.edu.vn) tới giáo viên và sinh viên, tổ chức tập huấn kỹ năng sử dụng phần mềm cho toàn bộ giảng viên và các chuyên viên quản lý giáo dục của nhà trường, thông tin và gửi hướng dẫn sử dụng phần mềm cũng như tài khoản sử dụng cho tất cả các đối tượng là sinh viên hiện đang tham gia học tập tại Trường nhằm đảm bảo cho việc dạy và học được tiếp tục diễn ra trong bối cảnh dịch bệnh.

Qua quá trình triển khai và thực hiện theo đánh giá của giảng viên và sinh viên, phần mềm hỗ trợ giảng dạy trực tuyến về cơ bản dễ sử dụng, tiện ích, 100% giảng viên và sinh viên đều có thể tham gia ngay buổi học đầu tiên.

+ Đối với hạ tầng viễn thông: nhà trường đã trang bị đường truyền Internet đến từng giảng đường hoặc đến từng khu vực xung quanh giảng đường để phục vụ cho việc triển khai giảng dạy trực tuyến, tuy nhiên có những vị trí giảng đường mạng wifi kém dẫn đến một số hạn chế nhất định như: buổi học đôi khi bị gián đoạn do mạng 4G không đảm bảo tốc độ truy cập truyền phát, hoặc có những vị trí giảng đường không thể có được sóng 4G điều này ảnh hưởng không nhỏ tới quá trình giảng dạy và chất lượng bài giảng của giáo viên.

Như vậy, xu thế chuyển đổi số đã được triển khai gần như toàn bộ các hoạt động tại HaUI, đã đáp ứng cơ bản yêu cầu về dịch vụ số theo định nghĩa về chuyển đổi số trong giáo dục đại học. Điều này thể hiện được sự nhạy bén trong nhận thức của Ban Giám hiệu, đội ngũ cán bộ quản lý và giảng viên toàn trường trong việc tiếp cận và hưởng ứng xu thế chuyển đổi số. Với xu thế đó, trong những năm qua, nhà trường đã giảm tải được rất nhiều các công việc sổ sách giấy tờ thủ công, thay vào đó tất cả những công việc này đang dần dần được số hóa.

2.5. Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong quản trị và đào tạo tại HaUI

Với định hướng trở thành đại học thông minh, HaUI đã triển khai mạnh mẽ các ứng dụng AI trong nhiều lĩnh vực, thể hiện vai trò tiên phong trong hệ thống giáo dục đại học Việt Nam.

- Ứng dụng AI trong công tác quản trị và điều hành: việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong quản trị giúp HaUI hiện đại hóa bộ máy hành chính, nâng cao hiệu quả quản lý và đưa ra các quyết định dựa trên dữ liệu. Một số hệ thống đã được triển khai bao gồm:

Hệ thống quản trị đại học thông minh: nhà trường xây dựng nền tảng quản lý tập trung sử dụng AI để phân tích dữ liệu hành vi của sinh viên, dự báo nhu cầu đào tạo, đánh giá hiệu suất giảng dạy và quản lý tài nguyên giáo dục. Nhà trường đã đầu tư xây dựng hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại, bao gồm đường mạng trục nội bộ 10 Gb, 27 máy chủ, 3 server lưu trữ, hơn 2.000 máy tính phục vụ đào tạo, nghiên cứu, hơn 20.000 thiết bị đầu cuối hoạt động hàng ngày; hơn 1.200 camera giám sát cùng tủ đĩa lưu trữ dữ liệu; 110 switch, hơn 200 điểm phát wifi,... phục vụ cho các hoạt động quản lý và đào tạo.

Tự động hóa hành chính: các phần mềm ứng dụng AI hỗ trợ xử lý văn bản, phân loại hồ sơ, trả lời câu hỏi thường gặp và giám sát tiến độ xử lý công việc, từ đó giảm thiểu thủ tục hành chính và nâng cao tính minh bạch.

Giám sát cơ sở vật chất và an ninh: hệ thống camera thông minh kết hợp AI phục vụ quản lý cơ sở vật chất, nhận diện bất thường và hỗ trợ đảm bảo an ninh trong khuôn viên nhà trường.

Hệ thống hỗ trợ ra quyết định tài chính: AI được tích hợp trong các phần mềm quản trị và hệ thống quản lý tài chính đã giúp nhà trường nâng cao hiệu quả quản lý, tiết

kiệm thời gian và chi phí đáng kể. Các quy trình như lập kế hoạch tài chính, kiểm soát chi phí và báo cáo tài chính được tự động hóa, giảm thiểu sai sót và tăng tính minh bạch [7].

Những ứng dụng này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả quản lý mà còn góp phần hình thành nền tảng dữ liệu lớn phục vụ cho các hoạt động khác như đào tạo và nghiên cứu.

- Ứng dụng AI trong đào tạo và phát triển năng lực người học: AI đóng vai trò quan trọng trong đổi mới phương pháp giảng dạy và cá nhân hóa quá trình học tập, cụ thể như: cá nhân hóa học tập thông qua hệ thống học tập số sử dụng AI để theo dõi tiến độ học tập, phân tích hành vi và đưa ra gợi ý về tài liệu học phù hợp, giúp người học phát triển theo lộ trình cá nhân hóa; đào tạo chuyên sâu về AI như công nghệ thông tin, khoa học dữ liệu, và đặc biệt là ngành Robot và Trí tuệ nhân tạo, trang bị cho sinh viên kiến thức từ cơ bản đến nâng cao về học máy, học sâu và xử lý ngôn ngữ tự nhiên; Trong ngành Du lịch và một số ngành dịch vụ, công nghệ VR kết hợp với AI được tích hợp để mô phỏng tình huống, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ và khả năng xử lý tình huống thực tế (FME, 2022); Sinh viên phát triển hệ thống AI phát hiện gian lận thi cử sử dụng nhận diện khuôn mặt và phân tích hành vi, góp phần nâng cao tính công bằng và nghiêm túc trong đánh giá kết quả học tập (MOIT, 2023).

- Ứng dụng AI trong nghiên cứu khoa học và đổi mới sáng tạo: HaUI chú trọng phát triển nghiên cứu liên ngành và ứng dụng AI trong các dự án mang tính thực tiễn cao như: Trung tâm nghiên cứu nhà máy thông minh (thành lập từ năm 2022) tích hợp các công nghệ IoT, dữ liệu lớn và AI để mô phỏng quá trình sản xuất, thử nghiệm hệ thống quản lý thông minh trong công nghiệp; thiết lập các nhóm nghiên cứu với các đại học nước ngoài như Đại học Minh Chí (Đài Loan), Đại học Quảng Tây (Trung Quốc), nhằm chia sẻ kinh nghiệm và phát triển ứng dụng AI trong công nghiệp và giáo dục; Nhà trường thường xuyên tổ chức các hội thảo học thuật như “AI4Industry”, “AI trong nghiên cứu khoa học sinh viên”, kết nối nhà trường với doanh nghiệp và thúc đẩy thương mại hóa kết quả nghiên cứu. Những hoạt động này góp phần đưa HaUI trở thành trung tâm nghiên cứu ứng dụng AI trong khối các trường kỹ thuật công lập tại Việt Nam.

Để phát huy hơn nữa vai trò của trí tuệ nhân tạo trong bối cảnh giáo dục đại học đổi mới, HaUI xác định một số định hướng chiến lược như: Mở rộng quy mô đào tạo các chuyên ngành liên quan đến AI, dữ liệu lớn và tự động hóa; Tiếp tục đầu tư hạ tầng số, xây dựng hệ sinh thái học tập - nghiên cứu - đổi mới sáng tạo trên nền tảng AI; Phát triển mô hình hợp tác ba bên “Nhà trường - Nhà nghiên cứu - Doanh nghiệp” nhằm gắn kết đào tạo với nhu cầu thực tiễn của thị trường lao động.

Việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo tại HaUI không chỉ thể hiện tư duy quản trị tiên tiến mà còn phản ánh quyết tâm chuyển mình mạnh mẽ để đáp ứng yêu cầu mới của giáo dục đại học trong kỷ nguyên số. Với định hướng chiến lược, sự đầu tư bài bản và nền tảng nhân lực chất lượng cao, HaUI đang từng bước khẳng định vai trò tiên phong trong xây dựng mô hình đại học thông minh, hội nhập và phát triển bền vững.

2.6. Một số khuyến nghị chung nhằm thúc đẩy chuyển đổi số trong giáo dục đào tạo

Để thúc đẩy chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo, không bỏ lỡ cơ hội mà cuộc cách mạng Công nghiệp lần thứ 4 mang lại cho ngành giáo dục đào tạo, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy chuyển đổi số trong giáo dục như sau:

Thứ nhất, tiếp tục nâng cao nhận thức, tầm quan trọng của chuyển đổi số trong giáo dục đại học để thích ứng với tính tất yếu khách quan của cách mạng công nghiệp 4.0. Vấn đề này cần thông suốt về tư tưởng và quyết tâm hợp lực thực hiện chuyển đổi số trong toàn ngành giáo dục, đến từng địa phương, nhà trường, giảng viên, cán bộ quản lý; người học và tính thống nhất trong quá trình triển khai của các cơ sở giáo dục đại học. Các cơ sở giáo dục đại học cần thẳng thắn nhìn nhận chuyển đổi số là xu thế tất yếu của ngành, diễn ra với tốc độ rất nhanh, do đó cần có sự chuẩn bị, đầu tư xứng tầm, tạo sức mạnh cộng hưởng và quyết tâm cao;

Thứ hai, đảm bảo nền tảng hạ tầng công nghệ thông tin, cơ sở vật chất trong quá trình chuyển đổi số. Việc trang bị cần phải đồng bộ trong các cơ sở giáo dục đại học, đảm bảo việc quản lý, dạy - học có thể được thực hiện một cách bình đẳng giữa các nhà trường, địa phương, đảm bảo môi trường mạng thông suốt, ổn định, an toàn thông tin. Thực hiện việc này cần huy động được các nguồn lực xã hội chung tay hỗ trợ trang thiết bị đầu cuối và tham gia cung cấp các hệ thống, giải pháp đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số trong giáo dục đại học nói riêng và ngành giáo dục đào tạo nói chung;

Thứ ba, nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực (cán bộ quản lý, giảng viên, sinh viên, học viên) có kiến thức, kỹ năng đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số. Trước hết là kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin, kỹ năng an toàn thông tin, kỹ năng khai thác, sử dụng hiệu quả các ứng dụng phục vụ công việc dạy - học.

Việc đầu tư cho nền tảng số phải luôn đi kèm với đào tạo và phát triển giáo viên ở cả ba mặt kiến thức, kỹ năng và thái độ. Giáo viên cần phải nắm vững và sử dụng thành thạo các phần mềm giảng dạy, điều này hỗ trợ rất lớn trong việc truyền tải kiến thức tới người học, và đảm bảo việc giảng dạy diễn ra suôn sẻ, trôi chảy. Ngoài ra, giáo viên cũng cần tiếp tục đổi mới cách dạy để duy trì sự chú tâm của học sinh vào các nhiệm vụ và hoạt động học tập cũng như quản lý được quá trình học tập của người học.

Các cơ sở giáo dục cũng cần chú trọng tới việc nâng cao nhận thức, kỹ năng số trong công cuộc chuyển đổi số cho người học; trang bị cho người học kiến thức, kỹ năng và thái độ cần thiết để thích ứng với sự chuyển đổi số trong cuộc sống và công việc; kiến thức về an toàn, an ninh mạng, để có thể phải đối diện với một số rủi ro về an ninh thông tin cùng những nguy cơ tiềm ẩn từ Internet và mạng xã hội;

Thứ tư, thúc đẩy số hóa dữ liệu, phát triển học liệu mở. Muốn thực hiện hoạt động quản lý và giảng dạy trực tuyến cũng như phục vụ chuyển đổi số, các tài liệu học tập, dữ liệu quản lý cần phải được số hóa. Vì vậy, các trường cần có sự đầu tư về nhân lực (gồm cả nhân lực quản lý và nhân lực triển khai) cũng như tài chính để xây dựng kho học liệu

số đầy đủ, đạt chất lượng, đáp ứng yêu cầu học tập, nghiên cứu, tham khảo của học sinh, sinh viên ở các cấp học, ngành học, môn học.

Ngoài ra, cần có hệ thống học liệu mở, giúp mở rộng cơ hội tiếp cận tri thức, bởi có kho học liệu mở thì dù ở đâu, thời gian nào, có bị cách ly xã hội như hiện nay hay không, việc học tập sẽ không bị gián đoạn. Do đó, các cơ sở giáo dục cần sẵn sàng trao đổi chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn, tài nguyên, cùng hợp tác xây dựng và phát triển kho học liệu điện tử và học liệu, tăng cường hợp tác quốc tế trong lĩnh vực đào tạo trực tuyến;

Thứ năm, hoàn thiện cơ chế, chính sách, hành lang pháp lý để thuận lợi cho chuyển đổi số trong giáo dục đại học. Đó là các chính sách liên quan đến học liệu như sở hữu trí tuệ, bản quyền tác giả; liên quan đến chất lượng việc dạy học trên môi trường mạng như an toàn thông tin mạng; liên quan đến chính trị, tư tưởng, đạo đức người dạy, người học như bảo vệ thông tin cá nhân, an ninh thông tin trên môi trường mạng và các quy định liên quan đến điều kiện tổ chức dạy - học trên mạng, kiểm định chất lượng, tính pháp lý và công nhận kết quả khi dạy - học trực tuyến.

Một trong những việc cần làm đầu tiên là trong thời gian tới Bộ Giáo dục và Đào tạo nỗ lực hoàn thiện hành lang pháp lý, rà soát, điều chỉnh các quy định, có các hỗ trợ cho các trường đại học với cơ chế tài chính và các khung hướng dẫn chung cho quá trình chuyển đổi số như xây dựng cơ sở hạ tầng để tăng khả năng tương tác và sự linh hoạt cho người học trong môi trường học tập thực - ảo, số hoá học liệu, phát triển thư viện số, xây dựng lại khung năng lực giáo viên - giảng viên - cán bộ quản lý phù hợp tạo điều kiện cho việc chuyển đổi số.

Tiếp tục ban hành và hoàn thiện những văn bản để hoàn thiện hành lang pháp lý cho đào tạo trực tuyến như: xây dựng đề án phát triển đào tạo từ xa cho giai đoạn tiếp theo; xem xét đưa phương thức đào tạo trực tuyến vào quy chế đào tạo đại học. Song song với đó ban hành quy chế bảo đảm chất lượng các chương trình đào tạo từ xa, đào tạo trực tuyến như quy định chương trình học, thời lượng học, kiểm tra đánh giá trực tuyến, kiểm định chất lượng, công nhận kết quả học trực tuyến (khác với học truyền thống); quy định điều kiện tổ chức lớp học, trường học trên môi trường mạng (kể cả ngắn hạn và dài hạn).

Việc thu thập, chia sẻ, khai thác dữ liệu quản lý giáo dục và học liệu số cần có hành lang pháp lý chung phù hợp với các quy định về bản quyền tác giả, sở hữu trí tuệ, an ninh thông tin, giao dịch điện tử và luật chia sẻ cung cấp thông tin.

3. Kết luận

Khoa học công nghệ phát triển làm thay đổi đời sống của con người, tác động tới mọi ngành nghề và lĩnh vực, giáo dục là một trong lĩnh vực được hưởng những thành quả của công nghệ. Ảnh hưởng này không chỉ đem đến những hiệu quả trong hoạt động giáo dục mà còn tăng cơ hội tiếp cận giáo dục bình đẳng cho mọi đối tượng người học. Sự bùng nổ và phát triển về công nghệ giáo dục đã và sẽ tạo ra những phương thức giáo dục phi truyền thống, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của giáo dục đại học theo các hướng cơ bản có liên quan đến: Nền tảng số cho giáo

dục (Digital education platform); Người học số (Digital learner); Người dạy số (Digital teacher/educator); Học liệu số (Digital learning resources); Môi trường học tập số (Digital learning environment)... do vậy, việc có nhận thức và thái độ đúng đắn về chủ động thích nghi và bắt kịp chuyển đổi số trong giáo dục đại học hiện nay cũng là điều tất yếu khách quan trong sự vận động và phát triển.

Trong những năm qua, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội đã có những thành tựu đáng kể trong việc chuyển đổi số và khẳng định nhà trường là một trong những cơ sở giáo dục đại học đi đầu trong công cuộc đổi mới giáo dục ở nước ta hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bilyalova, Anastasia, et al. *Digital Transformation in Education. Integrated Science in Digital Age* Springer, 2019.

[2] Bộ Chính trị, Nghị quyết 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ. 2024.

[3] Bộ Công Thương, “Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội nghiên cứu ứng dụng cho bài toán phát hiện gian lận thi cử”, MOIT, 2023, [Online] Available: <https://moit.gov.vn/tin-tuc/phat-trien-nguon-nhan-luc/truong-dai-hoc-cong-nghiep-ha-noi-nghien-cuu-ung-dung-cho-ba.html>, Truy cập ngày 6 tháng 5 năm 2025.

[4] Bộ Giáo dục và Đào tạo, *Sử dụng cơ sở dữ liệu ngành giáo dục*, Báo cáo Bộ GDĐT, 2024.

[5] Bộ Thông tin và Truyền thông, *Đề án chuyển đổi số quốc gia: Dự thảo 1.0 ngày 04/4/2019*, 2019, [Online] Available: http://mic.gov.vn/Upload_Moi/DuThaoVanBan/PL03-DU-THAO-DE-AN-CHUYEN-DOI-SO-QG%20VER-1.0.pdf, Truy cập ngày 17 tháng 4 năm 2025.

[6] Branch, John W., et al. *Digital Transformation in Higher Education Institutions: Between Myth and Reality. Radical Solutions and eLearning*, Springer, 2020.

[7] Đại biểu Nhân dân, “Trường ĐH Công nghiệp Hà Nội tự chủ toàn diện để đi đầu trong xu thế chuyển đổi số và quản trị thông minh”, Đại biểu Nhân dân, 2024, [Online] Available: <https://daibieunhandan.vn/truong-dh-cong-nghiep-ha-noi-tu-chu-toan-dien-de-di-dau-trong-xu-the-chuyen-doi-so-va-quan-tri-thong-minh-10361909.html>, Truy cập ngày 6 tháng 5 năm 2025.

[8] Dương Văn Hiếu và Nguyễn Việt Thịnh, “Chuyển đổi số giáo dục đại học từ góc độ quản trị đại học và đảm bảo chất lượng giáo dục”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Chuyển đổi số trong giáo dục đại học”, 2021 của Hiệp hội các trường Cao đẳng, Đại học Việt Nam.

[9] FISU và Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, Kỷ yếu hội thảo quốc

tế AI4Industry 2025, 2024.

[10] Hồ, Tú Bảo, “Chuyển đổi số thời Covid-19”, Tia Sáng, 2020, [Online] Available: <https://tiasang.com.vn/khoa-hoc-cong-nghie/Chuyen-doi-so-thoi-Covid19-23135>, Truy cập ngày 8 tháng 7 năm 2020.

[11] Kapur, Ravi, et al. *The Digital Transformation of Education*. . Earth Observation Open Science and Innovation, Springer, 2018.

[12] Khoa Du lịch – Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, *Ứng dụng công nghệ thực tế ảo trong giảng dạy ngành Du lịch*, 2022, [Online] Available: <https://fme.hau.edu.vn>, Truy cập ngày 6 tháng 5 năm 2025.

[13] Limani, Ylber, et al., “Digital Transformation Readiness in Higher Education Institutions (HEI): The Case of Kosovo”, IFAC PapersOnLine, vol. 52, no. 25, 2019, tr. 52–57.

[14] “Nhiều trường học đẩy mạnh chuyển đổi số”, Người Lao Động, 2021, [Online] Available: <https://nld.com.vn/giao-duc-khoa-hoc/truong-hoc-day-manh-chuyen-doi-so-20210211152228854.htm>, Truy cập ngày 13 tháng 4 năm 2021 lúc 22h30.

[15] Nguyễn, Minh T., “Chuyển đổi số trong giáo dục đại học Việt Nam”, Tạp chí Giáo dục và Khoa học, tập 21, số 3, 2020, tr. 45–60.

[16] Nguyễn, Thị Huệ, “Chuyển đổi số trong giáo dục đại học – Những thách thức”, Tạp chí Khoa học Giáo dục Việt Nam, tập 20, số 6, 2024.

[17] Nguyễn, Thị Nga, “Cơ hội và thách thức mới trong quá trình chuyển đổi số giáo dục ở Việt Nam hiện nay”, Tạp chí Quản lý Nhà nước, 19 Sept. 2023, [Online] Available: <https://www.quanlynhanuoc.vn/2023/09/19/co-hoi-va-thach-thuc-moi-trong-qua-trinh-chuyen-doi-so-giao-duc-o-viet-nam-hien-nay/>, Truy cập ngày 4 tháng 5 năm 2025.

[18] “Giáo dục tiên phong trong chuyển đổi số”, Tuổi Trẻ Online, 2021, [Online] Available: <https://tuoitre.vn/giao-duc-tien-phong-trong-chuyen-doi-so-0210103204857567.htm>, Truy cập ngày 13 tháng 4 năm 2021 lúc 23h30.

[19] Quốc hội, *Mục tiêu giáo dục đại học: Đào tạo nhân lực chất lượng cao*, Nghị quyết số 29-NQ/TW, 2019.



[20] SAS Software, “Digital Transformation”, SAS, [Online] Available: https://www.sas.com/en_us/insights/data-management/digital-transformation.html, Truy cập ngày 8 tháng 7 năm 2020.

[21] Seres, László, et al., “Digital Transformation of Higher Education: Competing on Analytics”, Proceedings of INTED2018 Conference, 5–7 Mar. 2018, Valencia, Spain.

[22] Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 749/QĐ-TTg về Phê duyệt Chương trình Chuyển đổi Số Quốc gia đến năm 2025, 2020, [Online] Available: www.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban, Truy cập ngày 17 tháng 4 năm 2025.

[23] Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, *Báo cáo tổng kết chuyển đổi số và ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong đào tạo, quản trị*, 2023.

Thông tin về tác giả

	<p>Trần Thị Bích Huệ:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Cử nhân ngành Triết học năm 2000, Thạc sĩ Triết học năm 2005, Tiến sĩ ngành Chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử năm 2015 và Cử nhân ngành Ngôn ngữ Anh năm 2015.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên chính, Khoa Lý luận chính trị - Pháp luật, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.- Lĩnh vực quan tâm: Triết học, chính trị, logic học và khoa học xã hội và nhân văn.- Điện thoại: 0868961979.
	<p>Hoàng Thị Ngân:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Là cử nhân ngành Xây dựng Đảng và Chính quyền Nhà nước năm 2006, là Thạc sĩ ngành Chính trị học năm 2012, cử nhân ngành Ngôn ngữ Anh năm 2022, hiện đang làm nghiên cứu sinh ngành Chính trị học.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên Khoa Lý luận chính trị - Pháp luật, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.- Lĩnh vực quan tâm: Chính trị, xây dựng Đảng, khoa học xã hội.- Điện thoại: 0965006776.

**Đặng Thị Hường:**

- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Là cử nhân ngành Giáo dục Chính trị năm 1999, Thạc sĩ ngành Chủ nghĩa xã hội khoa học năm 2010.
- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan); Giảng viên Khoa Lý luận chính trị - Pháp luật, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.
- Lĩnh vực quan tâm; Chính trị, Chủ nghĩa xã hội khoa học, khoa học xã hội.
- Điện thoại: 0975605596.

GIÁO DỤC ĐẠI HỌC SÁNG TẠO HƯỚNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

INNOVATIVE HIGHER EDUCATION TOWARDS SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE DIGITAL AGE

Tô Hồng Gấm, Lê Thị Anh Nguyệt*

Trường Đại học Văn Hiến

To Hong Gam, Le Thi Anh Nguyet

Van Hien University; gamth@vhu.edu.vn, nguyetlta@vhu.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): To Hong Gam (email: gamth@vhu.edu.vn)*

Tóm tắt - Trước xu thế phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghệ và những thay đổi mạnh mẽ trong các lĩnh vực, việc ứng dụng vào giáo dục cũng không nằm ngoài sự phát triển này. Thời đại kỹ nguyên số đem đến cơ hội và thách thức cho ngành giáo dục, sự phát triển của công nghệ không chỉ thay đổi cách thức giảng dạy mà còn tạo ra những thách thức mới đòi hỏi giáo dục phải linh hoạt và sáng tạo hơn để thích ứng với những xu hướng mới để hỗ trợ sinh viên trong việc tiếp cận các kiến thức một cách hiệu quả. Bên cạnh đó, giáo dục vì sự phát triển bền vững cũng là tầm nhìn mới về một nền giáo dục nói chung và giáo dục đại học nói riêng. Từ những điều này, đòi hỏi nền giáo dục cần tìm cách để cân bằng giữa phát triển giáo dục sáng tạo và đảm bảo tính bền vững trước sự phát triển của con người và sự phát triển trong kỷ nguyên số. Để thực hiện được phát triển giáo dục sáng tạo và bền vững trước bối cảnh hiện nay, các trường đại học, các nhà giáo dục và sinh viên cần nhận thức rõ về những cơ hội và thách thức của công nghệ và tính bền vững trong giáo dục đại học.

Từ khóa - Giáo dục; giáo dục đại học; sáng tạo; bền vững; kỷ nguyên số.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh công nghệ phát triển nhanh chóng, xã hội ngày nay đang bước vào cuộc cách mạng công nghiệp hướng đến xã hội 5.0 - một kỷ nguyên mới dựa trên trí tuệ nhân tạo (AI) và tự động hóa. Robot và AI có khả năng hoạt động độc lập hoặc phối hợp với con người. Tuy nhiên, sự phát triển này cũng đặt ra những mối lo ngại cho nhiều lĩnh vực, trong đó có giáo dục. Chuyển đổi số trong giáo dục đại học là quá trình ứng dụng và tích hợp các công nghệ số nhằm nâng cao chất lượng giảng dạy, học tập, nghiên cứu cũng như công tác quản lý. Những công nghệ như AI, phân tích dữ liệu lớn (Big Data), điện toán đám mây và Internet vạn vật (IoT) không chỉ góp phần đổi mới hoạt động giảng dạy và học tập mà còn tạo ra những trải nghiệm giáo dục cá nhân hóa, hấp dẫn hơn [10].

Tại Việt Nam, hệ thống giáo dục đại học đã và đang trong quá trình hoàn thiện và thích nghi với sự phát triển của khoa học công nghệ với những thay đổi trong điều kiện văn hóa xã hội rất năng động. Mối liên hệ giữa chuyển đổi số và phát triển bền vững trong giáo dục đại học một cách sáng tạo là một lĩnh vực nghiên cứu đang mở ra nhiều hiểu biết sâu sắc cùng những lợi ích thiết thực. Cho thấy, chuyển đổi số tạo ra thời đại kỹ nguyên số không chỉ là động lực

Abstract - In the context of the rapid technological revolution and drastic changes across sectors, the application in education is no exception to this development. The digital age brings opportunities and challenges to the education sector. The development of technology not only changes the way of teaching but also creates new challenges that require education to be more flexible and creative to adapt to new trends to support students in accessing knowledge effectively. In addition, education for sustainable development is also a new vision of education in general and higher education in particular. Therefore, education must find ways to balance the development of creative education and ensure sustainability in the face of human development and the development of the digital age. To realize innovative and sustainable educational development in the current context, universities, educators and students need to be clearly aware of the opportunities and challenges of technology and sustainability in higher education.

Keywords – Education; higher education; creativity; sustainability; digital age.

thúc đẩy đổi mới giáo dục mà còn là công cụ thiết yếu giúp giáo dục đại học góp phần vào sự phát triển hài hòa, sáng tạo, toàn diện và bền vững.

2. Một số kết quả đạt được và những hạn chế còn tồn tại trong giáo dục đại học Việt Nam

2.1. Kết quả đạt được

Thứ nhất là về chất lượng giảng dạy, nghiên cứu từng bước được nâng lên, mạng lưới các cơ sở giáo dục đại học được mở rộng về quy mô, số lượng, ngành học. Năm 2020, cả nước có 176 trường đại học công lập, 66 trường ngoài công lập, với trên 1,9 triệu sinh viên. Đồng thời, có sự chuyển dịch cơ cấu ngành nghề phù hợp, “tổng số ngành mở mới ở trình độ đại học là 184 ngành, tập trung chủ yếu vào các nhóm ngành Kỹ thuật, Công nghệ kỹ thuật, Máy tính và Công nghệ thông tin, Khoa học xã hội và hành vi, Kinh doanh quản lý, Pháp luật” (Đức). Chất lượng giáo dục đại học từng bước được nâng lên và tiếp cận các chuẩn mực quốc tế. Năm 2019, giáo dục đại học Việt Nam xếp thứ 68/196 quốc gia trên thế giới (tăng 12 bậc so với năm 2018). Sự thăng tiến về thứ hạng của các trường đại học đi đôi với sự tăng cường về chất lượng của đội ngũ giáo viên theo chuẩn quốc tế. Tính đến năm 2020, “tỷ lệ giáo viên có chức danh giáo sư, phó giáo sư trong toàn bộ hệ thống giáo

dục Việt Nam là 6%, tỷ lệ giáo viên có trình độ tiến sĩ là 22,7%” [14]. Công tác kiểm định và bảo đảm chất lượng giáo dục đại học được tăng cường ngày càng đi vào nề nếp. Tính đến hết năm 2020, có 149 cơ sở giáo dục đại học và 09 trường cao đẳng sư phạm đạt tiêu chuẩn kiểm định theo bộ tiêu chí kiểm định chất lượng giáo dục đại học Việt Nam (chiếm khoảng 55% tổng số các trường đại học trong cả nước), trong đó có 07 trường đại học đã được công nhận bởi các tổ chức, kiểm định quốc tế. Năm 2020, lần đầu tiên Việt Nam có 03 trường đại học được xếp trong nhóm 1.000 trường đại học tốt nhất thế giới (Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh và Trường Đại học Bách khoa Hà Nội); 08 trường đại học của Việt Nam đã được đưa vào danh sách các trường đại học hàng đầu châu Á. Có 195 chương trình đào tạo của 32 trường được đánh giá, công nhận theo tiêu chuẩn khu vực và quốc tế. Tự chủ đại học đã tạo nên đột phá khi nhiều ngành, lĩnh vực đào tạo đứng trong top 500 thế giới [13].

2.2. Những hạn chế còn tồn tại

Nhìn chung, giáo dục đại học vẫn tụt hậu so với các nước trong khu vực và thế giới; phát triển chưa tương xứng với yêu cầu, nhiệm vụ và chưa đáp ứng nhu cầu học tập của nhân dân. Việc thành lập nhiều cơ sở giáo dục đại học, nâng cấp, chuyển đổi các trường cao đẳng lên đại học, thay đổi tên trường, mở rộng ngành nghề... chỉ chạy theo số lượng mà chưa chú trọng việc nâng cao chất lượng đào tạo khiến nhiều trường mất đi uy tín, không tạo được niềm tin với xã hội.

Bên cạnh đó, tình trạng đào tạo không gắn với nhu cầu và thực tiễn, với đòi hỏi của xã hội, dẫn đến sự lãng phí về nguồn nhân lực, tài chính. Theo thống kê, năm 2020, “Việt Nam có 225.000 cử nhân, kỹ sư, thạc sĩ tốt nghiệp ra trường nhưng chưa tìm được việc làm hoặc chấp nhận làm không đúng nghề nghiệp được đào tạo. Còn theo kết quả khảo sát tại 60 doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ công nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh về “Đánh giá mức độ hài lòng của doanh nghiệp về chất lượng của sinh viên được đào tạo trong năm đầu tiên sau khi tốt nghiệp” (bộ tiêu chí để đánh giá là kiến thức lý thuyết, kỹ năng thực hành, trình độ ngoại ngữ, tác phong làm việc và kỹ năng nghề nghiệp), chỉ có 5% tổng số sinh viên tham gia khảo sát được đánh giá ở mức độ tốt, 15% ở mức khá, 30% ở mức độ trung bình và 40% ở mức độ không đạt” [14].

Chế độ tiền lương, phụ cấp, chính sách ưu đãi cho các giáo viên trẻ tài năng, có nhiều triển vọng trong giảng dạy, nghiên cứu khoa học hiện chưa tương xứng, còn mang tính cào bằng. Chính sách thu hút, đãi ngộ, bố trí công việc phù hợp cho giáo viên trẻ, có năng lực, trình độ, được đào tạo ở nước ngoài còn nhiều bất cập. Điều này dẫn đến tâm lý chán nản, là tình trạng bỏ việc, dịch chuyển từ khu vực trường công sang trường tư hoặc sang các lĩnh vực khác, gây sự xáo trộn, lãng phí nguồn tài nguyên chất xám. Theo số liệu báo cáo, năm 2022, “cả nước có 16.000 giáo viên bỏ việc, bình quân cứ 100 nhà giáo thì một người ra khỏi ngành” [12].

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Quan niệm về giáo dục sáng tạo

Trong sự phát triển xã hội hiện nay về công nghệ đổi

hỏi các lĩnh vực nói chung đều cần có sự thay đổi để thích nghi, trong đó giáo dục đại học sáng tạo là một hướng đi tuy mới mẻ nhưng rất cần thiết như hiện nay. Đây là mô hình giáo dục sáng tạo nhằm khuyến khích phát triển tư duy đổi mới trong sinh viên. Mô hình này đặt trọng tâm vào việc học tập dựa trên khám phá và giải quyết các vấn đề thực tế, thay vì chỉ học và tiếp thu thông qua kiến thức thụ động. Ngoài ra, giáo dục đại học sáng tạo còn nhấn mạnh sự kết nối và ứng dụng kiến thức liên ngành, giúp sinh viên có cái nhìn đa chiều và phát huy tư duy sáng tạo. Công nghệ cũng đóng vai trò quan trọng khi được tích hợp để tạo nên những trải nghiệm học tập linh hoạt.

Giáo dục đại học sáng tạo là xu hướng cần thiết trong bối cảnh thế giới đang thay đổi với tốc độ mạnh mẽ. Kiến thức truyền thống nhanh chóng dần được thay thế bởi công nghệ, đòi hỏi sinh viên phải có khả năng thích ứng linh hoạt và liên tục sáng tạo để bắt kịp sự phát triển của xã hội. Bên cạnh đó, cuộc cách mạng công nghệ với sự xuất hiện của công nghệ AI, IoT và dữ liệu lớn đang làm thay đổi sâu sắc cách thức giảng dạy, học tập cũng như nhu cầu nghề nghiệp trong tương lai. Đồng thời, giáo dục đại học sáng tạo còn trang bị cho sinh viên năng lực giải quyết các vấn đề xã hội cần thiết giúp sinh viên hoàn thiện bản thân, có trách nhiệm và sáng tạo.

Giáo dục đại học sáng tạo mang nhiều đặc điểm nổi bật, góp phần tạo nên môi trường học tập năng động và phù hợp với yêu cầu của thời đại. Chương trình học tại các cơ sở giáo dục đại học hầu hết đều được thiết kế theo hướng liên ngành, kết hợp giữa khoa học, nghệ thuật, công nghệ và kinh tế nhằm phát triển tư duy đa chiều cho sinh viên. Nền việc học không chỉ gắn liền với lý thuyết trên bài giảng mà còn được gắn kết với các trải nghiệm thực tiễn thông qua các dự án, nghiên cứu khoa học và thực tập tại các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, giáo dục đại học sáng tạo còn tạo cơ hội cho sinh viên tận dụng công nghệ để xây dựng môi trường học tập linh hoạt như hình thức trực tuyến và sự hỗ trợ từ AI. Trong bối cảnh này, giáo viên được chuyển đổi từ người truyền đạt kiến thức sang người hướng dẫn, người truyền cảm hứng cho sinh viên, khuyến khích sinh viên tự học, tự nghiên cứu, tranh luận và đặt ra vấn đề mới.

3.2. Quan niệm về phát triển bền vững trong thời đại kỹ nguyên số

Brundtland cho rằng phát triển bền vững để đáp ứng nhu cầu hiện tại không hứa hẹn về khả năng đáp ứng nhu cầu cho thế hệ tương lai. Định nghĩa này nhận thức rõ sự phát triển cần đáp ứng nhu cầu con người và nâng cao chất lượng cuộc sống nhưng không làm tổn hại đến môi trường tự nhiên để đáp ứng các nhu cầu hiện tại và tương lai [1]. Tuy nhiên, trước xu thế công nghệ mạnh mẽ, quan điểm về phát triển cần có sự thay đổi trong tư duy của cả thế giới về bản chất của việc phát triển con người để có thể theo kịp xu hướng mới trong kỷ nguyên số.

Trong kỷ nguyên số, phát triển bền vững không còn đơn thuần là sự cân đối giữa tăng trưởng kinh tế, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường, mà còn đòi hỏi sự tích hợp sâu rộng các thành tựu công nghệ số vào quá trình phát triển. Sự phát triển của IoT, AI, Big Data đã và đang tạo ra những cơ hội để tối ưu hóa nguồn lực, nâng cao hiệu quả quản lý,

thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo. Quá trình số hóa đặt ra nhiều thách thức mới và những rủi ro về an ninh mạng. Do đó, phát triển bền vững trong kỷ nguyên số đòi hỏi các quốc gia phải xây dựng chiến lược và tuân thủ những nguyên tắc về đạo đức, pháp lý nhằm đảm bảo an ninh, an toàn xã hội. Bên cạnh đó, giáo dục được coi là nhiệm vụ hàng đầu của mỗi quốc gia. Wals nêu rõ giáo dục là một ngành phục vụ mục đích của con người mà kết quả được nhìn thấy qua sự phản ánh của xã hội [11]. Do đó, trường học và cơ sở giáo dục đại học là nơi thích hợp để bắt đầu thay đổi hành vi vì sự phát triển bền vững trong kỷ nguyên số.

3.3. Giáo dục sáng tạo hướng đến sự phát triển bền vững tại các cơ sở giáo dục đại học

Theo Tổ chức Giáo dục Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc (UNESCO), giáo dục vì sự phát triển bền vững là quá trình học tập suốt đời, cung cấp cho người học kiến thức và giáo dục người học trách nhiệm bản thân, có khả năng giải quyết vấn đề một cách sáng tạo, có hiểu biết về khoa học xã hội và cam kết thực hiện các hành động cá nhân và hợp tác có trách nhiệm. Giáo dục vì sự phát triển bền vững trở thành công cụ để kết nối tốt hơn giữa trường học và doanh nghiệp, giữa nhà trường và cộng đồng [4].

3.3.1. Một số nhân tố của giáo dục đại học sáng tạo để phát triển bền vững

a. Giáo viên

Giáo viên đại học phải là trung tâm của sáng tạo đại học, phải đạt chuẩn “nhà giáo mới”, người làm chủ môi trường công nghệ thông tin và truyền thông trong thời đại công nghiệp 4.0, sẵn sàng thích ứng với sự thay đổi [6]. Thời đại kỷ nguyên số mở ra những đột phá, đòi hỏi giáo viên phải chủ động thích nghi với sự thay đổi lớn về nền giáo dục mới và bắt kịp xu hướng công nghệ. Trong thời đại này, giáo dục đại học sáng tạo vì sự phát triển bền vững thì người dạy không chỉ duy nhất là giáo viên, người học không nhất thiết phải cùng độ tuổi, học liệu không hẳn chỉ là sách giáo trình, kết quả không chỉ là điểm số, lớp học không đồng nhất về không gian hay thời gian cụ thể. Khi công nghệ trí tuệ nhân tạo phát triển, các công cụ hỗ trợ giảng dạy và học tập phát huy tối ưu vai trò và đang cổ tạo ra sự đổi mới thay thế nhiệm vụ của người dạy trong thời đại mới [4].

Sự phát triển đột phá của công nghệ đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với giáo viên và nhà trường trong việc đổi mới tư duy, phương pháp giảng dạy và chủ động kiến tạo môi trường học tập giàu tính sáng tạo và tri thức. Giáo viên cần trở thành nguồn cảm hứng cho sự đổi mới, sẵn sàng tiếp nhận và truyền tải những tinh hoa của thời đại số. Khi công nghệ AI đã phát triển mạnh mẽ sâu rộng vào mọi lĩnh vực của đời sống, những hoạt động của con người, vai trò của giáo viên đại học càng phải được nâng cao về tâm vóc và giá trị. Việc tạo ra sự khác biệt giữa con người và máy móc trở thành yếu tố sống còn, giáo viên cần phải thay đổi cách giảng dạy có sự khác biệt với phương pháp truyền thống, truyền đạt những nội dung mà máy móc không thể thay thế được. Nếu không, nguy cơ bị thay thế bởi công nghệ tự động hóa là hoàn toàn có thể xảy ra.

b. Người học

Tại Đại hội Đảng lần thứ XIII có nêu chủ trương: “...,

coi con người là trung tâm, chủ thể, nguồn lực quan trọng nhất và mục tiêu của sự phát triển; lấy giá trị văn hóa, con người Việt Nam là nền tảng, sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững” [3]. Theo UNESCO cũng cho rằng giáo dục vì sự phát triển bền vững là quá trình học tập suốt đời [10].

Trong bối cảnh giáo dục đại học hướng tới sự sáng tạo vì sự phát triển bền vững, người học đóng vai trò trung tâm, vừa là người tiếp nhận tri thức, vừa là tác nhân tạo nên sự đổi mới. Vì vậy người học không chỉ cần trang bị nền tảng kiến thức vững chắc mà còn phải trao dồi kỹ năng để phát triển tư duy phản biện, sáng tạo và giải quyết vấn đề thích ứng nhanh với sự thay đổi trong thời đại kỷ nguyên số, cần có khả năng đưa ra các quyết định có cân nhắc đến yếu tố bền vững, hướng đến lợi ích dài hạn. Để thực hiện được xu hướng giáo dục đại học sáng tạo vì sự phát triển bền vững, cần xây dựng thể hệ người học tự chủ, sáng tạo.

3.3.2. Phát triển bền vững là quá trình học tập suốt đời

Tính bền vững là một quá trình mà qua đó chúng ta cần học cách sống hòa hợp hơn với môi trường. Phát triển bền vững là một quá trình học tập mà qua đó chúng ta có thể học cách xây dựng năng lực của chúng ta để sống bền vững hơn [8]. Việc học theo những phương pháp mới và khác biệt đã trở thành một kỹ năng thiết yếu đối với sinh viên và giáo viên.

Để thúc đẩy sự phát triển bền vững như một quá trình học tập và học suốt đời, các cơ sở giáo dục đại học cần nâng cao mức độ gắn kết giữa hoạt động giảng dạy, nghiên cứu và thực tiễn; cải thiện chất lượng và hiệu quả của chương trình đào tạo và nghiên cứu khoa học; thu hẹp khoảng cách giữa khoa học và giáo dục, giữa tri thức hàn lâm và giáo dục truyền thống. Bên cạnh đó, cần đảm bảo quyền truy cập rộng rãi vào các nguồn tài liệu có chất lượng cao, đáng tin cậy; tích hợp các xu hướng toàn cầu vào môi trường học tập cá nhân nhằm phát triển năng lực cho sinh viên làm việc nhóm đa ngành, đa văn hóa và tạo cầu nối giữa việc tạo ra giá trị tri thức và ứng dụng vào phục vụ xã hội.

Các cơ sở giáo dục đại học cần đóng vai trò chủ chốt trong việc thúc đẩy học tập suốt đời, chuyển đổi từ môi trường học tập truyền thống sang quá trình tự học tập chủ động và liên tục. Hơn thế nữa, các cơ sở giáo dục đại học không chỉ thực hiện chức năng giảng dạy mà còn là trung tâm nghiên cứu của xã hội, với định hướng nghiên cứu của giáo viên, sinh viên cần gắn liền với cộng đồng nhằm đóng góp tích cực cho Mục tiêu phát triển bền vững.

3.3.3. Một số thách thức của các cơ sở giáo dục đại học trong giáo dục sáng tạo hướng đến sự phát triển bền vững

Thứ nhất, sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ số và tri thức toàn cầu đòi hỏi các trường phải liên tục cập nhật chương trình đào tạo, phương pháp giảng dạy và mô hình quản trị giáo dục, đem lại áp lực lớn về nguồn tài chính, nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ cho các cơ sở giáo dục đại học.

Thứ hai, việc dung hòa giữa yêu cầu đổi mới sáng tạo và đảm bảo chất lượng đào tạo truyền thống là một thách thức không nhỏ, bởi sự đổi mới đòi hỏi tinh thần cởi mở, chấp nhận rủi ro trong khi giáo dục đại học vẫn cần duy trì

những chuẩn mực học thuật nghiêm ngặt.

Thứ ba, khoảng cách giữa nghiên cứu khoa học và ứng dụng thực tiễn trong cộng đồng vẫn còn khá lớn, khiến cho tri thức sáng tạo khó lan tỏa rộng rãi nhằm phục vụ Mục tiêu phát triển bền vững.

Thứ tư, các cơ sở giáo dục đại học cần đổi mới với thách thức trong việc xây dựng năng lực học tập suốt đời cho người học, trong khi nhiều hệ thống đào tạo vẫn nặng tính hàn lâm, thiếu linh hoạt và chưa thật sự cá nhân hóa quá trình học tập.

Để vượt qua những thách thức này, đòi hỏi các cơ sở giáo dục đại học phải có chiến lược đổi mới toàn diện, kết nối chặt chẽ hơn với xã hội, doanh nghiệp và cộng đồng, đồng thời tái định hình lại sứ mệnh và vai trò của mình trong kỷ nguyên toàn cầu hóa và số hóa

4. Một số đề xuất khuyến nghị nhằm phát triển giáo dục đại học sáng tạo hướng đến sự phát triển bền vững trong kỷ nguyên số

4.1. Nâng cao vai trò lãnh đạo, quản lý cơ sở giáo dục

Cần đề cao tầm nhìn chiến lược cũng như vai trò lãnh đạo, quản lý trong các cơ sở giáo dục đại học theo định hướng ứng dụng công nghệ thông tin để phát triển bền vững trong bối cảnh của thời đại kỷ nguyên số. Mỗi cơ sở giáo dục đại học cần căn cứ vào tình hình thực tế và tiềm năng hiện có để xác định và xây dựng tầm nhìn phát triển riêng phù hợp với thời đại.

4.2. Đẩy mạnh chuyển đổi số toàn diện

Việc ứng dụng các công nghệ mới giúp đổi mới phương pháp giảng dạy sáng tạo hơn nhằm nâng cao hiệu quả chất lượng đào tạo, nâng cao hiệu quả quản lý cũng như tạo điều kiện cho sinh viên được tiếp cận nguồn tri thức mở, đa dạng và phong phú trong nhiều lĩnh vực, phát huy sự sáng tạo, tư duy phản biện của sinh viên. Bên cạnh đó, nhà trường cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng kỹ thuật số như hệ thống quản lý học tập, hệ thống tài liệu mở, dễ truy cập với tốc độ Internet cao, thiết bị học tập hiện đại để tạo điều kiện giảng dạy, học tập cho giáo viên và sinh viên.

4.3. Đổi mới chương trình đào tạo

Các cơ sở giáo dục đại học cần cung cấp chương trình học chất lượng cao, đạt chất lượng về ngành nghề đào tạo được các doanh nghiệp công nhận thông qua hoạt động tuyển dụng, thực tập tại doanh nghiệp. Các cơ sở giáo dục đại học đưa ra mục tiêu đào tạo sinh viên chất lượng cao, không chỉ đáp ứng các yêu cầu, tiêu chuẩn của các doanh nghiệp trong nước mà còn có khả năng cạnh tranh làm việc tại các doanh nghiệp đa quốc gia. Việc tăng cường liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp là yếu tố cốt lõi giúp giáo dục đại học gắn với thực tiễn, tạo đầu ra phù hợp cho thị trường lao động và hỗ trợ sự phát triển bền vững trong kỷ nguyên số.

4.4. Thúc đẩy đổi mới sáng tạo và nghiên cứu ứng dụng

Bên cạnh nhiệm vụ giảng dạy, đội ngũ giáo viên còn hoạt động nghiên cứu khoa học, phát triển các ý tưởng sáng tạo, khởi nghiệp... Vì vậy, các cơ sở giáo dục đại học cần xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp, tạo môi trường để giáo viên cùng sinh viên có cơ hội thực hiện và phát triển các ý

tưởng, các nghiên cứu khoa học... ứng dụng vào thực tiễn.

Đội ngũ giáo viên và cán bộ quản lý tại các cơ sở giáo dục đại học giữ vai trò trung tâm trong quá trình đổi mới giáo dục đại học. Vì vậy, cần có chiến lược nâng cao năng lực số sử dụng những công nghệ số, kỹ năng sư phạm cần đổi mới tư duy sáng tạo cho đội ngũ này. Đồng thời, đội ngũ này cần thể hiện thái độ tích cực sẵn sàng thay đổi để bắt kịp xu hướng phát triển của xã hội.

4.5. Tăng cường hợp tác quốc tế

Hợp tác quốc tế là hoạt động không thể thiếu tạo môi cơ sở giáo dục đại học bởi giúp các cơ sở giáo dục khẳng định được vị thế và uy tín, đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng giáo dục đại học. Việc liên kết với các tổ chức quốc tế không chỉ giúp mở rộng cơ hội học tập và nghiên cứu cho sinh viên mà còn thúc đẩy việc công nhận việc đào tạo, tạo cơ hội việc làm cho sinh viên trong bối cảnh hội nhập công nghệ số.

4.6. Đẩy mạnh công tác truyền thông

Truyền thông đóng vai trò thiết yếu trong chiến lược phát triển của các cơ sở giáo dục đại học. Tuy nhiên, việc truyền thông cần được thực hiện một cách cạnh tranh lành mạnh, hướng đến sự phát triển bền vững. Truyền thông không chỉ nhằm quảng bá hình ảnh về chất lượng đào tạo, quy mô, mục tiêu, tầm nhìn và triết lý giáo dục của các cơ sở giáo dục đại học, mà còn góp phần xây dựng uy tín và nâng cao vị thế của nhà trường trong hệ thống giáo dục. Để thực sự đóng góp vào sự phát triển bền vững của giáo dục đại học, nội dung truyền thông cần đảm bảo tính xác thực, minh bạch và tránh gây nhầm lẫn hoặc tạo kỳ vọng sai lệch với người học tiềm năng

4.7. Giám sát thường xuyên hoạt động giáo dục và đánh giá sản phẩm giáo dục

Các cơ sở giáo dục đại học cần triển khai hoạt động giám sát thường xuyên đối với quá trình giáo dục và tiến hành đánh giá định kỳ đối với các sản phẩm giáo dục. Đây là một trong những nhiệm vụ trọng yếu trong công tác đảm bảo chất lượng giáo dục đại học. Mục tiêu của việc giám sát và đánh giá nhằm phát hiện kịp thời những điểm chưa phù hợp với xu thế phát triển trong kỷ nguyên số, từ đó có cơ sở để điều chỉnh, cải tiến và nâng cao chất lượng sản phẩm đào tạo. Công tác giám sát cần được thực hiện một cách hệ thống, bao quát toàn bộ quy trình đào tạo, từ khâu tuyển sinh, giảng dạy, kiểm tra, đánh giá đến chuẩn đầu ra. Bên cạnh đó, việc đánh giá sản phẩm giáo dục cần có sự tham gia của cộng đồng, đặc biệt là thông qua phản hồi từ các nhà tuyển dụng, các doanh nghiệp, đơn vị sử dụng lao động. Hoạt động đánh giá này cần tiến hành định kỳ hàng năm để làm cơ sở phát huy những ưu điểm của chương trình đào tạo hiện hành, đồng thời điều chỉnh những nội dung chưa phù hợp nhằm đáp ứng tốt hơn yêu cầu thực tiễn.

5. Kết luận

Giáo dục đại học theo hướng sáng tạo vì sự phát triển bền vững hiện đang trở thành xu hướng và cũng là yêu cầu cấp thiết của các cơ sở giáo dục đại học, nhằm nâng cao nhận thức và thúc đẩy động lực đổi mới sáng tạo cho cá nhân lẫn các cơ sở giáo dục. Đây không chỉ là định hướng

chiến lược mà còn là cơ hội để trao quyền cho người học, khuyến khích học tập suốt đời, vượt khỏi khuôn khổ sách vở và lớp học truyền thống, hướng đến việc học ở mọi thời điểm và trong mọi hoàn cảnh. Người học đóng vai trò là trung tâm, chủ động và sáng tạo trong quá trình khám phá và lĩnh hội tri thức. Trong bối cảnh này, đội ngũ quản lý và giáo viên cần liên tục cập nhật kiến thức, thích ứng nhanh với sự thay đổi của xã hội và kịp thời điều chỉnh phương pháp nhằm tạo ra sản phẩm giáo dục phù hợp với nhu cầu thực tiễn, phục vụ hiệu quả cho cộng đồng hiện tại cũng như tương lai. Các cơ sở giáo dục đại học không chỉ thực hiện chức năng truyền đạt kiến thức và phát triển kỹ năng, mà còn cần trang bị năng lực trách nhiệm, từ đó đóng góp thiết thực cho sự phát triển bền vững của nền giáo dục nói chung, cho các cơ sở giáo dục đại học nói riêng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Brundtland, G (ed), “Our Common Future: The World Commission on Environment and Development, Oxford: Oxford University Press, 1987.

[2] Duyệt Vũ, “Giáo dục vì sự phát triển bền vững – Khái niệm và cách tiếp cận”, Tạp chí Giáo dục, 2023. [Online] Available: <https://tapchigiaoduc.edu.vn/article/87846/225/giao-duc-vi-su-phat-trien-ben-vung-khai-niem-va-cach-tiep-can/>.

[3] Đảng Cộng sản Việt Nam, “Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII”, NXB Chính trị quốc gia sự thật, Hà Nội, Tập I, 2, 215-216, 2021.

[4] Đoàn Phan Anh Trúc, Nguyễn Thị Trung, “Giáo dục đại học vì sự phát triển bền vững”, Tạp chí khoa học Đại học Quảng Nam, 08, 160-167, 2023.

[5] Lê Thị Mai Hoa, Trần Đình Minh, “Đổi mới giáo dục Việt Nam tiếp cận mục tiêu giáo dục vì sự phát triển bền vững”, Tạp chí Giáo dục, 2023, [Online] Available: <https://tapchigiaoduc.edu.vn/article/88018/211/doi-moi-giao-duc-dai-hoc-viet-nam-tiep-can-muc-tieu-giao-duc-vi-su-phat-trien-ben-vung/>.

[6] Phạm Hồng Quang, “Thách thức đối với giáo dục đại học: Phát triển bền vững trong tương lai”, Tạp chí Khoa học Đại học Hạ Long, Số 4, 6, 5-10, 2022.

[7] Nevin, “Education and sustainable development”, Development Education Review, Vol 6, 15, 49-52, 2008.

[8] Scott & Gough, “Sustainable Development and Learning: Framing the issues”, London and New York, Routledge, 2003.

[9] Selwyn, “Economic Growth and the Ideology of Development”, A Research Agenda for Critical Political Economy, Edward Elgar Publishing, 2020, [Online] Available: <https://doi.org/10.4337/9781789903072.00007>.

[10] UNESCO, “Teaching and Learning for a Sustainable Future”, Module 4, 2010, [Online] Available: <http://esd. ehou.edu.vn/giao-duc-vi-su-phat-trien-ben-vung/>.



[11] Wals, “Curriculum Innovations in Agricultural Education”, The Hague, Elsevier Overheid, 2005.

[12] Võ Hải (2022). 16.000 giáo viên bỏ việc trong năm 2022. Báo điện tử Vietnamnet.vn.

[13] Hiếu Nguyễn (2021). Giáo dục Đại học - những thành tựu nổi bật. Báo Giáo dục và Thời đại điện tử.

[14] Trần Thị Minh Tuyết (2022). Đổi mới giáo dục đại học ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp, Tạp chí Cộng sản điện tử.

Thông tin về tác giả

	<p>Tô Hồng Gấm:</p> <ul style="list-style-type: none">- 2019-2021: Thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Văn Hiến.- Giáo viên cơ hữu, Khoa Du lịch, Trường Đại học Văn Hiến.- Lĩnh vực quan tâm: Du lịch, Đào tạo, Giáo dục.- Điện thoại: 0985449251.
	<p>Lê Thị Ánh Nguyệt:</p> <ul style="list-style-type: none">- 2015-2017: Thạc sĩ Việt Nam học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.- Giáo viên cơ hữu, Khoa Du lịch, Trường Đại học Văn Hiến.- Lĩnh vực quan tâm: Du lịch, Văn hóa, Giáo dục.- Điện thoại: 0972694672.

GIÁO DỤC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRONG KỶ NGUYÊN CÔNG NGHỆ SỐ: TIẾP CẬN TỪ CÁC KHÓA HỌC TRỰC TUYẾN

EDUCATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE DIGITAL AGE: APPROACHES FROM ONLINE COURSES

Hoàng Thị Thu Hằng

Viện Nghiên cứu Văn hóa, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

Hoang Thi Thu Hang

Institute of Cultural Studies, Vietnam Academy of Social Sciences; hoangthuhangics@gmail.com

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Hoàng Thị Thu Hằng (email: hoangthuhangics@gmail.com)*

Tóm tắt - Trong kỷ nguyên số, các cơ sở giáo dục có thể áp dụng nhiều cách tiếp cận khác nhau đối với phương pháp giảng dạy và học tập trong các khóa học trực tuyến. Những khóa học này sử dụng công nghệ kỹ thuật số và truyền thông trực tuyến nhằm hỗ trợ học từ xa và truy cập nhanh vào các thông tin liên quan. Bài viết xem xét cách tiếp cận giáo dục phát triển bền vững trong môi trường học tập kỹ thuật số. Qua trường hợp các khóa học trực tuyến, bài viết chỉ ra rằng sự phát triển của giáo dục trong môi trường kỹ thuật số không chỉ mang lại sự thuận tiện trong tổ chức quá trình học tập mà còn ảnh hưởng đến cách người học tiếp nhận và xử lý thông tin. Từ đó, bài viết góp phần thúc đẩy các hoạt động giáo dục hướng đến tính bền vững, phù hợp với Mục tiêu phát triển bền vững số 4 (SDG4) của Liên Hợp Quốc về Giáo dục chất lượng.

Từ khóa - Giáo dục; kỹ thuật số; bền vững; học tập.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu, lĩnh vực giáo dục đang chứng kiến những thay đổi căn bản trong cách thức tổ chức, truyền đạt và tiếp nhận tri thức. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ kỹ thuật số và truyền thông trực tuyến đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng mô hình học tập linh hoạt, trong đó hình thức như học trực tuyến ngày càng trở nên phổ biến. Sự thay đổi này không chỉ đơn thuần là sự chuyển dịch về mặt công nghệ, mà còn đặt ra những yêu cầu mới đối với triết lý giáo dục, phương pháp sư phạm, cũng như năng lực thích ứng của cả người dạy lẫn người học. Trong bối cảnh đó, giáo dục phát triển bền vững nổi lên như một định hướng chiến lược nhằm đảm bảo chất lượng, tính bao trùm và khả năng học tập suốt đời, phù hợp với Mục tiêu phát triển bền vững số 4 (SDG4) của Liên Hợp Quốc. Tuy nhiên, việc tích hợp nguyên lý của giáo dục bền vững vào môi trường học tập kỹ thuật số không phải là một quá trình tuyến tính, mà đòi hỏi sự tái cấu trúc cả về nội dung, phương pháp và hệ thống hỗ trợ. Xuất phát từ thực tiễn này, bài viết đề xuất tiếp cận lý thuyết kết nối (connectivism) như một khung lý thuyết phù hợp để phân tích cách thức tri thức được kiến tạo và vận hành trong môi trường học tập số, từ đó góp phần làm rõ vai trò của công nghệ trong việc thúc đẩy giáo dục bền vững ở cấp đại học.

2. Cơ sở lý luận

Chủ nghĩa kết nối là một lý thuyết học tập mới đã được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực nghiên cứu. Theo định nghĩa trong từ điển, kết nối là hành động làm cho những đối

Abstract - In the digital age, educational institutions can adopt various approaches to teaching and learning methods in online courses. These courses use digital technology and online communication to support distance learning and quick access to relevant information. This article examines the approach to sustainable education in digital learning environments. Through the case of online courses, the article shows that the development of education in the digital environment not only provides convenience in organizing learning processes but also influences how learners receive and process information. From there, the article supports the promotion of sustainability-oriented educational practices, in line with the United Nations Sustainable Development Goal 4 (SDG4) on Quality Education.

Keywords – Education; digital; sustainability; learning.

tượng riêng biệt được gắn kết lại tạo thành một thể thống nhất hoặc một hệ thống [1]. Trong lý thuyết kết nối (connectivism), mỗi đối tượng hoặc nội dung được kết nối được biểu thị bằng một “nút kết nối”. Nút này có thể được thể hiện thông qua biểu tượng, hình vẽ hoặc ký tự. Khi người dùng tương tác với nút kết nối, quá trình kết nối sẽ được kích hoạt, từ đó cho phép truy cập vào các nguồn thông tin, học liệu cũng như các ứng dụng khác trên Internet [2]. Theo Siemens cho rằng lý thuyết kết nối là một lý thuyết về dạy và học dựa trên việc kết nối nhiều nguồn học liệu có liên quan đến nội dung bài học trong bối cảnh thời đại kỹ thuật số đang phát triển nhanh chóng [3]. Mặc dù lý thuyết này đã thu hút được sự quan tâm nhưng nó chưa trải qua một quá trình dài thử nghiệm và điều chỉnh để hình thành nên một khuôn khổ hoàn chỉnh giúp giải thích cách con người học tập trong bối cảnh kỹ thuật số hiện đại. Ngoài ra, các nghiên cứu đề cập đến việc ứng dụng lý thuyết này trong học tập phát triển bền vững còn ít, mặc dù công nghệ số đang được sử dụng ngày càng phổ biến trong giảng dạy về tính bền vững tại các trường đại học.

Các khái niệm về phát triển bền vững hiện đã được tích hợp vào nhiều môn học khác nhau trong các cơ sở giáo dục đại học. Kiến thức về phát triển bền vững cũng đang trở thành một yêu cầu phổ biến từ phía nhà tuyển dụng trên thị trường lao động hiện đại [4], đồng thời đóng vai trò quan trọng trong khả năng học tập suốt đời của người học sau khi tốt nghiệp, đặc biệt là trong việc cập nhật các thay đổi liên quan đến tính bền vững.

Để nâng cao hiểu biết của sinh viên về phát triển bền

vững, các phương pháp giảng dạy hiện hành và quy trình học tập được cải tiến trong tổ chức để phù hợp hơn với bối cảnh hiện tại. Hiện nay, các nghiên cứu liên quan đến phát triển bền vững được triển khai theo hình thức trực tuyến đã nhấn mạnh vai trò của công nghệ trong học tập nhưng đồng thời đặt ra vấn đề về hiệu quả học tập thực tế [5]. Mặc dù các công cụ kỹ thuật số hỗ trợ việc dạy và học các môn liên quan đến phát triển bền vững đã được một số học giả quan tâm nhưng nghiên cứu tiếp cận khái niệm nhằm thiết kế môi trường học tập kỹ thuật số vẫn ít. Vì vậy, chủ nghĩa kết nối được xem là một cách tiếp cận cho việc học tập về phát triển bền vững vì nó cho phép sinh viên thiết lập các kết nối về mặt nhận thức giữa các khái niệm phát triển bền vững và thúc đẩy họ chủ động tìm kiếm thêm các thông tin liên quan [6]. Lý thuyết kết nối giúp người học tiếp cận có hệ thống một khối lượng lớn thông tin liên quan đến quy định và xu hướng về tính bền vững, hiểu rõ mối quan hệ giữa các yếu tố xã hội, môi trường và kinh tế của phát triển bền vững, đồng thời cá nhân hóa quá trình học tập.

Bài viết xem xét cách tiếp cận học tập và giảng dạy về tính bền vững thông qua môi trường học tập kỹ thuật số dựa trên các nguyên lý của chủ nghĩa kết nối. Sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, phân tích dữ liệu được thu thập từ các ý kiến phản hồi của sinh viên trong khóa học trực tuyến về phát triển bền vững tại một số trường đại học.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thực hiện Mục tiêu phát triển bền vững trong dạy và học

Phát triển bền vững là một chủ đề then chốt trong chương trình nghị sự toàn cầu và được xem là một mục tiêu dài hạn hướng tới một thế giới bền vững hơn và liên quan đến các quy trình và cách thức để đạt được mục tiêu đó. Năm 2015, Liên hợp quốc đã công bố 17 Mục tiêu phát triển bền vững bao trùm tất cả các lĩnh vực hoạt động của con người và kêu gọi các cá nhân, tổ chức, cũng như thể chế cùng hành động để hiện thực hóa các mục tiêu này.

Trong bối cảnh đó, các trường đại học đóng vai trò vô cùng quan trọng về việc giáo dục phát triển bền vững. Các trường đã lồng ghép các Mục tiêu phát triển bền vững vào chương trình giảng dạy ở mọi ngành học, đồng thời tạo điều kiện hình thành và phát triển những tri thức mới về phát triển bền vững. Điều này giúp sinh viên hiểu và áp dụng các nguyên tắc phát triển bền vững vào công việc tương lai và đời sống hàng ngày của mình. Việc lồng ghép tính bền vững vào các chương trình học được thực hiện ở nhiều ngành nghề khác nhau, trong đó, giáo dục là một lĩnh vực đã được nghiên cứu nhiều [7].

Các trường đại học có các lĩnh vực đào tạo về kinh doanh, xã hội, môi trường có vai trò đặc biệt trong việc đạt được các Mục tiêu phát triển bền vững vì đào tạo các nhà lãnh đạo tương lai sẽ là nhân tố then chốt thúc đẩy tính bền vững trong xã hội. Trong nghiên cứu của mình, Sterling [8] đã đề xuất ba phương thức giáo dục về phát triển bền vững là: (1) Giáo dục về tính bền vững: bổ sung các học phần liên quan vào chương trình đào tạo hiện tại. (2) Giáo dục vì tính bền vững: cải tổ toàn diện tổ chức giáo dục bằng cách áp dụng các nguyên tắc phát triển bền vững. (3) Xây

dựng năng lực: tập trung phát triển kỹ năng bền vững cho sinh viên. Từ đó, các trường đại học cần một cách tiếp cận có tính chuyển đổi, nhấn mạnh vào việc phát triển năng lực và kỹ năng về tính bền vững cho sinh viên. Việc giảng dạy các môn học liên quan đến tính bền vững thường áp dụng lý thuyết học tập kiến tạo tức là nhấn mạnh vào học tập tương tác, nơi sinh viên cùng nhau xây dựng kiến thức mới dưới sự dẫn dắt của giáo viên. Ngoài ra, một cách thức khác là học tập chuyển đổi tức là nhấn mạnh việc tiếp nhận và đánh giá một cách phản biện những kiến thức mới, rất phù hợp với việc học về tính bền vững. Bên cạnh đó, lý thuyết học tập gián đoạn nhấn mạnh vai trò của cảm xúc và sự kết nối tinh thần trong quá trình nội tâm hóa kiến thức về phát triển bền vững.

Tóm lại, giảng dạy về tính bền vững cần kết hợp các phương pháp sư phạm kiến tạo, chuyển đổi, lấy người học làm trung tâm và áp dụng cả trong môi trường trực tuyến và ngoại tuyến nhằm thúc đẩy sự thay đổi thái độ và hành vi của sinh viên đối với các vấn đề phát triển bền vững.

Trong bối cảnh chuyển dịch mạnh mẽ sang giáo dục 4.0 đã đặt ra nhiều thách thức cho giáo viên, chẳng hạn như: thiếu kỹ năng sử dụng công cụ số, sự phụ thuộc vào phương pháp truyền thống hoặc trải nghiệm tiêu cực với công nghệ [9]. Trong giáo dục vì sự phát triển bền vững, công nghệ số ngày càng được tích hợp vào chương trình dưới dạng trò chơi mô phỏng nhằm phát triển tư duy phản biện hoặc khám phá các thách thức trong những lĩnh vực và khu vực địa lý cụ thể. Ngoài ra, công nghệ cũng hỗ trợ nghiên cứu biến đổi khí hậu, tinh thần doanh nhân bền vững, giải pháp kỹ thuật và tài chính bền vững [11], [10]. Nhờ công nghệ, giáo viên và sinh viên có thể tiếp cận thông tin với nhiều hình thức trong đó có loại hình trực tuyến. Sinh viên cũng có thể cá nhân hóa việc học phù hợp với phong cách, thời gian và khả năng tiếp cận tài liệu, vì vậy, góp phần nâng cao tính tự chủ, độc lập và khả năng học tập của sinh viên.

Hơn nữa, công nghệ trực tuyến có thể tạo nền tảng cho sự tương tác xã hội, khuyến khích sinh viên học hỏi lẫn nhau, đặc biệt là khi sinh viên đã quen sử dụng mạng xã hội trong cuộc sống hằng ngày. Mặc dù có nhiều cơ hội và thách thức của việc giảng dạy về phát triển bền vững trong môi trường trực tuyến nhưng vẫn cần phát triển các khung lý thuyết rõ ràng để làm nền tảng cho việc giảng dạy trong bối cảnh công nghệ số. Do đó, việc áp dụng lý thuyết phát triển bền vững để phân tích quá trình học của sinh viên đặc biệt cần thiết trong bối cảnh môi trường học tập đang thay đổi nhanh chóng ở các trường đại học. Những lý thuyết này không chỉ mô tả cách thức học tập diễn ra mà còn cung cấp khung lý luận cho việc thiết kế hoạt động giảng dạy, đồng thời, giúp các nhà giáo dục xây dựng môi trường học tập hỗ trợ sinh viên phát huy tối đa tiềm năng của mình.

3.2. Tri thức về phát triển bền vững trong các khóa học trực tuyến

Theo chia sẻ của sinh viên khi được hỏi về khóa học trực tuyến đã giúp họ tiếp cận khái niệm bền vững từ nhiều góc độ khác nhau giúp mang lại nhiều nhận thức mới. Một số sinh viên đã có kiến thức nền tảng về môi trường đã nhấn mạnh rằng các khóa học trực tuyến về phát triển bền vững đã mở rộng hiểu biết của họ bằng cách bổ sung thêm các

trụ cột còn lại của tính bền vững là khía cạnh xã hội và kinh tế phù hợp với ba mục tiêu cơ bản của phát triển bền vững là môi trường, xã hội và kinh tế. Ngoài ra, các khái niệm của phát triển bền vững như tiêu dùng xanh, môi trường xanh, đạo đức kinh doanh, chiến lược tiếp thị bền vững... cũng được đề cập nhiều trong các khóa học trực tuyến.

Thông qua khóa học trực tuyến về phát triển bền vững, một số sinh viên đã nhìn nhận lại hiểu biết của mình, một sinh viên chia sẻ: “Em từng nghĩ rằng kinh doanh chỉ là một cuộc chơi sinh tồn, nơi ai cũng chỉ quan tâm đến bản thân nhưng sau khóa học, em nhận ra rằng làm việc vì lợi ích xã hội mang lại giá trị nhiều hơn là chỉ theo đuổi lợi nhuận cá nhân”. Cùng quan điểm này, một sinh viên khác cho biết: “Em nhận thấy cách nghĩ của mình về tính bền vững trong kinh doanh đã phần nào lỗi thời, qua khóa học trực tuyến về kinh doanh bền vững đã cung cấp cho em những hiểu biết mới về những tiến bộ hiện nay và nỗ lực của các công ty trong việc tích hợp phát triển bền vững vào chiến lược của họ”.

Các khóa học trực tuyến tập hợp nhiều sinh viên từ nhiều chuyên ngành khác nhau như quản trị kinh doanh, xã hội, môi trường, văn hóa, kỹ thuật... nên vì vậy, thông qua các khóa học về phát triển bền vững họ có cơ hội mở rộng kiến thức sang những lĩnh vực mà trước đây chưa từng tiếp cận. Ví dụ, theo chia sẻ của một sinh viên ngành khoa học tự nhiên thông qua khóa học phát triển bền vững đã tăng thêm hiểu biết về kinh doanh và tiếp thị giúp ích cho nghề nghiệp trong tương lai của mình cho rằng: “Tôi đang học để trở thành kỹ sư trong ngành mỹ phẩm. Việc hiểu về tính bền vững giúp tôi đổi mới trong thiết kế bao bì hoặc phát triển sản phẩm góp phần hướng tới một thế giới không nhựa”.

Như vậy, chính sự đa dạng về quan điểm đã trở thành vấn đề cốt lõi và đóng vai trò quan trọng trong quá trình xây dựng kiến thức trong suốt khóa học. Thông qua các buổi thảo luận nhóm, sinh viên được tiếp cận với nhiều cách nhìn nhận vấn đề khác nhau. Một sinh viên chia sẻ: “Việc nhìn nhận vấn đề từ một góc nhìn rộng hơn thay vì chỉ theo một lối mòn, điều này thật sự mới mẻ!”. Ví dụ bài tập nhóm về xây dựng kế hoạch cho một chương trình du lịch xanh của một công ty du lịch hướng tới du lịch bền vững đã thu hút sự thảo luận sôi nổi của các nhóm, chia sẻ của một sinh viên cho rằng: “Bài tập nhóm “Trò chơi của tư duy bền vững” của khóa học là một cách dạy sáng tạo vì chúng em có thể học hỏi lẫn nhau”.

Sự đa dạng trong quan điểm của sinh viên còn do họ đến từ các địa phương khác nhau nên các cách nhìn về phát triển bền vững cũng khác nhau. Điều này cũng giúp sinh viên có cơ hội học hỏi và khám phá các sáng kiến bền vững tại các địa phương khác. Các cuộc thảo luận môi trường trực tuyến giúp sinh viên nâng cao kỹ năng giao tiếp số: “Chúng em tham gia các buổi họp Zoom, nơi cùng nhau thảo luận các bài tập nhóm, điều này thực sự hữu ích”.

Sự đa dạng thông tin trong môi trường học tập còn thể hiện ở việc sinh viên không chỉ đọc các bài báo học thuật mà còn có thể truy cập các phim tài liệu, logo vốn không có trong các lớp học truyền thống. Tuy nhiên, sự đa dạng này cũng đi kèm rủi ro vì thông tin trên mạng có thể bị bóp

méo, do đó, sinh viên cần học cách đánh giá thông tin. Ví dụ, sinh viên cần xem xét bản chất các thông điệp tiếp thị của doanh nghiệp đưa ra là gì nhằm tránh tình trạng hiểu lầm về thông điệp tiếp thị sản phẩm có thể dẫn đến những nhận định về hành vi “tẩy xanh” mặc dù hàm ý tiếp thị của doanh nghiệp nhằm mục đích tích cực.

Bên cạnh đó, giáo viên cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự đa dạng quan điểm trong lớp học trực tuyến thông qua việc tổ chức và dẫn dắt quá trình học tập. Giáo viên định hướng sinh viên đi đúng hướng và khuyến khích duy trì hành động sau khi kết thúc khóa học. Trong môi trường học trực tuyến, sự hiện diện của giáo viên giúp tăng cảm giác kết nối và sự gắn bó với nhóm sinh viên. Khi đó, công nghệ thông tin đã trở thành công cụ hỗ trợ hiệu quả cho việc duy trì thói quen học tập, tổ chức quá trình học và quản lý lớp học. Một chức năng quan trọng khác của công nghệ là tạo điều kiện giao tiếp giữa giáo viên và sinh viên, đặc biệt khi không thể gặp mặt trực tiếp.

3.3. Kết nối thông tin hướng đến phát triển bền vững

Theo lý thuyết kết nối, người học xây dựng các mối liên hệ giữa các khái niệm, ý tưởng và quan điểm để hình thành nên một mạng lưới kiến thức [3]. Việc kết nối kiến thức với những tri thức trước đó là trọng tâm của quá trình học tập trong bối cảnh kỹ thuật số. Theo một sinh viên chia sẻ: “Những chủ đề quan trọng khác nhau giúp em liên kết với kiến thức và kinh nghiệm đã có. Là một sinh viên ngành quản lý và hiện đang học tiếp thị, em đã có nền tảng cơ bản về kinh doanh, nhưng em muốn bổ sung thêm yếu tố bền vững vì em nghĩ rằng điều này cần thiết để giải quyết những vấn đề liên quan đến quan điểm phát triển bền vững của doanh nghiệp”.

Từ chia sẻ này có thể thấy sinh viên đã tạo được mối liên hệ giữa kiến thức chuyên ngành gắn với phát triển bền vững, đồng thời mở rộng sự kết nối này tới các môn học mà ban đầu không liên quan đến phát triển bền vững. Điều này cho thấy sinh viên có thể vận dụng những kiến thức phát triển bền vững không chỉ trong công việc tương lai mà còn trong đời sống hằng ngày. Theo chia sẻ của một số sinh viên cho thấy các nguyên tắc về tính bền vững đã ảnh hưởng đến thói quen sinh hoạt của họ theo cách thức hướng tới “sống xanh” hơn ví dụ như: tích cực tham gia tái chế, giảm lãng phí thực phẩm, hạn chế sử dụng sản phẩm nhựa... Ngoài ra, sự thay đổi này cũng thể hiện trong hành vi tiêu dùng của sinh viên: “Tôi hiện đã bắt đầu tìm kiếm các lựa chọn thay thế khi mua quần áo và thực phẩm” hoặc “Trong suốt khóa học, em bắt đầu xem xét kỹ hơn những gì mình mua và ảnh hưởng của hành vi tiêu dùng đến bản thân”.

Ngoài ra, một số sinh viên còn chia sẻ ý định khởi nghiệp và nhận thấy rằng tính bền vững có thể đóng vai trò then chốt trong chiến lược công việc tương lai của mình. Để thiết lập những kết nối như vậy, sinh viên đã kết hợp kiến thức thu nhận từ nhiều nguồn khác nhau bao gồm các bài viết học thuật, phương tiện truyền thông xã hội, diễn đàn, thảo luận nhóm, cũng như việc phân tích trang web và tài liệu truyền thông. Trong quá trình này, công nghệ đóng vai trò cung cấp khả năng truy cập linh hoạt vào nhiều nguồn thông tin, còn giáo viên giữ vai trò dẫn dắt quá trình

học tập thông qua các bài giảng theo chủ đề, bài tập và hội thảo chuyên đề.

3.4. Công nghệ số trong việc thực hiện mục tiêu giáo dục phát triển bền vững

Công nghệ số hiện nay đóng vai trò như một công cụ hỗ trợ cải tiến giáo dục trên nhiều phương diện. Việc tích hợp các nền tảng công nghệ không chỉ giúp giáo viên dễ dàng thiết kế và cung cấp tài liệu học tập phong phú, mà còn mở ra những phương pháp học tập mới cho sinh viên. Sinh viên có thể mở rộng kiến thức và hiểu biết của mình về phát triển bền vững thông qua việc thiết lập các mối liên hệ giữa các khái niệm lý thuyết và thực tiễn. Ngoài ra, sinh viên còn có thể liên hệ các kiến thức đã học về phát triển bền vững với lĩnh vực nghiên cứu chuyên ngành, định hướng nghề nghiệp tương lai hay trong thực tiễn đời sống và hành vi tiêu dùng của cá nhân.

Trong bối cảnh này, lý thuyết kết nối đã hình thành các kết nối tư duy là yếu tố trung tâm của quá trình học tập. Cách tiếp cận này cho phép người học bổ sung kiến thức mới vào nền tảng tri thức đã có, đồng thời mở ra khả năng tái cấu trúc hoặc loại bỏ các quan điểm trước đây vốn được xem là chân lý. Đối với nhiều sinh viên, việc kết nối các kiến thức chuyên ngành học đến vấn đề phát triển bền vững là một hoạt động kiến tạo tri thức mới vì nó giúp sinh viên hiểu sâu hơn về tác động của phát triển bền vững đối với thế giới và cuộc sống cá nhân.

Trong quá trình này, giáo viên đóng vai trò là người hỗ trợ và tạo điều kiện học tập cho sinh viên. Tuy nhiên, lý thuyết kết nối cũng chỉ ra việc trao quyền cho người học giúp họ đảm nhiệm vai trò chủ động trong quá trình học, từ đó phát triển khả năng tự học.

Việc học tập công nghệ số đang ngày càng phổ biến đặc biệt thời kỳ sau khi tốt nghiệp đại học hoặc làm việc từ xa. Việc tích hợp các công nghệ truyền thông trực tuyến trong giảng dạy không chỉ giúp sinh viên tiếp cận các nguồn thông tin cập nhật mà còn nâng cao kỹ năng quản lý công nghệ và thông tin số. Một trong những kết quả học tập quan trọng là khả năng sử dụng mạng xã hội trực tuyến hiệu quả để hoàn thành bài tập. Trong các khóa học trực tuyến về phát triển bền vững, các tài liệu học tập kỹ thuật số như bài giảng minh họa, video thuyết trình của sinh viên và tài liệu đọc được thiết kế sẵn đã hỗ trợ việc học linh hoạt về thời gian và địa điểm. Ưu điểm có thể truy cập vào nội dung bài học bất kỳ lúc nào cho phép sinh viên cá nhân hóa quá trình học, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả học tập của mình.

Ngoài ra, việc học tập vì Mục tiêu phát triển bền vững còn diễn ra trong cả hoạt động nhóm là một hình thức học tập theo định hướng kết nối giúp không chỉ tăng cường sự hỗ trợ giữa các sinh viên mà còn thúc đẩy sự tương tác không chính thức giữa người học và giáo viên, tương tự như hình thức tương tác phổ biến trên các nền tảng mạng xã hội hiện đại.

Làm việc nhóm trong các khóa học trực tuyến về phát triển bền vững còn có sự tham gia của sinh viên đến từ các địa phương khác nhau. Bối cảnh xã hội - văn hóa có thể ảnh hưởng đến cách thức thể hiện nội dung phát triển bền vững trong chương trình và sự đa dạng văn hóa trong lớp

học chính là yếu tố giúp sinh viên tiếp cận nhiều quan điểm khác nhau về phát triển bền vững. Việc sinh viên chia sẻ quan điểm từ các trường hợp phát triển bền vững tại các địa phương khác nhau đã mang lại những góc nhìn đa chiều về tính bền vững tại nhiều địa phương.

Các nhiệm vụ học tập của cá nhân trong khóa học trực tuyến chủ yếu được triển khai thông qua các bài tập viết yêu cầu sinh viên tìm kiếm và phân tích thông tin từ các nguồn trực tuyến. Những bài tập này nhằm phát triển tư duy phản biện, một kỹ năng cần thiết để xác định và lựa chọn thông tin có liên quan trong bối cảnh phát triển của internet nơi mà thông tin có thể bị thao túng. Tư duy phản biện, vốn là một nguyên lý cốt lõi của chủ nghĩa kết nối (connectivism) đóng vai trò quan trọng trong việc đánh giá các chiến lược về phát triển bền vững. Do đó, việc tư duy phản biện và phê phán đóng vai trò trong quá trình học tập và liên quan trực tiếp đến hành vi tiêu dùng bền vững.

Qua các khóa học trực tuyến về phát triển bền vững, bên cạnh việc xây dựng kiến thức, sinh viên còn phát triển các kỹ năng quản lý công nghệ hiện đại, chẳng hạn như xây dựng video thuyết trình, trình bày ý tưởng phát triển bền vững qua nền tảng trực tuyến, tổ chức các buổi làm việc trực tuyến cho dự án nhóm, và thực hiện thuyết trình online. Những kỹ năng này có vai trò quan trọng trong thời đại kỹ thuật số bởi công nghệ hỗ trợ trực tuyến không chỉ là công cụ giao tiếp mà còn là phương tiện học tập và tạo lập tri thức.

Chủ nghĩa kết nối đã cung cấp một khuôn khổ có giá trị trong việc hiểu về học tập trong bối cảnh của không gian học kỹ thuật số và là lý thuyết này cho phép định hình quá trình tạo lập tri thức từ internet cũng như học tập tương tác thông qua các mạng xã hội trực tuyến. Tuy nhiên, theo chia sẻ của nhiều sinh viên vẫn cho rằng tương tác trực tiếp với giáo viên trong mô hình lớp học truyền thống là cách thức không thể thay thế mặc dù học tập kỹ thuật số mang lại nhiều lợi ích và sự linh hoạt.

Việc công nghệ hóa qua các khóa học trực tuyến trong các cơ sở giáo dục đại học đã chứng minh được giá trị trong các bối cảnh, đặc biệt như thời kỳ giãn cách xã hội do đại dịch Covid - 19. Truyền thông kỹ thuật số có thể đóng vai trò là công cụ hỗ trợ hiệu quả cho việc học, nhưng không nên thay thế hoàn toàn các hình thức tương tác trực tiếp trong môi trường đại học. Các mô hình học tập kết hợp hoặc học tập hỗn hợp (kết hợp giữa học trực tuyến và trực tiếp) vẫn được xem là giải pháp sự phạm tối ưu hơn trong bối cảnh hiện tại.

4. Kết luận

Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ hiện nay, các cơ sở giáo dục đại học có cơ hội mở rộng và đổi mới phương pháp giảng dạy thông qua việc tích hợp công nghệ kỹ thuật số vào các khóa học trực tuyến. Những khóa học này không chỉ góp phần nâng cao khả năng tiếp cận tri thức mà còn tái định hình cách người học tương tác, tiếp nhận và xử lý thông tin trong môi trường học tập phi truyền thống. Thông qua phân tích cách tiếp cận giáo dục vì sự phát triển bền vững trong không gian học tập kỹ thuật số đã cho thấy vai trò của công nghệ trong việc thúc đẩy các hoạt động giảng dạy và học tập theo định hướng bền vững.

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng các khóa học trực tuyến không chỉ là phương tiện chuyển tải tri thức, mà còn là nền tảng để phát triển tư duy phản biện, khả năng tự học và kết nối thông tin đa chiều là những yếu tố thiết yếu trong giáo dục vì sự phát triển bền vững. Việc tích hợp tri thức về phát triển bền vững vào nội dung học trực tuyến, cùng với khả năng khai thác công nghệ số để phân tích thông tin đã tạo điều kiện để sinh viên nâng cao nhận thức và hành động phù hợp với các mục tiêu toàn cầu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Viện Ngôn ngữ học (2002), *Từ điển Từ mới Tiếng Việt*, Nxb. TP. Hồ Chí Minh.

[2] AlDahdouh, A., et al. (2015), *Understanding knowledge network, learning and connectivism*, International journal of instructional technology and distance learning, 12 (10).

[3] Vũ Hồng Linh (2018), *Lý thuyết kết nối và một số gợi ý vận dụng lý thuyết kết nối trong dạy học*, Tạp chí Giáo dục, số đặc biệt tháng 9, 2018.

[4] Silvestru, C., I. Lupescu, M., E. Ifrim, A., M. Silvestru, R., Icociu, C., V., (2024), *The Impact of Sustainability on the Labour Market*

and Employability in the Construction Industry, Sustainability, 16(23).

[5] Vũ Thúy An (2024), *Ứng dụng công nghệ trong phát triển giáo dục hướng tới mục tiêu phát triển kinh tế bền vững*, Tạp chí Thiết bị giáo dục, Tập 2, Số 313.

[6] Alam, A., (2023), *Connectivism Learning Theory and Connectivist Approach in Teaching and Learning: A Review of Literature*, Bhartiya International Journal of Education & Research, Volume 12, Issue II, March 2023.

[7] Nguyễn Phương Thảo (2022), *Tích hợp các nội dung phát triển bền vững trong chương trình đào tạo giáo viên: Nghiên cứu tại ba cơ sở đào tạo giáo viên của Việt Nam*, Tạp chí Giáo dục, 22 (21).


[8] Sterling, S., (2004), *Higher Education, Sustainability and the Role of Systemic Learning*, In P. B. Corcoran, P., B., Wals, A., E., J., (Eds.), Higher Education and the Challenge of Sustainability: Problematics, Promise and Practice (pp. 49-70), Dordrecht: Kluwer Academic.

[9] Nguyễn Minh Tuấn, Trần Thị Huyền Trang, Hoàng Thị Mai (2024), *Đào tạo giáo viên trong kỷ nguyên mới*, Tạp chí Thiết bị giáo dục, Tập 2, số 327.

[10] Vũ Thúy An (2024), *Ứng dụng công nghệ trong phát triển giáo dục hướng tới mục tiêu phát triển kinh tế bền vững*, Tạp chí Thiết bị giáo dục, Tập 2, số 313.

[11] Nguyễn Thị Hạnh, Nguyễn Thị Bích Hằng (2018), *Biến đổi khí hậu và vấn đề giáo dục biến đổi khí hậu cho học sinh Trung học cơ sở ở tỉnh Sóc Trăng*, Tạp chí Khoa học, số 33 (08-2018).

Thông tin về tác giả

	<p>Hoàng Thị Thu Hằng:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu): Năm 2008, tốt nghiệp cử nhân khoa Việt Nam học, Đại học Sư phạm Hà Nội. Năm 2013, tốt nghiệp Thạc sĩ chuyên ngành Việt Nam học, Viện Việt Nam học và Khoa học phát triển, Đại học quốc gia Hà Nội.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Nghiên cứu viên, Viện Nghiên cứu Văn hóa, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.- Lĩnh vực quan tâm: Phát triển bền vững.- Điện thoại: 0936881486.
---	---

GIÁO DỤC SÁNG TẠO VÀ SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

CREATIVE EDUCATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE DIGITAL ERA: A CASE STUDY IN HO CHI MINH CITY UNIVERSITY OF CULTURE

Nguyễn Thị Thu Thủy, Trần Lâm Kim Phương*

Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyen Thi Thu Thuy, Tran Lam Kim Phuong*

Ho Chi Minh City University of Culture; thuthuynguyen@hcmuc.edu.vn, kimphuongtran@hcmuc.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Thi Thu Thuy (email: thuthuynguyen@hcmuc.edu.vn)*

Tóm tắt - Bài tham luận này tập trung làm rõ các nội dung: giáo dục sáng tạo, phát triển bền vững, văn hóa trong quan hệ với giáo dục sáng tạo và sự phát triển bền vững trên cơ sở vận dụng khung lý thuyết về giáo dục bền vững của Michael Bonnett [13]. Được xem như một nền tảng lý luận, Michael Bonnett nhấn mạnh vào ba trụ cột chính là hành động, tư duy và giá trị. Việc vận dụng khung lý thuyết này vào giáo dục đại học, lấy giáo dục sáng tạo theo định hướng ứng dụng làm chiến lược, sự phát triển bền vững làm mục đích tại Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh như một ví dụ thực tế. Theo đó, sinh viên được phát triển khả năng sáng tạo, thích ứng đồng thời được bồi dưỡng kỹ năng nghề nghiệp, nâng cao ý thức trách nhiệm với cộng đồng xã hội. Điều này góp phần khẳng định giáo dục sáng tạo, nếu được tổ chức một cách khoa học và gắn kết chặt chẽ với Mục tiêu phát triển bền vững, sẽ là nền tảng quan trọng giúp giáo dục đại học Việt Nam phát triển trong kỷ nguyên số với tinh thần khai phóng, bản sắc và trách nhiệm.

Từ khóa - Giáo dục sáng tạo; phát triển bền vững; Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh; khung lý thuyết của Bonnett.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu đang trải qua quá trình chuyển đổi số mạnh mẽ, giáo dục đại học đứng trước yêu cầu cấp thiết phải đổi mới cả về nội dung lẫn phương pháp giảng dạy nhằm thích ứng với những thay đổi nhanh chóng của xã hội. Một trong những hướng tiếp cận nổi bật hiện nay là giáo dục sáng tạo - một mô hình giáo dục nhấn mạnh vào tư duy phản biện, năng lực giải quyết vấn đề, khả năng thích nghi và đổi mới. Giáo dục sáng tạo không chỉ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc hướng đến Mục tiêu phát triển bền vững, vốn là một trong những ưu tiên hàng đầu trên toàn cầu của thế kỷ XXI.

Phát triển bền vững, theo nghĩa rộng, đòi hỏi sự cân bằng giữa các yếu tố kinh tế, xã hội và môi trường. Để đạt được điều này, giáo dục cần trang bị cho người học không chỉ kiến thức chuyên môn mà còn là hệ giá trị, kỹ năng và năng lực hành động có trách nhiệm đối với cộng đồng và tương lai nhân loại. Trong đó, giáo dục sáng tạo chính là cầu nối để hình thành tư duy đa chiều, khuyến khích sinh viên tham gia tích cực vào quá trình kiến tạo tri thức và giải pháp vì sự phát triển bền vững.

Abstract - This paper focuses on clarifying the key concepts of creative education, sustainable development, and the role of culture in relation to both, based on Michael Bonnett's (2002) theoretical framework for education for sustainability. Considered as a foundational perspective, Michael Bonnett emphasizes three core pillars: action, mindset, and values. Applying this framework to higher education, particularly through an application-oriented approach to creative education with sustainability as its ultimate goal, this study highlights the case of Ho Chi Minh City University of Culture as a realistic example. Thus, students' creativity and adaptability have been developed, as well as professional competencies and a sense of social responsibility have been nurtured. This case exemplifies how creative education, when scientifically organized and closely aligned with sustainable development objectives, can serve as an essential foundation for higher education in Vietnam to advance in the digital era with liberation cultural identity, and civic responsibility.

Keywords - Creative education; sustainable development; sustainability, Ho Chi Minh City University of Culture; Bonnett's theoretical framework.

Tại Hội nghị thế giới về Văn hóa và Giáo dục Nghệ thuật của UNESCO, họp từ ngày 13 đến ngày 15 tháng 02 năm 2024 tại Abu Dhabi, các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất, UNESCO đã nhận định:

“Trong bối cảnh bất bình đẳng gia tăng, xung đột vũ trang, thông tin sai lệch, thông tin giả, ngôn từ kích động thù địch, phân biệt chủng tộc, bài ngoại và các hình thức phân biệt đối xử khác thúc đẩy chia rẽ xã hội và cản trở phát triển bền vững, cần phải tăng cường các nỗ lực để hình dung lại và định hình một tương lai hòa bình, công bằng và bền vững cho tất cả mọi người” [1].

Giáo dục vì Phát triển Bền vững (ESD) coi giáo dục là chìa khóa để mở ra tiến bộ trong tất cả các mục tiêu phát triển toàn cầu [2], giáo dục là động lực thúc đẩy tính bền vững [12], đặc biệt là giáo dục sáng tạo.

Tại Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh - một cơ sở đào tạo về các lĩnh vực văn hóa, truyền thông, nghệ thuật, du lịch - việc triển khai giáo dục sáng tạo mang ý nghĩa đặc biệt. Với đặc thù đào tạo liên ngành và gắn liền với thực tiễn văn hóa - xã hội, Trường có điều kiện thuận lợi để vận dụng các mô hình giảng dạy sáng tạo nhằm phát triển năng lực cá nhân cho sinh viên, đồng thời định hình

tư duy bền vững và năng lực hành động xã hội. Trong bối cảnh kỷ nguyên số, điều này càng trở nên cấp thiết khi sinh viên không chỉ là người tiếp nhận tri thức mà còn là chủ thể sáng tạo nội dung, tham gia vào các hệ sinh thái văn hóa một cách năng động và có trách nhiệm.

Vì vậy, nghiên cứu giáo dục sáng tạo vì sự phát triển bền vững trong kỷ nguyên số vận dụng tại Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh trong chiến lược phát triển bền vững trong giai đoạn hiện nay là cần thiết và cấp bách, từ đó đóng góp vào tiến trình đổi mới giáo dục đại học trong bối cảnh chuyển đổi số.

2. Một số vấn đề lý luận

2.1. Giáo dục sáng tạo (Creative education)

Con người luôn sáng tạo. Thực tế sự tồn tại của con người trên hành tinh này là minh chứng cho điều này. Con người đã thích nghi và sau đó bắt đầu thay đổi, cải biến môi trường sống và đồng thời cũng cải biến chính mình. Trong huyền thoại và cổ sử, sự sáng tạo chỉ dành cho một số ít người đặc biệt, nó như một món quà từ các vị thần. Đến giữa thế kỷ XIX, sự sáng tạo được coi là một món quà, nhưng chỉ dành cho những nghệ sĩ có tài năng cao, đam mê lãng mạn, chịu đựng lâu dài... Tuy vậy, “may mắn thay, vào những năm 1920, lĩnh vực khoa học bắt đầu xem sự sáng tạo như một loạt quá trình hoạt động của con người. Giải quyết vấn đề sáng tạo là trọng tâm ban đầu, từ việc tạo ra ý tưởng đến lựa chọn ý tưởng và lựa chọn sản phẩm cuối cùng” [5]. Từ những năm 1950 trở đi là thời điểm quan trọng đối với sự sáng tạo để cạnh tranh để tìm ra các giải pháp sáng tạo nhằm duy trì lợi thế về công nghệ diễn ra rất gay gắt giữa các cường quốc sau thế chiến thứ II. Quan điểm STEM trong giáo dục và sự sáng tạo liên quan đã được đưa ra. Cho đến hiện nay, sự sáng tạo đã được nghiên cứu trên toàn bộ các hoạt động của con người, bao gồm toán học, khoa học, kỹ thuật, kinh doanh và nghệ thuật [5].

“Sự sáng tạo tức khả năng đưa ra những ý tưởng và giải pháp mới lạ và hiệu quả kết hợp với khả năng nhìn nhận các tình huống và vấn đề với sự cởi mở, đón nhận cái mới, là điều cần thiết để giải quyết những thách thức phức tạp trên toàn cầu và xã hội [12]. Như vậy, giáo dục sáng tạo là một phương pháp giảng dạy nhấn mạnh vào việc bồi dưỡng trí tưởng tượng, tư duy phân biện và khả năng giải quyết vấn đề của người học nhằm đưa ra những ý tưởng mới lạ và có ý nghĩa. Phương pháp này khuyến khích người học chấp nhận rủi ro về mặt trí tuệ, thích nghi với những tình huống mới và khám phá nhiều giải pháp cho các vấn đề phức tạp. Không giống như các mô hình giáo dục truyền thống thường ưu tiên việc học thuộc lòng và kiểm tra chuẩn hóa, giáo dục sáng tạo tìm cách bồi dưỡng tư duy khác biệt, thúc đẩy người học suy nghĩ vượt ra ngoài ranh giới thông thường và phát triển các quan điểm độc đáo. Trong khi đó, giáo dục truyền thống có xu hướng chung là truyền đạt, củng cố kiến thức hiện có và các phương pháp tiếp cận chuẩn mực đối với việc dạy và học là bắt chước, sao chép các giải pháp đã có và đi tìm câu trả lời. Đó là một quá trình hoàn toàn thụ động, làm giảm khả năng sáng tạo của người học, khó đáp ứng các thách thức về tính bền vững hướng đến tương lai.

Bàn về khái niệm giáo dục sáng tạo có ba thuật ngữ phổ

dùng: giáo dục sáng tạo (creative education), sáng tạo trong giáo dục (creativity in education), giáo dục sự sáng tạo (creativity education). Nội hàm của chúng tùy thuộc vào tác giả nghiên cứu với nhiều quan điểm, góc nhìn khác nhau cũng như hướng tiếp cận và mô hình khác nhau. Nhìn chung, giáo dục sự sáng tạo (creativity education) có nội hàm khá hẹp với ý nghĩa sự sáng tạo là mục đích của giáo dục. Giáo dục sáng tạo (creative education), sáng tạo trong giáo dục (creativity in education) mặc dù không đồng nhất nhưng chúng giống nhau ở chỗ coi sáng tạo là phương tiện, “đó là việc sử dụng các phương pháp sáng tạo để thúc đẩy việc học” và “Giáo dục sáng tạo có thể được coi là việc sử dụng các phương tiện và quan điểm sáng tạo để hỗ trợ cho việc tiếp thêm năng lượng cho các cấu trúc giáo dục hiện có” [8].

Trong lĩnh vực học thuật, một điểm chung đáng chú ý cho rằng: sáng tạo là sự tương tác giữa môi trường học tập, cá nhân và xã hội, thái độ và thuộc tính của cả người dạy và người học, và một quá trình giải quyết vấn đề rõ ràng tạo ra một sản phẩm có thể nhận thức được (có thể là một ý tưởng hoặc một quá trình cũng như một vật thể hữu hình). Sự sáng tạo là tạo ra một cái gì đó mới, có liên quan và hữu ích cho một hoặc những người đã tạo ra sản phẩm trong bối cảnh xã hội của riêng họ [5]. Có thể nói sáng tạo là một phần tất yếu của giáo dục. Bất cứ khi nào con người tạo ra một điều gì đó mới, đó chính là sáng tạo.

Giáo dục sáng tạo, theo Yong Gil Lee, là giáo dục để người học xây dựng nhân cách và tạo ra giá trị thông qua việc bồi dưỡng năng lực con người. Nói cách khác, bản chất của giáo dục là sự sáng tạo và giáo dục sáng tạo là phát triển sự sáng tạo của con người [6]. Sáng tạo là việc sử dụng một tập hợp kiến thức hoặc kỹ năng hiện có trong một chủ đề hoặc bối cảnh cụ thể để thử nghiệm những khả năng mới trong quá trình theo đuổi các kết quả có giá trị, do đó làm gia tăng kiến thức và kỹ năng [5]. Vì vậy, bản thân giáo dục làm cho sự sáng tạo vốn có ở con người được thể hiện bằng tính độc đáo và tuyệt đối của cá nhân. Giá trị sáng tạo có thể đạt được thông qua hoạt động và trải nghiệm của bản thân giáo dục [7].

Sáng tạo trong giáo dục có thể được tiếp cận theo ba hướng nghiên cứu chính: giảng dạy sáng tạo, giảng dạy vì sự sáng tạo và học tập sáng tạo [8]. Ba hướng nghiên cứu này có thể quy về hai chiều kích: phương pháp, chiến lược (giảng dạy và học tập) và mục tiêu (vì sự sáng tạo). Nhưng mục tiêu sáng tạo là gì nếu nó không vì mục đích cao hơn là sự phát triển bền vững.

Tamdogon đề xuất rằng “sự sáng tạo trong giáo dục bắt đầu bằng sự tò mò”. Dựa trên việc xem xét lưu thông và sản xuất thông tin trong các quá trình học tập suốt đời, ông đề xuất mô hình “5C” (connectivity, content, community, communication, and commerce) cho giáo dục sáng tạo gồm kết nối, nội dung, cộng đồng, truyền thông và thương mại [8].

Mô hình giáo dục sáng tạo do Kuan Chen Tsai đề xuất bao gồm ba chiều kích là khởi tạo, vận hành và nội dung (initiation, operation, and content). Theo đó, mô hình này sẽ bắt đầu từ (1) chiều kích khởi tạo (khởi gợi sự tò mò - cởi mở với trải nghiệm - khoan dung đối với sự mơ hồ),

sau đó người dạy tập trung vào chiều kích (2) vận hành (tu duy sáng tạo - giảng dạy sáng tạo - học tập sáng tạo) và kết thúc ở chiều kích (3) nội dung (phát hiện vấn đề - giải quyết vấn đề - yêu cầu phản hồi) [8].

Mô hình xác định bốn cấp độ phát triển của sự sáng tạo của James C. Kaufman và Ronald Beghetto (2009), “Trong mô hình này, hãy tưởng tượng sự sáng tạo như một khái niệm tròn đời”. Mô hình này gồm 4 C: mini-c (Sáng tạo vốn có trong quá trình học tập); litle-c (Sáng tạo phát triển từ cấp độ mini-c); Pro-c (Sáng tạo ở cấp độ chuyên nghiệp); Big-C (Sáng tạo được ghi nhớ trong sử sách) [9].

Mô hình giáo dục sáng tạo được thiết lập theo năm giai đoạn: ý tưởng, khám phá, đào sâu, biểu hiện và phát triển như một phương pháp giảng dạy để bồi dưỡng khả năng sáng tạo của con người [6].

Tóm lại, giáo dục sáng tạo tuy có nhiều quan điểm và mô hình khác nhau nhưng đều đại diện cho một cách tiếp cận mang tính chuyển đổi, mới mẻ đối với việc dạy và học, nhấn mạnh vào việc phát triển năng lực sáng tạo, học tập hiệu quả của người học bên cạnh các kỹ năng học thuật truyền thống (phương pháp). Bằng cách thúc đẩy một môi trường coi trọng và nuôi dưỡng sự sáng tạo, các nhà giáo dục có thể chuẩn bị cho người học điều hướng và đóng góp vào một thế giới phát triển bền vững (mục đích).

2.2. Phát triển bền vững

Phát triển bền vững (Sustainable Development) là một khái niệm quan trọng nhấn mạnh quá trình phát triển đáp ứng nhu cầu mọi mặt của xã hội hiện tại mà vẫn đảm bảo sự tiếp tục phát triển của thế hệ tương lai. Nói cách khác, phát triển bền vững nhằm mục tiêu tạo ra một sự cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế, bảo vệ môi trường và công bằng xã hội (PACE Institute of Management). Đó cũng chính là ba trụ cột chính nhằm mục tiêu tạo ra một thế giới mà ở đó tất cả mọi người đều có thể sống tốt mà không làm hại đến hành tinh và các thế hệ tương lai. Do đó, phát triển bền vững đòi hỏi sự hợp tác và cam kết từ tất cả các quốc gia, tổ chức và cá nhân trên toàn thế giới.

Khái niệm này xuất hiện năm 1987 trong “Báo cáo của Ủy ban thế giới về môi trường và phát triển: Tương lai chung của chúng ta” với ý nghĩa là “sự phát triển đáp ứng nhu cầu của hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai” [11].

Chương trình nghị sự 2030 về Phát triển bền vững, được tất cả các quốc gia thành viên Liên hợp quốc thông qua vào năm 2015, đưa ra một bản thiết kế chung cho hòa bình và thịnh vượng cho con người và hành tinh, hiện tại và trong tương lai. Trọng tâm của chương trình là 17 Mục tiêu phát triển bền vững (SDG), đây là lời kêu gọi hành động cấp bách của tất cả các quốc gia - phát triển và đang phát triển - trong quan hệ đối tác toàn cầu [3]. Các mục tiêu này hình thành nên một chương trình phát triển bền vững, toàn cầu và đầy tham vọng, một chương trình của dân, do dân và vì dân, được hình thành với sự tham gia tích cực, hành động hiệu quả của UNESCO với nhiệm vụ và năng lực của mình trên nhiều lĩnh vực đảm bảo một nguyên tắc bao trùm “không bỏ lại ai phía sau” (“leaving no one behind”) [3].

Trong 17 Mục tiêu phát triển bền vững, Giáo dục chất lượng là một trong số đó. Như vậy, UNESCO xem giáo dục vừa là mục tiêu vừa là chìa khóa để mở ra tiến bộ trong tất cả các mục tiêu phát triển toàn cầu. Giáo dục vì sự phát triển bền vững dạy mọi người cách đưa ra quyết định sáng suốt và hành động, cả cá nhân và tập thể, để thay đổi xã hội và bảo vệ hành tinh. Nó trang bị cho mọi người ở mọi lứa tuổi kiến thức, kỹ năng, giá trị và khả năng giải quyết các vấn đề như biến đổi khí hậu, đa dạng sinh học, đa dạng văn hóa, sử dụng quá mức tài nguyên và bất bình đẳng ảnh hưởng đến hạnh phúc của con người và hành tinh.

Trong hành động để đạt mục tiêu, UNESCO đặt văn hóa vào trọng tâm của các chính sách phát triển là khoản đầu tư thiết yếu cho tương lai của thế giới và là điều kiện tiên quyết cho các quá trình toàn cầu hóa thành công có tính đến nguyên tắc đa dạng văn hóa.

2.3. Văn hóa trong mối quan hệ với giáo dục sáng tạo và phát triển bền vững

Như trên đã phân tích giáo dục vừa là mục tiêu, vừa là chìa khóa của phát triển bền vững, do vậy nó phải được củng cố và chuyển đổi bằng cách thực hiện các bước quyết định để xem xét lại mục đích, nội dung và phương thức cung cấp giáo dục nhằm thúc đẩy công bằng và hòa nhập, chất lượng và phù hợp. Giữa giáo dục và văn hóa có một mối quan hệ chặt chẽ, tác động mạnh mẽ lẫn nhau. [4] khẳng định các khái niệm về văn hóa và giáo dục về bản chất là đan xen. Văn hóa rèn giũa nội dung giáo dục, phương thức hoạt động và bối cảnh vì nó định hình hệ quy chiếu, cách suy nghĩ và hành động, niềm tin và cả cảm xúc của con người... Mặt khác, giáo dục cũng rất quan trọng đối với sự tồn tại của văn hóa. Văn hóa, với tư cách là một hiện tượng tập thể và lịch sử, không thể tồn tại nếu không có sự truyền bá và làm giàu liên tục thông qua giáo dục.

Giáo dục “phải đáp ứng được nhu cầu của tất cả người học trong các bối cảnh khác nhau và trang bị cho họ kiến thức, kỹ năng, giá trị, thái độ và hành vi cần thiết để thúc đẩy phát triển bền vững, bao gồm thông qua giáo dục phát triển bền vững và lối sống bền vững, nhân quyền, bình đẳng giới, thúc đẩy văn hóa hòa bình và bất bạo động, công dân toàn cầu và đánh giá cao sự đa dạng văn hóa và đóng góp của văn hóa vào phát triển bền vững” [1].

Trong nghiên cứu tác giả [12] cho rằng mặc dù hiện nay công nghệ phát triển vô cùng mạnh mẽ nhưng nó cũng gây ra tác hại cho môi trường, làm gia tăng khoảng cách kinh tế xã hội và rằng con đường hiện tại nhân loại đang đi là không bền vững. Các tác giả này cho rằng để giải quyết các thách thức phức tạp về môi trường và xã hội đòi hỏi tư duy sáng tạo, kiến thức và kỹ năng hướng đến các hành động có chủ đích, lấy giá trị làm động lực. Và vì vậy một lần nữa khẳng định giáo dục đóng vai trò quan trọng trong việc truyền đạt kiến thức, kỹ năng, giá trị và sự sáng tạo. Đặc biệt tầm quan trọng của giáo dục sáng tạo vì phát triển bền vững được nhân lên khi chúng ta coi phát triển bền vững là một nhiệm vụ giải quyết vấn đề sáng tạo đa diện, bao gồm các lĩnh vực xã hội, kinh tế, văn hóa, môi trường và giáo dục. Bằng cách tích hợp tính bền vững vào chương trình giảng dạy, giáo dục thừa nhận mối liên hệ giữa con người và hệ sinh thái và cam kết một tương lai công bằng hơn,

bền vững hơn. Các tác giả khẳng định cần phải chuyển sang giáo dục nhấn mạnh vào tính sáng tạo và đổi mới, trang bị cho người học khả năng giải quyết vấn đề sáng tạo cần thiết để giải quyết các thách thức về tính bền vững ở hiện tại và tương lai [12].

Văn hóa là cốt lõi của những gì làm nên con người, cung cấp nền tảng cho các giá trị, sự lựa chọn và mối quan hệ giữa con người với nhau và với thiên nhiên, mang lại cho chúng ta tư duy phản biện, ý thức về bản sắc và khả năng tôn trọng và chấp nhận sự khác biệt. Chính văn hóa tạo nên sự khác biệt và đa dạng của các cộng đồng, các dân tộc. Văn hóa và nghệ thuật đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của trí tưởng tượng, sự sáng tạo và khả năng thể hiện bản thân của con người, nuôi dưỡng sự khám phá, sự tò mò và mở rộng khả năng sáng tạo, đồng thời mở ra triển vọng xã hội và kinh tế cho tất cả người học, đặc biệt là trong các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo [1].

Khung giáo dục văn hóa và nghệ thuật của UNESCO (UNESCO Framework for Culture and Arts Education) dựa trên tầm nhìn nhân văn, trao quyền cho văn hóa và giáo dục, huy động các nguồn lực độc đáo của văn hóa và giáo dục như tính đa dạng của các biểu đạt văn hóa và nghệ thuật làm phong phú và phục hồi nền giáo dục. Từ đó, nó cho phép tất cả người học được hưởng lợi đầy đủ từ các cơ hội của văn hóa và giáo dục thông qua việc tiếp cận toàn diện với nền giáo dục chất lượng, tôn trọng. Như một sợi chỉ đỏ xuyên suốt tầm nhìn, chiến lược, khung hành động, văn hóa luôn được xem “vừa là mục tiêu vừa là động lực của xã hội”, “một lực lượng tích cực và có khả năng chuyển đổi, và mở rộng lối sống bền vững” [1]. Điều này nhấn mạnh việc học trong, thông qua và với văn hóa - nghệ thuật có thể phát triển nhiều kỹ năng nhận thức, xã hội và cảm xúc, và hành vi, củng cố việc học toàn diện và sự nhạy cảm với môi trường tự nhiên, cũng như thúc đẩy đối thoại, hợp tác và hiểu biết giữa các nền văn hóa, những yếu tố quan trọng để giải quyết bền vững các thách thức toàn cầu và quá trình chuyển đổi vì sự phát triển bền vững [1].

2.4. Khung lý thuyết về giáo dục của Bonnett

Giáo dục đóng vai trò then chốt nhằm trang bị cho người học tư duy và giá trị cần thiết để hành động [12]. Michael Bonnett [13] đề xuất một khuôn khổ lý thuyết để hình thành tính bền vững trong giáo dục với ba trụ cột: hành động, tư duy và giá trị. Ông lập luận rằng giáo dục vì sự bền vững như một khuôn khổ của tâm trí, tính bền vững không chỉ là một chính sách mà là một mệnh lệnh để giáo dục người học xem bền vững là một yếu tố không thể thiếu trong ý thức của con người. Khung lý thuyết này [12] trong nghiên cứu “Creative Learning for Sustainability in a World of AI: Action, Mindset, Values” vận dụng và giải thích như sau:

1. Hành động: khuyến khích các hoạt động phản ánh sự hiểu biết sâu sắc và tôn trọng thể giới tự nhiên. Điều này liên quan đến việc tích hợp tính bền vững vào hành vi hàng ngày, quy trình ra quyết định và chương trình giảng dạy nhằm mục đích thúc đẩy các hành động có tác động tích cực đến môi trường.

2. Tư duy: nuôi dưỡng tư duy bền vững trong học sinh và nhà giáo dục - chuyển từ việc xem thiên nhiên như một

nguồn tài nguyên cần khai thác sang xem thiên nhiên như một hệ thống phức tạp mà con người có mối liên hệ chặt chẽ với nhau. Tư duy này nhấn mạnh tầm quan trọng của quan điểm toàn diện về môi trường, nhận ra tác động của hành động của chúng ta đối với hành tinh.

3. Giá trị: lồng ghép các giá trị hỗ trợ tương lai bền vững vào quá trình giáo dục. Điều này bao gồm phát triển sự đồng cảm với các thực thể không phải con người, hiểu được giá trị nội tại của mọi hình thức sống và nhận ra các nghĩa vụ đạo đức phát sinh từ sự kết nối của con người với thiên nhiên. Những giá trị này củng cố tư duy và các hành động cần thiết cho một lối sống bền vững.

Như vậy, [12] lập luận rằng tính bền vững chính là tôn trọng, bảo vệ tự nhiên, thúc đẩy các hành động có tác động tích cực đến môi trường. Tuy nhiên, ông và các cộng sự cũng đánh giá công trình của Michael Bonnett không đề cập đến sự sáng tạo, nhất là sáng tạo trong giáo dục.

Mặt khác, khung lý thuyết của Michael Bonnett là khuôn khổ mang tính logic, cốt lõi, tùy vào mục đích mà các lĩnh vực cụ thể, các nhà nghiên cứu, các nhà giáo dục có thể vận dụng phù hợp và hiệu quả với mong muốn của mình. Trong tham luận này hướng vận dụng mà chúng tôi đề xuất thuộc lĩnh vực văn hóa, cụ thể là các giá trị văn hóa được lồng ghép, triển khai trong chiến lược giảng dạy, trong phương pháp giảng dạy sáng tạo vì sự phát triển bền vững trong trường hợp Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh.

3. Vận dụng giáo dục sáng tạo tại Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh

3.1. Chiến lược giáo dục theo định hướng ứng dụng

Giá trị văn hóa là những gì tinh túy nhất của một nền văn hóa được con người sáng tạo và tích lũy trong suốt chiều dài của thời gian văn hóa và chiều rộng của không gian văn hóa. Theo dòng lịch sử, giá trị văn hóa không ngừng được phát triển, chất lọc, bồi đắp và lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác, từ vùng miền này, không gian này sang vùng miền kia, không gian kia. Nếu quan niệm “văn hóa là tất cả các giá trị do con người tạo ra trong quá trình ứng xử với tự nhiên, xã hội và bản thân thì đặc trưng dân tộc được thể hiện trong văn hóa” [14]. Hệ thống các giá trị văn hóa đặc trưng khá bền vững, được hình thành và nuôi dưỡng trong những hoàn cảnh cụ thể của các chủ thể văn hóa trong một thời gian và không gian nhất định tạo nên diện mạo, bản sắc riêng của mỗi dân tộc.

Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh là cơ sở giáo dục đại học công lập trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, đào tạo và nghiên cứu khoa học các lĩnh vực: văn hóa, nghệ thuật, thông tin và du lịch. Nhằm đáp ứng yêu cầu của nhà nước và nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực lĩnh vực văn hóa trong bối cảnh đương đại, từ năm 2015 Trường đã điều chỉnh chiến lược đào tạo theo định hướng ứng dụng với mục đích đổi mới, nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực. Chương trình đào tạo định hướng ứng dụng là “chương trình đào tạo có mục tiêu và nội dung xây dựng theo hướng phát triển kết quả nghiên cứu cơ bản, ứng dụng các công nghệ nguồn thành các giải pháp công nghệ, quy trình quản lý, thiết kế các công cụ hoàn chỉnh phục vụ nhu cầu đa dạng của con người” (Trường Đại học Công

nghe Đông Á). Trong phát triển chương trình đào tạo, Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh tiếp cận dựa trên năng lực người học. Mô hình đào tạo đại học theo định hướng ứng dụng có các đặc điểm cơ bản sau [16], [15]:

- Chương trình giáo dục mở dựa trên nhu cầu thực tế của xã hội với nhiều giờ học ngoại khóa;
- Xác định phẩm chất nghề nghiệp của người học rõ ràng (10 phẩm chất): (1) Kiến thức rộng; (2) Khả năng thích nghi; (3) Khả năng ứng dụng; (4) Khả năng chuyển giao; (5) Khả năng sáng tạo và linh hoạt; (6) Khả năng giải quyết vấn đề; (7) Khả năng thể hiện tư duy và hành động; (8) Khả năng học tập suốt đời; (9) Rèn luyện kỹ năng mềm; (10) Tinh thần trách nhiệm với xã hội;
- Thị trường lao động tham gia vào quá trình đào tạo;
- Phương pháp học và đánh giá dựa vào năng lực người học, học tích cực, chủ động;
- Tích hợp các phương pháp giảng dạy: phương pháp lấy người học làm trung tâm, phương pháp giảng dạy theo dự án, chú trọng thực hành...
- Với chiến lược, mô hình đào tạo đặc thù của trường, khung lý thuyết của Michael Bonnett được vận dụng theo các quan điểm sau:
- Hành động: khuyến khích các hoạt động phản ánh sự hiểu biết sâu sắc và tôn trọng giá trị văn hóa, truyền thống văn hóa dân tộc. Điều này liên quan đến việc tích hợp tính bền vững vào hành vi hàng ngày, quy trình ra quyết định và chương trình giảng dạy nhằm mục đích thúc đẩy các hoạt động có tác động tích cực đến việc bảo tồn, quảng bá, lan tỏa các giá trị văn hóa.
- Tư duy: nuôi dưỡng tư duy bền vững, sáng tạo cho người học và người dạy, xem văn hóa như một nguồn tài nguyên có thể khai thác để tạo ra các sản phẩm dịch vụ phục vụ nhu cầu đa dạng của con người, đồng thời xem văn hóa là một hệ thống phức tạp mà con người vừa là chủ thể sáng tạo và hưởng thụ các sản phẩm văn hóa. Tư duy này nhấn mạnh tầm quan trọng của quan điểm toàn diện, đa chiều về văn hóa nhận ra tác động của hành động của con người đối với môi trường văn hóa, nhất là trong bối cảnh thời đại số hiện nay.
- Giá trị: lồng ghép các giá trị văn hóa vào quá trình giáo dục. Điều này bao gồm phát triển sự đồng cảm, bao dung, tôn trọng tính đa dạng, khác biệt, biến đổi của các nền văn hóa, loại hình và tiểu văn hóa; nhận ra nghĩa vụ đạo đức phát sinh từ sự kết nối, tương tác của con người.

3.2. Tính sáng tạo trong chiến lược giảng dạy theo định hướng ứng dụng

Khả năng sáng tạo và linh hoạt đóng vai trò quan trọng trong giáo dục nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển bền vững tức là đáp ứng nhu cầu mọi mặt, nhu cầu thực tế của xã hội hiện tại mà vẫn đảm bảo sự phát triển của thế hệ tương lai. Chiến lược giảng dạy theo định hướng ứng dụng thể hiện rõ tính sáng tạo qua mấy luận điểm sau:

Thứ nhất, chương trình giáo dục mở, linh hoạt dựa trên nhu cầu thực tế của xã hội với nhiều giờ học ngoại khóa. Chương trình được thiết kế linh hoạt cho phép giáo viên

thông qua khoa chuyên môn điều chỉnh, cải tiến và cập nhật thường xuyên định kỳ vừa theo yêu cầu về chuẩn chương trình của Bộ Giáo dục và Đào tạo vừa căn cứ vào tình hình thực tiễn. Ngoài chương trình đào tạo cử nhân chính quy, cao học, nghiên cứu sinh, trường còn có các chương trình ngắn hạn và theo đơn đặt hàng của doanh nghiệp, của nhà nước. Trong chương trình đào tạo cử nhân, các học phần cơ sở ngành, ngành và chuyên ngành đều được thiết kế với thời lượng giờ thực hành chiếm tỷ trọng cao, ít nhất là tương đương giữa lý thuyết và thực hành. Ví dụ: học phần “Đại cương Truyền thông văn hóa” là học phần thuộc kiến thức ngành của chuyên ngành Truyền thông văn hóa có thời lượng 03 tín chỉ, lý thuyết 30 tiết, thực hành 30 tiết; học phần “Tổ chức sự kiện” là học phần bắt buộc chuyên ngành Truyền thông văn hóa có thời lượng 04 tín chỉ, lý thuyết 30 tiết, thực hành 60 tiết (Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh).

Thứ hai, phẩm chất nghề nghiệp của người học được xác định và thiết kế rõ ràng, logic, hợp lý và nó luôn được đo lường trên thang đo Bloom (05 bậc) với ba chuẩn đánh giá: kiến thức, kỹ năng, năng lực tự chủ và trách nhiệm. Trong đó, chương trình chú trọng rèn luyện kỹ năng thực hành nghề nghiệp cho người học. Ví dụ: Hai kỹ năng nghề nghiệp sau trong chương trình đào tạo ngành Văn hóa học có rất nhiều học phần đóng góp cho chúng (Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh):

- “Nghiên cứu, hoạch định chiến lược, xây dựng kế hoạch sản xuất và tổ chức các hoạt động thuộc lĩnh vực văn hóa (j)” có 36 học phần đóng góp cho chuẩn này
- “Phản biện, phân tích, đánh giá và phổ biến các chương trình, sản phẩm văn hóa Việt Nam ở trong nước và nước ngoài (k)” có 33 học phần đóng góp cho chuẩn này
- Các chuẩn này được đo lường theo thang Bloom từ cấp độ 3 - 5 tùy học phần và tùy mỗi loại chuẩn.

Thứ ba, trong thực tế giảng dạy, nhiều học phần đánh giá người học dựa trên các hoạt động, sản phẩm người học làm ra trong suốt quá trình giảng dạy. Họ có thể thực hiện cá nhân hay theo nhóm và tùy khả năng họ có thể chọn nhiệm vụ phù hợp với năng lực trong một chuỗi hoạt động, nhiệm vụ để tạo ra sự kiện, sản phẩm đó. Có người là người dẫn chương trình, người chỉ đạo diễn xuất, người là ca sĩ, người quay phim, chụp hình, dựng clip và xây dựng thương hiệu trên các phương tiện truyền thông. Chắc chắn, mỗi một người học sẽ tìm thấy chỗ phù hợp để phát triển năng lực của mình. Đây là cách người học chủ động, tự tin tham gia học tập và được đánh giá theo năng lực của mình. Ví dụ:

Chuyên ngành Hướng dẫn du lịch (thuộc Khoa Du lịch) tổ chức cho sinh viên thuyết minh điểm đến tại chỗ theo phương pháp đóng vai: một sinh viên làm hướng dẫn viên và các sinh viên khác làm khách du lịch.

Chuyên ngành Truyền thông văn hóa (thuộc Khoa Truyền thông) sẽ sản xuất các sản phẩm truyền thông của sinh viên về một nội dung, chủ đề, giá trị văn hóa do sinh viên tự chọn, sáng tạo. Các sản phẩm TVC, phim phóng sự, phim di sản được thực hiện bởi tất cả sinh viên Khoa Truyền thông từ năm 1 đến năm 4, qua từng giai đoạn học tập, sự tiến bộ của các bạn được thể hiện rõ ràng trong các

sản phẩm của mình, vừa đạt được chuẩn về truyền thông, sử dụng hiệu quả các phương tiện truyền thông như trên nền tảng mạng xã hội, vừa ứng dụng được các lý thuyết về văn hóa, vận dụng kỹ hiệu học khi lên kịch bản và sản xuất các sản phẩm thi kết thúc học phần.

Chuyên ngành Tổ chức sự kiện (thuộc Khoa Quản lý văn hóa, Nghệ thuật) sẽ tổ chức các sự kiện (văn hóa, nghệ thuật, thể thao, lễ hội...) chào mừng các ngày lễ lớn của dân tộc hoặc sự kiện tưởng nhớ, tri ân nguồn cội... Chương trình “Đường Hồ Chí Minh trên biển – Bến bờ thống nhất” do sinh viên lớp Quản lý văn hóa khóa 18 tổ chức. Đây vừa là bài thi kết thúc học phần tổ chức, dàn dựng chương trình văn hóa nghệ thuật với chủ đề tôn vinh, tri ân công lao, sự đóng góp thầm lặng của những người dân lỏi, đưa những chuyên tàu lịch sử cập bến an toàn, vừa chào mừng sự kiện kỷ niệm 50 năm ngày giải phóng miền Nam thống nhất đất nước.

Học phần “Quản lý dự án” là học phần chuyên ngành của một số ngành Văn hóa học, Quản lý văn hóa cũng là một học phần chủ trọng kỹ năng thực hành, tạo ra sản phẩm thể hiện tinh thần sáng tạo của thầy và trò trong suốt quá trình giảng dạy, lập và thực hiện dự án. Nhân ngày Sách và Văn hóa đọc Việt Nam năm nay (21/4/2025), dự án “Xây dựng không gian văn hóa Hồ Chí Minh” tại Trung tâm Thông tin Thư viện Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh là một ví dụ điển hình. Dự án này nhằm số hóa các sự kiện gắn với cuộc đời và sự nghiệp cách mạng của Chủ tịch Hồ Chí Minh được chia làm bốn chủ đề chính đi theo trục thời gian: Chủ tịch Hồ Chí Minh với sự nghiệp cách mạng (1911 – 1969), Chủ tịch Hồ Chí Minh với sự nghiệp văn hóa dân tộc, Chủ tịch Hồ Chí Minh với sự nghiệp báo chí, Chủ tịch Hồ Chí Minh với sự nghiệp thơ ca (Hoàng Hải). Học phần này, qua thực hiện dự án cụ thể giúp người học biết cách lập dự án, quản lý tài chính, truyền thông, trình hiện dự án bằng sản phẩm thật, rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng đọc và biên tập nội dung, kỹ năng trưng bày...

Như vậy, giáo dục sáng tạo tạo điều kiện cho việc củng cố kiến thức thông qua khám phá, thúc đẩy người học tạo ra những ý tưởng độc đáo, sản phẩm sáng tạo thay vì chỉ đọc thuộc lòng kiến thức đã học.

Thứ tư, doanh nghiệp, doanh nhân, các tổ chức, nhà quản lý hiện nay cũng tham gia vào quá trình đào tạo của nhà trường, có khi chỉ là một khâu đoạn nào đó. Tính đến thời điểm nhà trường đã ký kết liên kết, hợp tác đào tạo với hơn 30 doanh nghiệp, trong đó có một số doanh nghiệp nước ngoài, chưa kể liên kết, hợp tác với các trường đại học, cao đẳng, viện và các tổ chức giáo dục khác trong và ngoài nước. Điều này là minh chứng cho sự gắn kết đào tạo với nhu cầu thực tiễn của xã hội khi người sử dụng lao động tham gia thực sự vào quá trình đào tạo nâng cao chất lượng và đáp ứng nhu cầu của thị trường, tránh lãng phí, hạn chế tái đào tạo sau tốt nghiệp. Đó cũng chính là một khía cạnh của tính bền vững.

Thứ năm, phương pháp giảng dạy được người dạy đổi mới theo xu hướng tích hợp và theo dự án. Phương pháp tích hợp kiến thức với kỹ năng mềm, kỹ năng nghề nghiệp và tư duy là các thao tác trọng tâm. Suy cho cùng, giáo dục

đại học hiện nay là một quá trình giảng dạy theo phương pháp tích lũy (accumulation) và tích hợp (integration) theo cả hai trục: trục thời gian và trục không gian. Ngoài ra, các nhà giáo dục sáng tạo coi trọng phương pháp tiếp cận liên ngành là trọng tâm. Họ hiểu giá trị của việc tạo ra các kết nối liên ngành trong giảng dạy, vì sự sáng tạo thường liên quan đến việc kết hợp các ý tưởng từ các ngành khác nhau [12]. Trong quá trình giảng dạy, các nhà giáo luôn tìm cách tích hợp giữa nghệ thuật và thương mại, giữa nghệ thuật và công nghệ, giữa văn hóa/nghệ thuật và truyền thông, giữa khai thác giá trị, đặc trưng văn hóa với du lịch, giữa thương mại hóa sản phẩm dịch vụ văn hóa với tâm lý khách hàng, giữa thống kê xã hội học tác động đến truyền thông hay từng thông điệp được sử dụng phù hợp với từng chiến dịch truyền thông...

Danah Henriksen & cộng sự [12] đã tìm thấy ba chủ đề chung đặc trưng cho hồ sơ sự phạm của các nhà giáo dục sáng tạo thành công, bao gồm: tích hợp việc học trong thực tế, cởi mở với những ý tưởng mới và chấp nhận rủi ro về mặt trí tuệ, áp dụng các phương pháp tiếp cận liên ngành đối với nội dung. Như vậy, tính sáng tạo trong chiến lược giảng dạy theo định hướng ứng dụng ở Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh cũng nằm trong xu hướng chung về giáo dục sáng tạo trên thế giới. Trong quá trình giảng dạy, chúng tôi cho rằng sự sáng tạo không chỉ nằm ở phương pháp của giáo viên mà nằm ở chính sản phẩm đầu ra của sinh viên, ở kết quả cuối cùng. Trong quá trình này, thầy và trò luôn cởi mở, bao dung chấp nhận rủi ro, thất bại để thực hành, để học hỏi và không ngừng tiến bộ. Bởi mỗi một thất bại cũng dạy lại cho con người những bài học nhất định.

3.3. Ý nghĩa của việc vận dụng chiến lược giảng dạy sáng tạo theo định hướng ứng dụng theo khung lý thuyết của Bonnett

Từ những nội dung vận dụng và phân tích tính sáng tạo trong chiến lược giảng dạy theo định hướng ứng dụng tại trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh như một nghiên cứu trường hợp, chúng tôi tổng hợp các thành tố trong khung lý thuyết, hướng vận dụng, chiến lược giảng dạy vì sự phát triển bền vững trong bảng dưới đây.

Bảng 1. Bảng tổng hợp khung lý thuyết của Michael Bonnett, giáo dục sáng tạo và phát triển bền vững

Thành tố trong khung lý thuyết của M.Bonnet	Vận dụng khung lý thuyết của M.Bonnett trong môi trường đặc thù	Chiến lược giảng dạy sáng tạo theo định hướng ứng dụng	Tổng hợp chiến lược giảng dạy sáng tạo và tính bền vững
Hành động (Action)	Khuyến khích các hành động phản ánh sự hiểu biết sâu sắc và tôn trọng giá trị, truyền thống văn hóa dân tộc Điều này liên quan đến việc	Tích hợp giữa kiến thức, kỹ năng và năng lực -Dựa trên nhu cầu thực tế của xã hội -Chú trọng thực hành	Các hành động vì sự phát triển bền vững được vận dụng Kết hợp các ứng dụng thực tế với khuyến khích thực

	tích hợp tính bền vững vào hành vi hàng ngày, quy trình ra quyết định và chương trình giảng dạy nhằm mục đích thúc đẩy các hoạt động có tác động tích cực đến việc bảo tồn, quảng bá, lan tỏa các giá trị văn hóa.	-Rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp -Phát triển tư duy -Lấy người học làm trung tâm Các phương pháp này cho người học các kỹ năng và sự tự tin để thực hiện các hành động có ý nghĩa hướng tới tính bền vững.	hành tôn trọng giá trị văn hóa và đa dạng văn hóa giúp người học thực hiện các hành động vì sự phát triển bền vững		trọng tính đa dạng, khác biệt, biến đổi của các nền văn hóa, loại hình và tiểu văn hóa; nhận ra nghĩa vụ đạo đức phát sinh từ sự kết nối, tương tác của con người	văn hóa -Thúc đẩy người học tạo ra những ý tưởng độc đáo, sản phẩm, dự án sáng tạo mang tính thực tiễn, có ý nghĩa -Nâng cao chất lượng đào tạo đáp ứng nhu cầu của thị trường, tránh lãng phí thời gian, nguồn lực xã hội khi phải tái đào tạo sau tốt nghiệp -Cập nhật, bổ sung chương trình linh hoạt, dễ dàng dựa trên nhu cầu thực tế của xã hội -Người học biết rõ những phẩm chất nghề nghiệp được đào tạo Chiến lược này cung cấp, nuôi dưỡng tầm nhìn toàn diện, thực tế về tính bền vững.	lực đáp ứng nhu cầu xã hội -Khuyến khích người học phát triển các giải pháp (sản phẩm, dự án) sáng tạo, thực tế đa chiều kích phản ánh sự tôn trọng sâu sắc các giá trị văn hóa dân tộc -Gắn giáo dục sáng tạo với bối cảnh của đất nước và thế giới để kịp thời cập nhật, bổ sung, đáp ứng với những thách thức mới của thời đại -Giới thiệu, quảng bá, lan tỏa giá trị văn hóa Việt với công chúng trong và ngoài nước.
Tư duy (Mindset)	Nuôi dưỡng tư duy bền vững, sáng tạo cho người học và nhà giáo dục Xem văn hóa như một nguồn tài nguyên có thể khai thác để tạo ra các sản phẩm dịch vụ phục vụ nhu cầu đa dạng của con người, đồng thời xem văn hóa là một hệ thống phức tạp mà con người vừa là chủ thể sáng tạo và hưởng thụ các sản phẩm văn hóa. Tư duy này nhấn mạnh tầm quan trọng của quan điểm toàn diện, đa chiều về văn hóa nhận ra tác động của hành động của con người đối với môi trường văn hóa, nhất là trong bối cảnh thời đại số hiện nay.	Mở, linh hoạt, thích ứng, cầu thị Khuyến khích tạo ra một môi trường học tập cởi mở hợp tác và tương tác nơi thầy và trò khám phá, thử nghiệm những ý tưởng mới, tạo ra các sản phẩm, kết quả mới mang tính sáng tạo và hiệu quả. Điều này thúc đẩy tư duy thích khám phá, tính trách nhiệm, sẵn sàng học từ thực tế và sửa sai, điều cần thiết cho tính bền vững.	Nuôi dưỡng tư duy bền vững, thích ứng, sáng tạo Bồi đắp khả năng sáng tạo, chấp nhận và thích ứng với rủi ro trong thực tế Khuyến khích tầm nhìn đổi mới và sáng tạo để giải quyết các thách thức phức tạp đa dạng văn hóa và nguy cơ đồng phục về văn hóa trong quá trình toàn cầu hóa văn hóa				
Giá trị (Values)	Lồng ghép các giá trị văn hóa vào quá trình giáo dục Điều này bao gồm phát triển sự đồng cảm, bao dung, tôn	Nhúng, tích hợp các giá trị trong quá trình giáo dục -Nâng cao hiểu biết và tư duy về giá trị	Các giá trị tích hợp vì tương lai bền vững -Đảm bảo chất lượng đào tạo nguồn nhân				

4. Kết luận

Trong bối cảnh đời sống xã hội hiện nay, giáo dục sáng tạo không chỉ là một xu thế tất yếu mà còn là động lực quan trọng thúc đẩy phát triển bền vững, đặc biệt trong môi trường giáo dục đại học. Thông qua việc khảo sát cơ sở lý luận về giáo dục sáng tạo, phát triển bền vững và văn hóa với vai trò cầu nối của giáo dục và phát triển bền vững. Giáo dục sáng tạo không chỉ trang bị tri thức, kỹ năng, năng lực cho người học mà còn nuôi dưỡng tư duy mở, linh hoạt, cầu thị, rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp và năng lực thích ứng với sự bất định của tương lai và trách nhiệm xã hội – những phẩm chất cốt lõi để hướng đến phát triển bền vững. Trong đó, khung lý thuyết giáo dục của Bonnett đóng vai trò định hướng, nhấn mạnh sự cần thiết của một nền giáo dục lấy hành động, tư duy, giá trị và thực hành trong môi trường thực tế để đào tạo những thế hệ công dân toàn cầu đáp ứng nhu cầu xã hội.

Vận dụng giáo dục sáng tạo tại Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh được phân tích như một ví dụ

điển hình của giáo dục theo định hướng ứng dụng, với chiến lược giảng dạy đề cao tính liên ngành, tích hợp, chú trọng thực hành, rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp, phát triển tư duy và phát huy năng lực cá nhân của người học. Những nỗ lực trong đổi mới phương pháp, nội dung đào tạo và tổ chức hoạt động học thuật - đặc biệt trong các lĩnh vực đặc thù như văn hóa, du lịch, truyền thông, di sản - đã thể hiện cam kết của nhà trường trong việc đào tạo nguồn nhân lực có khả năng tư duy sáng tạo, hành động linh hoạt và đóng góp tích cực cho cộng đồng.

Từ đó có thể khẳng định giáo dục sáng tạo, nếu được tổ chức một cách khoa học và gắn kết chặt chẽ với các Mục tiêu phát triển bền vững, sẽ trở thành nền tảng quan trọng giúp Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh nổi riêng và hệ thống giáo dục đại học Việt Nam nói chung phát triển trong kỷ nguyên số với tinh thần khai phóng, bản sắc và trách nhiệm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] UNESCO (a), “UNESCO Framework for Culture and Arts Education”, Culture & Arts education, Abu Dhabi, United Arab Emirates, 2024, UNESCO. Available: <https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/> (Ngày truy cập 05.04.2025).

[2] UNESCO (b), “What you need to know about education for sustainable development”, 2024, Available: <https://www.unesco.org/en/sustainable-development/education/need-know> (Ngày truy cập 05.04.2025).

[3] UNESCO (c), “UNESCO and Sustainable Development Goals”, Available: <https://www.unesco.org/en/sdgs> (Ngày truy cập 10.04.2025).

[4] UNESCO (d), *Guidelines on Intercultural Education, Education Sector*, UNESCO, 2006.

[5] Tim Patston, “What is creativity in education?”, The education hub, 2021, Available: <https://theeducationhub.org.nz/what-is-creativity-in-education/> (Ngày truy cập 05.04.2025).

[6] Yong Gil Lee (a), “The Teaching Method of Creative Education”, Scientific Research, Vol.4, No.8A, 2013, tr. 25-30, Available: <http://dx.doi.org/10.4236/ce.2013.48A006> (Ngày truy cập

10.04.2025).

[7] Yong Gil Lee (b), “Creativity and educational self”, Collection of treatises of creative education (Vol. 5), 2001, Society for Creative Education.

[8] Kuan Chen Tsai, “A Framework of Creative Education”, In education, 2015, pp.137-155, Available: https://www.academia.edu/85284392/A_Framework_of_Creative_Education (Ngày truy cập 10.04.2025).

[9] Walden University, “The Four C Model of Creativity”, Available at: <https://www.waldenu.edu/online-masters-programs/ms-in-education/resource/the-four-c-model-of-creativity> (Ngày truy cập 10.04.2025).

[10] PACE Institute of Management, “Phát triển bền vững là gì? Tổng quan về phát triển bền vững”, Available: <https://www.pace.edu.vn/tin-kho-tri-thuc/phat-trien-ben-vung-la-gi> (Ngày truy cập 10.04.2025).

[11] United Nations General Assembly, *Report of the world commission on environment and development: Our common future*. Oslo, Norway: United Nations General Assembly, Development and International Co-operation: Environment, 1987.

[12] Danah Henriksen, Punya Mishra and Rachel Stern, “Creative Learning for Sustainability in a World of AI: Action, Mindset, Values”, Sustainability, 2024, 16, 4451, pp.1-20. <https://doi.org/10.3390/>

[13] Michael Bonnett. “Education for Sustainability as a Frame of Mind”, Environmental Education Research, 8:1, 9-20. 2002. DOI: 10.1080/13504620120109619.

[14] Phạm Đức Dương, *Từ văn hóa đến văn hóa học*, Nxb. Văn hóa Thông tin, 2013.



[15] Trường Đại học Công nghệ Đông Á, “Đại học định hướng ứng dụng là gì? Tại sao bạn nên lựa chọn”, Available at: <https://eaut.edu.vn/tin-tuc/dai-hoc-dinh-huong-ung-du> (Ngày truy cập 19.04.2025).

[16] Trịnh Đăng Khoa, “Đào tạo theo định hướng ứng dụng tại trường Đại học văn hóa TP.HCM hiện nay”, Tạp chí Văn hóa & Nguồn lực số 2 (22)/ 2020. Available at: <https://trinhdangkhoa.com/dao-tao-theo-dinh-huong-ung-dung/> (Ngày truy cập 19.04.2025).

[17] Trường Đại học Văn hóa TP.HCM, *Đề cương chi tiết các học phần kiến thức chuyên ngành (Ngành văn hóa học)*, (Tài liệu lưu hành nội bộ), 2022.

[18] Hoàng Hải (Nguyễn Hải Giang). “Trung tâm Thông tin, thư viện trường Đại học Văn hóa TP. Hồ Chí Minh khai trương không gian văn hóa Hồ Chí Minh”, 2025, Available at: <https://www.hcmuc.edu.vn/> (Ngày truy cập 23.04.2025)

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Thị Thu Thủy:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu): 2011 – 2018: Tiến sĩ Văn hóa học - Đại học Khoa học Xã hội và Nhân Văn Thành phố Hồ Chí Minh.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giáo viên - Khoa Truyền thông - Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh.- Lĩnh vực quan tâm: Nghiên cứu giảng dạy tiếng Anh, ngôn ngữ học và văn hóa, truyền thông, văn hóa, giáo dục. <p>Điện thoại: 0902846367.</p>
	<p>Trần Lâm Kim Phượng</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu): 2016 – 2018: Thạc sĩ Báo chí học – Học viện Báo chí và Tuyên truyền.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giáo viên - Khoa Truyền thông - Trường Đại học văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh- Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông, Báo chí, Văn hóa, Giáo dục. <p>- Điện thoại: 0913511373.</p>

HỆ THỐNG ĐIỀN BIỂU MẪU TỰ ĐỘNG HỖ TRỢ AI DỰA TRÊN LỊCH SỬ NGƯỜI DÙNG: MỘT CÁCH TIẾP CẬN MỚI ĐỂ NÂNG CAO HIỆU QUẢ HÀNH CHÍNH TRONG GIÁO DỤC

AI-ASSISTED AUTOMATIC FORM FILLING SYSTEM BASED ON USER HISTORY: A NOVEL APPROACH TO ENHANCING ADMINISTRATIVE EFFICIENCY IN EDUCATION

Nguyễn Tuấn Đạt^{1*}, Nguyễn Anh Duy², Trần Thanh Nam¹, Trần Văn Thiện¹

¹Trường Đại học Nam Cần Thơ;

²Adhightech Ltd., Vietnam

Nguyen Tuan Dat, Nguyen Anh Duy, Tran Thanh Nam, Tran Van Thien

¹ Nam Can Tho University;

²Adhightech Ltd., Vietnam;

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyễn Tuấn Đạt (Email: ntat1610c@gmail.com)

Tóm tắt - Trong bối cảnh số hóa mạnh mẽ lĩnh vực giáo dục, nhu cầu tự động hóa các tác vụ hành chính đang ngày càng trở nên cấp thiết. Nghiên cứu này đề xuất và phát triển một hệ thống điền biểu mẫu tự động thông minh dựa trên lịch sử người dùng, nhằm giảm thiểu thao tác thủ công lặp lại và hạn chế sai sót trong các biểu mẫu hành chính như đơn xin nghỉ học, đăng ký học phần, hồ sơ học sinh - sinh viên và phiếu khảo sát. Hệ thống tập trung phục vụ các đối tượng trong môi trường giáo dục như học sinh, sinh viên, giáo viên và cán bộ quản lý. Phương pháp tiếp cận kết hợp giữa các kỹ thuật xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) từ OpenAI để gợi ý và hoàn thiện nội dung theo ngữ cảnh cá nhân hóa. Quá trình phát triển hệ thống bao gồm thu thập dữ liệu biểu mẫu thực tế, chuẩn hóa thông tin, xây dựng thuật toán so khớp trường dữ liệu và huấn luyện mô hình dựa trên hành vi người dùng. Tiềm năng mở rộng bao gồm tích hợp với các nền tảng quản lý giáo dục (LMS, SIS), hỗ trợ các định dạng biểu mẫu khác và phát triển khả năng học liên tục để nâng cao chất lượng đề xuất theo thời gian. Qua đó, nghiên cứu góp phần khẳng định vai trò thiết yếu của AI trong tối ưu hóa công tác hành chính và nâng cao hiệu quả quản lý giáo dục trong thời đại số.

Từ khóa - Trí tuệ nhân tạo; hệ thống điền biểu mẫu tự động; quản lý giáo dục; xử lý ngôn ngữ tự nhiên; lịch sử người dùng; mô hình ngôn ngữ lớn; tự động hóa hành chính giáo dục.

Abstract - In the context of rapid digitalization in the education sector, the need to automate administrative tasks has become increasingly urgent. This study proposes and develops an intelligent automatic form-filling system based on user history to minimize repetitive manual input and reduce errors in administrative forms such as leave applications, course registration forms, student records, and surveys. The system is designed to serve key stakeholders in the educational environment, including students, lecturers, and administrative staff. The approach integrates natural language processing (NLP) techniques from OpenAI to suggest and complete content in a personalized and context-aware manner. The development process involves collecting real-world form data, standardizing information, constructing field-matching algorithms, and training models based on user behavior. Potential for system expansion includes integration with educational management platforms (LMS, SIS), support for various form formats, and the development of continual learning capabilities to improve suggestion quality over time. This study highlights the essential role of AI in optimizing administrative processes and enhancing educational management efficiency in the digital age.

Keywords - Artificial Intelligence; automatic form filling system; educational management; natural language processing; user history; large language models; educational administrative automation.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang được đẩy mạnh tại Việt Nam và các quốc gia đang phát triển, việc tối ưu hóa quy trình hành chính trong giáo dục là một yêu cầu cấp thiết. Hiện nay, tại nhiều trường đại học, quy trình xử lý các biểu mẫu như đơn xin nghỉ học, đơn đăng ký môn học, phiếu khảo sát... vẫn chủ yếu được thực hiện thủ công. Theo khảo sát nội bộ tại một số cơ sở đào tạo quy mô trung bình, mỗi học kỳ có thể phát sinh từ 5.000 đến 10.000 biểu mẫu cần xử lý và thời gian trung bình để một sinh viên hoặc cán bộ hoàn thành một biểu mẫu thủ công dao động từ 5 đến 10 phút. Với con số hàng nghìn biểu mẫu, lượng thời gian tiêu tốn là rất lớn và dễ dẫn đến sai sót, quá tải hệ thống hoặc làm giảm trải nghiệm người dùng.

Các giải pháp truyền thống hiện nay như Autofill của trình duyệt (Chrome, Safari), các phần mềm quản lý hành chính hoặc các nền tảng tự động hóa như Microsoft Power Automate tuy đã góp phần giảm tải một phần công việc, nhưng vẫn còn nhiều điểm hạn chế. Những công cụ này không có khả năng hiểu rõ nội dung biểu mẫu, không đưa ra gợi ý thông minh dựa trên lịch sử người dùng và thường chỉ áp dụng được với các biểu mẫu có cấu trúc cố định. Việc cập nhật hoặc cá nhân hóa thông tin vẫn phải thực hiện thủ công trong hầu hết các trường hợp.

Trong khi đó, hệ thống được đề xuất trong nghiên cứu này kết hợp giữa trí tuệ nhân tạo (AI) và xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) nhằm phân tích trực tiếp các biểu mẫu Word (.docx) do người dùng tải lên từ web. Hệ thống không chỉ

nhận diện các trường thông tin mà còn hiểu ngữ cảnh, gọi ý nội dung dựa trên lịch sử sử dụng trước đó của từng cá nhân và cho phép tải xuống biểu mẫu đã hoàn chỉnh. Nhờ đó, thời gian xử lý mỗi biểu mẫu có thể rút ngắn xuống chỉ còn 1 - 2 phút, đồng thời giảm đáng kể nguy cơ sai sót và tăng tính nhất quán trong dữ liệu hành chính.

Điểm đặc biệt là hệ thống có khả năng học hỏi liên tục từ hành vi người dùng thực tế, ngày càng nâng cao độ chính xác và chất lượng đề xuất. Đây là một điểm mạnh vượt trội so với các phương pháp thủ công hoặc các công cụ không dùng AI. Hệ thống cũng có thể dễ dàng tích hợp với các nền tảng giáo dục hiện có như LMS hoặc SIS, giúp tăng hiệu quả quản lý tổng thể.

Tóm lại, nghiên cứu này không chỉ có ý nghĩa trong việc giảm tải công việc hành chính lặp lại trong giáo dục, mà còn thể hiện một bước tiến rõ rệt trong việc ứng dụng AI vào các quy trình hành chính thông minh và cá nhân hóa. Tính khả thi, tính thực tiễn và tiềm năng mở rộng của hệ thống có thể tạo ra tác động tích cực lâu dài cho ngành giáo dục tại Việt Nam và các quốc gia đang phát triển.

2. Nghiên cứu hệ thống điền biểu mẫu tự động

Việc điền biểu mẫu tự động là một trong những lĩnh vực quan trọng trong nghiên cứu về tự động hóa hành chính và xử lý ngôn ngữ tự nhiên. Trải qua nhiều giai đoạn phát triển, các phương pháp tiếp cận trong lĩnh vực này ngày càng được cải tiến nhằm nâng cao tính linh hoạt, độ chính xác và khả năng cá nhân hóa cho người dùng.

Giai đoạn đầu tiên của việc tự động điền biểu mẫu chủ yếu dựa trên hệ thống rule-based - tức là sử dụng các luật cứng để xác định và điền thông tin vào các trường dữ liệu. Các hệ thống này thường dựa vào cấu trúc DOM của trang web để nhận dạng tên trường và nội dung cần điền thông qua các nhãn như "Tên", "Email", "Địa chỉ" ... Các công cụ tiêu biểu trong giai đoạn này như hệ thống đề xuất bởi [1] đã ứng dụng proxy cục bộ trên thiết bị di động để phân tích biểu mẫu đầu vào và áp dụng các luật logic cố định nhằm xác định vị trí và ý nghĩa các trường dữ liệu. Công cụ Dhvani, chẳng hạn, sử dụng bộ cục biểu mẫu và các quy tắc ngữ cảnh để tự động gán giá trị cho trường nhập liệu. Tuy nhiên, điểm hạn chế lớn của các phương pháp rule-based là thiếu khả năng thích ứng: khi gặp biểu mẫu có bố cục hoặc ngữ nghĩa mới lạ, hệ thống dễ bị lỗi và không thể điền chính xác. Việc cập nhật hệ thống cũng tốn kém và đòi hỏi lập trình thủ công mỗi khi có thay đổi nhỏ trong biểu mẫu.

Từ năm 2010, học máy (machine learning) bắt đầu được áp dụng vào bài toán điền biểu mẫu. Khác với rule-based, học máy cho phép hệ thống học từ dữ liệu đầu vào thực tế của người dùng để đưa ra dự đoán phù hợp cho các trường thông tin. Một số sản phẩm tiêu biểu sử dụng cách tiếp cận này là Google Smart Autofill và Facebook Autofill SDK - những hệ thống khai thác dữ liệu duyệt web hoặc tải khoản cá nhân để tự động hoàn thành các biểu mẫu đăng ký, đăng nhập hoặc khảo sát. Các thuật toán được sử dụng trong giai đoạn này bao gồm KNN (K-Nearest Neighbors), Naive Bayes, Decision Tree và các mạng nơ-ron đơn giản. Một ví dụ điển hình [2] - một hệ thống trích xuất hóa đơn sử dụng mạng hồi tiếp (RNN) để học cách gán thông tin từ

các tài liệu đầu vào.

Cùng với sự phát triển của web ngữ nghĩa và các công nghệ ngữ nghĩa (semantic web), một nhánh nghiên cứu khác tập trung vào khai thác ngữ cảnh và ngữ nghĩa để nâng cao độ chính xác của hệ thống điền biểu mẫu. Phương pháp này không chỉ đơn giản là nhận diện chuỗi ký tự giống nhau, mà còn hiểu được mối liên hệ giữa các nhãn trường và mục đích sử dụng. Ví dụ, hệ thống có thể hiểu rằng "tên đầy đủ", "full name" hay "họ và tên" đều ám chỉ cùng một loại thông tin và do đó có thể dùng dữ liệu từ lịch sử phù hợp để điền. Nghiên cứu của Microsoft (2015) cho thấy việc phân tích ngữ cảnh xung quanh nhãn trường giúp cải thiện hiệu suất nhận dạng và gợi ý điền mẫu. Các kỹ thuật RDF, OWL trong Semantic Web cũng được ứng dụng để giúp hệ thống hiểu sâu hơn về mục tiêu của biểu mẫu. Chen [4] phát triển FormNet, một mô hình sử dụng học tuần tự để hiểu cấu trúc biểu mẫu và tự động hóa trích xuất trường dữ liệu từ các tài liệu scan như hóa đơn, biểu mẫu khảo sát,...

Từ năm 2020 trở lại đây, xu hướng nổi bật trong nghiên cứu là ứng dụng AI, đặc biệt là các mô hình ngôn ngữ lớn (LLMs) như BERT [5] và GPT [7], vào hệ thống điền biểu mẫu tự động. Các mô hình này có khả năng hiểu ngữ nghĩa sâu sắc của văn bản, học hỏi từ lịch sử người dùng và đưa ra gợi ý điền biểu mẫu một cách chính xác, linh hoạt và có tính cá nhân hóa cao. [3] phát triển mô hình Sentence-BERT, sử dụng mạng Siamese để so sánh ngữ nghĩa giữa các chuỗi văn bản, từ đó cho phép hệ thống xác định sự tương đồng giữa các nhãn biểu mẫu và thông tin người dùng lưu trữ. Nghiên cứu của Li et al. (2021) cho thấy khi mô hình học sâu được huấn luyện với lịch sử điền biểu mẫu thực tế của từng người dùng, hệ thống có thể tạo ra các đề xuất điền mẫu gần như chính xác tuyệt đối đối với các trường quen thuộc, đồng thời linh hoạt thích ứng với biểu mẫu mới.

Mặc dù đã có nhiều công cụ hỗ trợ điền biểu mẫu tự động, phần lớn các hệ thống hiện tại chỉ dừng lại ở việc điền thông tin cơ bản như họ tên, email, địa chỉ... dựa trên dữ liệu được lưu trữ sẵn trong trình duyệt hoặc ứng dụng. Chúng chưa đủ thông minh để hiểu nội dung cụ thể của biểu mẫu hoặc đưa ra gợi ý phù hợp với từng người dùng trong những hoàn cảnh khác nhau.

Đặc biệt, chưa có hệ thống nào thực sự tập trung vào việc điền biểu mẫu từ tài liệu Word (định dạng .docx) được người dùng tải lên từ web, sau đó tự động phân tích nội dung, hiểu được ngữ cảnh sử dụng và đưa ra gợi ý điền thông tin cá nhân hóa dựa trên lịch sử điền trước đó của người dùng. Cuối cùng, hệ thống còn phải cho phép tải về biểu mẫu đã được điền hoàn chỉnh - điều này gần như không có trong các giải pháp phổ biến hiện nay.

Bên cạnh đó, các công cụ hiện tại hầu hết không có khả năng học hỏi liên tục từ dữ liệu sử dụng thực tế - tức là chúng không thể tự cải thiện theo thời gian để đưa ra các gợi ý ngày càng chính xác hơn. Ngoài ra, việc tích hợp với môi trường giáo dục (như hệ thống quản lý học tập - LMS hoặc hệ thống thông tin sinh viên - SIS) thường bị bỏ qua.

Hệ thống trong nghiên cứu này ra đời nhằm giải quyết chính những điểm còn thiếu đó. Nó cho phép người dùng

tải biểu mẫu Word lên một giao diện web, sau đó sử dụng các kỹ thuật AI, NLP và mô hình GPT để phân tích văn bản, hiểu được mục đích biểu mẫu và gợi ý tự động thông tin cần điền dựa vào lịch sử của từng người dùng. Người dùng có thể chỉnh sửa nếu cần, và sau đó tải về phiên bản hoàn chỉnh của biểu mẫu - tất cả được thực hiện nhanh chóng, chính xác và dễ sử dụng, kể cả với người không có kiến thức kỹ thuật.

Bảng 1. So sánh các phương pháp tiếp cận

Phương pháp	Ưu điểm	Nhược điểm
Rule-based	Đơn giản, dễ triển khai	Khó mở rộng, không linh hoạt với biểu mẫu mới
Machine Learning	Học từ dữ liệu lịch sử, có khả năng thích nghi	Cần lượng dữ liệu huấn luyện lớn, độ phức tạp triển khai cao
Deep Learning	Hiệu quả cao với dữ liệu lớn, xử lý tốt biểu mẫu phi cấu trúc	Tốn tài nguyên tính toán, cần xử lý nhiều về hiệu năng
AI/LLM	Gợi ý thông minh, hiểu ngữ cảnh sâu	Chi phí cao, vấn đề bảo mật và đạo đức dữ liệu

Bên cạnh đó, các xu hướng phát triển trong tương lai của hệ thống điền biểu mẫu tự động bao gồm: tăng cường cá nhân hóa dựa trên hành vi người dùng theo thời gian thực; tích hợp học liên tục (continual learning) để hệ thống thích nghi với biểu mẫu mới mà không cần huấn luyện lại toàn bộ; hỗ trợ đa định dạng biểu mẫu (DOCX, PDF, HTML, ...) và nâng cao khả năng tương thích đa nền tảng (web, mobile, desktop). Đặc biệt, vấn đề bảo mật và quyền riêng tư sẽ ngày càng được quan tâm, đòi hỏi các hệ thống điền biểu mẫu phải áp dụng các kỹ thuật mã hóa, xác thực người dùng và lưu trữ dữ liệu an toàn.

Tổng kết lại, quá trình phát triển của các hệ thống điền biểu mẫu tự động trong lịch sử cho thấy sự chuyển dịch rõ rệt từ những phương pháp đơn giản như điền thủ công theo quy tắc sang việc ứng dụng học máy và xử lý ngôn ngữ tự nhiên để tự động hóa và cá nhân hóa nội dung. Tuy nhiên, nhiều hệ thống trước đây vẫn còn hạn chế ở khả năng thích ứng ngữ cảnh, độ chính xác khi gợi ý và chưa tận dụng tốt dữ liệu lịch sử người dùng. Hệ thống mà nghiên cứu này đề xuất đã kế thừa những ưu điểm từ các phương pháp truyền thống và hiện đại, đồng thời cải tiến bằng cách kết hợp các mô hình ngôn ngữ mạnh mẽ (như GPT), thuật toán so khớp ngữ nghĩa (TF-IDF, Cosine Similarity, Word2Vec) và khả năng học từ dữ liệu lịch sử người dùng để đưa ra các gợi ý điền biểu mẫu chính xác, phù hợp ngữ cảnh và cá nhân hóa. Chính nhờ những cải tiến đó, hệ thống có thể rút ngắn đáng kể thời gian xử lý, giảm sai sót và nâng cao hiệu quả sử dụng trong thực tiễn - đặc biệt trong lĩnh vực giáo dục, nơi lượng biểu mẫu cần điền mỗi ngày là rất lớn và yêu cầu tính chính xác cao. Đây là bước tiến quan

trọng so với các nghiên cứu trước, góp phần thúc đẩy ứng dụng AI vào công tác hành chính hiện đại.

3. Phân tích, đánh giá và so sánh các hệ thống điền biểu mẫu tự động hiện có

Trong lĩnh vực tự động hóa biểu mẫu, nhiều giải pháp đã được phát triển dưới dạng mã nguồn mở, mã nguồn đóng và các sản phẩm thương mại. Mỗi giải pháp có những đặc điểm, ưu và nhược điểm khác nhau tùy theo mục tiêu sử dụng, tính năng, khả năng mở rộng, mức độ cá nhân hóa, bảo mật và đối tượng người dùng. Việc phân tích và so sánh các giải pháp hiện có sẽ giúp làm rõ lợi thế cạnh tranh của hệ thống đề xuất trong bài này, từ đó định hướng phát triển tối ưu.

3.1. Các giải pháp mã nguồn mở

Các giải pháp mã nguồn mở cung cấp sự linh hoạt và khả năng tùy chỉnh cao cho người dùng, thường là miễn phí hoặc yêu cầu ít chi phí triển khai. AutoHotkey là một công cụ viết kịch bản cho Windows, cho phép tự động hóa các tác vụ nhập liệu và thao tác chuột, phù hợp với người dùng có kinh nghiệm kỹ thuật muốn tùy chỉnh sâu các quy trình điền biểu mẫu. Selenium kết hợp với Python là một bộ công cụ lập trình tự động hóa trình duyệt, mạnh mẽ trong việc tự động hóa các biểu mẫu web phức tạp và có khả năng tích hợp với các giải pháp AI, tuy nhiên đòi hỏi kỹ năng lập trình và thời gian thiết lập đáng kể. FillForm là một tiện ích trình duyệt đơn giản, giúp lưu và tự động điền lại thông tin vào các biểu mẫu lặp lại, hướng đến người dùng cá nhân với nhu cầu cơ bản, nhưng không có khả năng học từ dữ liệu lịch sử hoặc xử lý các biểu mẫu phức tạp.

3.2. Các giải pháp mã nguồn đóng

Các giải pháp mã nguồn đóng thường được tích hợp sẵn vào các nền tảng hoặc hệ điều hành, mang lại sự tiện lợi và dễ sử dụng cho người dùng cuối. Autofill Forms là tính năng điền tự động có sẵn trên các trình duyệt như Chrome và Safari, giúp người dùng nhanh chóng điền các biểu mẫu đơn giản với thông tin cá nhân cơ bản, nhưng thiếu khả năng tùy chỉnh và học hỏi nâng cao. Power Automate của Microsoft là một nền tảng tự động hóa quy trình nghiệp vụ mạnh mẽ, hỗ trợ nhiều ứng dụng và nền tảng khác nhau, phù hợp cho các doanh nghiệp và tổ chức có quy trình phức tạp, nhưng có thể khó sử dụng đối với người dùng không chuyên và có chi phí sử dụng. Apple AutoFill tích hợp chặt chẽ vào hệ sinh thái Apple, cung cấp khả năng điền tự động thông tin người dùng trên Safari và các ứng dụng iOS với tính bảo mật cao, nhưng lại thiếu khả năng tùy biến cho các hệ thống biểu mẫu tùy chọn.

3.3. Sản phẩm thương mại

Các sản phẩm thương mại cung cấp các giải pháp chuyên biệt với các tính năng nâng cao, hỗ trợ người dùng trong các tình huống cụ thể, nhưng thường đi kèm với chi phí. RoboForm là trình quản lý mật khẩu mạnh mẽ với chức năng điền biểu mẫu, tập trung vào bảo mật và hỗ trợ các biểu mẫu phức tạp, phù hợp cho người dùng cá nhân hoặc doanh nghiệp có yêu cầu cao về bảo mật. TextExpander là công cụ mở rộng đoạn văn bản, giúp tăng tốc độ nhập liệu và chia sẻ các đoạn văn bản mẫu, hữu ích cho các công việc lặp lại văn bản như chăm sóc khách hàng, nhưng không có

khả năng xử lý ngữ nghĩa hoặc học từ lịch sử người dùng. Fillout là nền tảng tạo biểu mẫu và khảo sát động, cung cấp giao diện thân thiện, hỗ trợ logic rẽ nhánh và API mạnh mẽ, phù hợp cho các tổ chức và doanh nghiệp cần thu thập dữ liệu và thực hiện khảo sát, nhưng không có tính năng gợi ý dựa trên lịch sử người dùng.

Tóm lại, phần này đã trình bày rõ các cơ sở lý thuyết và phương pháp cốt lõi như NLP, vector hóa văn bản (TF-IDF, Word2Vec), đo độ tương đồng ngữ nghĩa (Cosine Similarity) và ứng dụng mô hình ngôn ngữ hiện đại như GPT. Những phương pháp này đóng vai trò nền tảng giúp hệ thống không chỉ hiểu được nội dung biểu mẫu, mà còn tự động phân tích ngữ cảnh, truy xuất thông tin liên quan từ lịch sử điền biểu mẫu trước đó và đề xuất nội dung phù hợp một cách thông minh. Bằng việc kết hợp linh hoạt giữa các kỹ thuật truyền thống và hiện đại, hệ thống của đề tài có thể rút ngắn thời gian điền biểu mẫu, tăng độ chính xác và tính cá nhân hóa, đặc biệt hữu ích trong môi trường giáo dục - nơi người học và người dạy thường xuyên phải thao tác với nhiều loại biểu mẫu khác nhau. Đây chính là điểm vượt trội so với các hệ thống trước, mở ra hướng tiếp cận hiệu quả và thực tiễn hơn trong việc ứng dụng AI vào công tác quản lý và hành chính giáo dục.

Bảng 2. So sánh các giải pháp

Công cụ	Ưu điểm chính	Hạn chế chính	Phù hợp với ai
AutoHotkey	Linh hoạt, nhẹ, miễn phí	Không hỗ trợ AI hay NLP	Người dùng kỹ thuật
Selenium + Python	Mạnh mẽ, tích hợp AI dễ	Cần lập trình, thiết lập phức tạp	Lập trình viên, kỹ sư
Chrome/Apple Autofill	Dễ dùng, tích hợp sẵn	Không hiểu ngữ cảnh, không tùy biến sâu	Người dùng phổ thông
Power Automate	Tự động hóa quy trình phức tạp	Khó dùng với người không chuyên, tốn phí	Doanh nghiệp, tổ chức
RoboForm	Bảo mật cao, xử lý biểu mẫu phức tạp	Không học từ lịch sử người dùng, không AI	Nhân sự bảo mật cao
Fillout	Giao diện đẹp, hỗ trợ khảo sát động	Không gợi ý từ lịch sử, thiếu tính cá nhân hóa	Tổ chức khảo sát

Hệ thống được đề xuất trong nghiên cứu này mang lại nhiều điểm mạnh nổi bật, đặc biệt phù hợp với người dùng trong lĩnh vực giáo dục. Trước hết, hệ thống cho phép người dùng dễ dàng tải lên các tài liệu biểu mẫu dưới dạng Word (.docx) thông qua giao diện web đơn giản, không yêu cầu cài đặt phần mềm hay kiến thức kỹ thuật. Sau đó, hệ thống sử dụng các công nghệ tiên tiến như GPT và NLP để phân tích nội dung biểu mẫu, hiểu được mục đích và ngữ cảnh sử dụng, từ đó đưa ra các gợi ý điền thông tin chính xác và mang tính cá nhân hóa cao, dựa trên lịch sử sử dụng trước đó của từng người dùng. Khi hoàn tất, biểu mẫu đã được điền tự động có thể được tải xuống dưới dạng file Word hoàn chỉnh, giúp tiết kiệm thời gian, giảm sai sót và nâng cao hiệu quả làm việc. Không chỉ vậy, hệ thống còn có khả năng học hỏi theo thời gian, ngày càng cải thiện độ chính xác của các gợi ý. Với thiết kế hướng tới người dùng phổ thông và khả năng xử lý hiệu quả các biểu mẫu hành chính thường gặp trong môi trường giáo dục, hệ thống này thể hiện rõ tính thực tiễn, dễ tiếp cận và tiềm năng ứng dụng rộng rãi.

4. Ứng dụng hệ thống điền biểu mẫu tự động vào giáo dục

Ứng dụng hệ thống điền biểu mẫu tự động vào giáo dục là việc tích hợp AI và NLP vào các quy trình điền biểu mẫu trong môi trường giáo dục nhằm tự động hóa, tối ưu hóa và đơn giản hóa công việc nhập liệu hành chính. Mục tiêu chính của việc ứng dụng này là: giảm thời gian, công sức nhập liệu thủ công cho sinh viên, giáo viên và cán bộ quản lý; tăng độ chính xác và nhất quán trong điền thông tin; gợi ý thông tin phù hợp dựa trên lịch sử cá nhân và ngữ cảnh; nâng cao hiệu quả quản lý hành chính giáo dục và góp phần vào chuyển đổi số.

Hệ thống này có thể tự động thu thập, phân tích dữ liệu cá nhân từ các lần điền trước hoặc từ hồ sơ học sinh - sinh viên, sau đó tự động điền các biểu mẫu như: đơn xin nghỉ học, đơn xin hỗ trợ học phí, phiếu khảo sát, hồ sơ đăng ký môn học, ..., nhu cầu tối ưu hóa các hoạt động hành chính là một trong những yếu tố then chốt để nâng cao chất lượng quản lý và phục vụ người học. Việc xử lý các biểu mẫu hành chính như đơn xin nghỉ học, đăng ký học phần, phiếu khảo sát, hồ sơ sinh viên,... vẫn còn được thực hiện thủ công tại nhiều cơ sở giáo dục, gây ra áp lực lớn cho cả người học lẫn cán bộ quản lý. Chính vì vậy, việc ứng dụng một hệ thống điền biểu mẫu tự động thông minh, có khả năng học hỏi và thích nghi theo lịch sử sử dụng cá nhân, mang đến một hướng đi hiệu quả nhằm giảm thiểu gánh nặng hành chính và nâng cao trải nghiệm người dùng trong môi trường giáo dục.

Hệ thống điền biểu mẫu tự động sử dụng trí tuệ nhân tạo kết hợp với các kỹ thuật xử lý ngôn ngữ tự nhiên có thể tích hợp trực tiếp vào các nền tảng quản lý giáo dục hiện hành như LMS hoặc SIS. Khi áp dụng vào giáo dục, hệ thống này không chỉ hỗ trợ sinh viên tự động hoàn thiện các biểu mẫu quen thuộc một cách nhanh chóng, chính xác mà còn giúp giáo viên, cán bộ quản lý xử lý khối lượng lớn dữ liệu hành chính trong thời gian ngắn. Đặc biệt, bằng việc ghi nhớ và phân tích lịch sử tương tác của từng cá nhân, hệ thống có khả năng đưa ra các gợi ý điền thông tin phù hợp

với ngữ cảnh, từ đó giảm thiểu tối đa sai sót và sự lặp lại không cần thiết trong quá trình nhập liệu.

Khả năng học hỏi và cập nhật liên tục từ dữ liệu đầu vào cũng cho phép hệ thống thích ứng tốt với sự thay đổi của các biểu mẫu theo thời gian hoặc yêu cầu đặc thù của từng cơ sở giáo dục. Chẳng hạn, nếu một trường đại học thường xuyên cập nhật các biểu mẫu mới phục vụ cho hoạt động ngoại khóa hoặc chương trình học bổng, hệ thống có thể nhanh chóng thích nghi và hỗ trợ người dùng điền các biểu mẫu đó mà không cần lập trình lại. Tính năng này mở ra tiềm năng ứng dụng rộng lớn không chỉ ở cấp độ trường học mà còn ở cấp hệ thống giáo dục quốc gia, nơi việc đồng bộ và xử lý biểu mẫu của hàng triệu học sinh - sinh viên là một bài toán lớn.

Ngoài ra, hệ thống còn góp phần nâng cao tính minh bạch và chuẩn hóa trong hoạt động quản lý giáo dục. Các biểu mẫu được hoàn thiện một cách nhất quán và đúng định dạng, giúp công tác lưu trữ, tìm kiếm và phân tích dữ liệu trở nên dễ dàng hơn. Trong dài hạn, việc ứng dụng hệ thống này còn có thể kết hợp với các công cụ phân tích dữ liệu để đưa ra những nhận định hỗ trợ ra quyết định trong công tác điều hành giáo dục, chẳng hạn như dự đoán nhu cầu môn học, phát hiện bất thường trong hồ sơ sinh viên hoặc đánh giá mức độ hài lòng của người học thông qua phân tích phản hồi khảo sát.

Tóm lại, việc tích hợp hệ thống điền biểu mẫu tự động vào môi trường giáo dục không chỉ giải quyết các vấn đề trước mắt về hiệu suất hành chính mà còn tạo nền tảng vững chắc để hiện đại hóa công tác quản lý, thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành giáo dục trong kỷ nguyên số. Đây là bước đi cần thiết nhằm đưa trí tuệ nhân tạo vào phục vụ thực tiễn một cách thiết thực, hiệu quả và có định hướng lâu dài.

5. Giải thích cơ sở lý thuyết của hệ thống điền biểu mẫu tự động

Hệ thống điền biểu mẫu tự động trong nghiên cứu này được xây dựng dựa trên hai nền tảng chính: kỹ thuật so khớp tên trường (field matching) và AI. Mục tiêu của hệ thống là giúp người dùng điền các biểu mẫu một cách nhanh chóng và chính xác bằng cách hiểu nội dung biểu mẫu và gợi ý thông tin phù hợp dựa trên lịch sử sử dụng của từng người dùng.

Trước tiên, khi người dùng tải lên một biểu mẫu Word (.docx), hệ thống sẽ quét và xác định những chỗ cần điền thông tin – thường được đánh dấu bằng các ký hiệu đặc biệt như [123]. Sau đó, hệ thống sẽ tìm xung quanh các ký hiệu đó để xác định tên của từng trường dữ liệu (ví dụ như “Họ tên”, “Ngành học”, “Lớp”...). Để làm điều này, hệ thống sử dụng các kỹ thuật phân tích văn bản cơ bản, kết hợp với cách tổ chức bố cục trong biểu mẫu như văn bản thông thường hoặc bảng.

Sau khi biết các trường cần điền, hệ thống sử dụng nhiều phương pháp để tìm ra nội dung phù hợp. Các thuật toán được áp dụng bao gồm những cách đo độ giống nhau giữa các từ và câu, chẳng hạn như: Levenshtein Distance là đo số lần cần thay đổi để biến một từ thành từ khác, Jaccard và Cosine Similarity sẽ so sánh mức độ giống nhau

giữa các cụm từ, TF-IDF xác định từ nào quan trọng trong câu, Sentence-BERT giúp hệ thống “hiểu ý” của câu thay vì chỉ so sánh từng từ riêng lẻ.

Tuy nhiên, hệ thống không chỉ dựa vào việc so sánh từ ngữ mà còn sử dụng trí tuệ nhân tạo GPT-4 của OpenAI, một mô hình ngôn ngữ rất mạnh, có khả năng hiểu được mục đích của biểu mẫu và đề xuất nội dung phù hợp. Khi cần điền thông tin, hệ thống sẽ “hỏi” mô hình AI này bằng cách gửi nội dung như: “Biểu mẫu này là đơn xin nghỉ học, trường cần điền là ‘Lý do nghỉ’”. Người dùng trước đây từng điền các lý do như ‘bị ốm’, ‘việc gia đình...’ Từ đó, AI sẽ đưa ra các gợi ý như ‘bị ốm’ hoặc ‘có việc cá nhân’.

Hệ thống cũng có khả năng học hỏi từ lịch sử người dùng, nghĩa là những gì người dùng từng điền trước đây sẽ được ghi nhớ để cải thiện các gợi ý trong tương lai. Đồng thời, để tiết kiệm thời gian xử lý, hệ thống áp dụng cơ chế ghi nhớ (caching) - những kết quả gợi ý đã từng được sinh ra sẽ được lưu lại và sử dụng lại nếu gặp biểu mẫu tương tự, giúp phản hồi nhanh hơn.

Nhờ kết hợp giữa các kỹ thuật truyền thống và trí tuệ nhân tạo hiện đại, hệ thống có thể điền biểu mẫu một cách thông minh, hiểu đúng ngữ cảnh và cá nhân hóa nội dung cho từng người dùng, ngay cả khi họ không có kiến thức chuyên sâu về công nghệ.

Để giúp hệ thống tự động điền biểu mẫu, chúng tôi xây dựng một hệ thống để tự động lấy ra các thông tin cần điền (gọi là "trường dữ liệu") từ file Word. Hệ thống này dựa vào các ký hiệu đặc biệt như [*123*] và các chữ xung quanh để xác định thông tin cần lấy. Hệ thống sử dụng các kỹ thuật xử lý văn bản để trích xuất tên của trường dữ liệu. Hệ thống này hoạt động theo hai bước chính: 1. Lấy thông tin từ văn bản thường: Hệ thống dùng một công cụ đặc biệt gọi là "biểu thức chính quy" để tìm các mã trường có dạng [*123*] trong văn bản. Khi tìm thấy mã trường, hệ thống sẽ dò ngược lại để tìm tên của trường dữ liệu theo các bước sau: bỏ qua các khoảng trắng, kiểm tra các từ chỉ ngày, tháng, năm, tìm chữ cái viết hoa đầu tiên và lấy toàn bộ cụm từ từ đó đến mã trường. Hệ thống cũng có một danh sách các từ đặc biệt để xử lý riêng, giúp xác định chính xác các trường ngày tháng năm. 2. Phân tích cấu trúc bảng: Hệ thống xem xét tất cả các bảng trong file Word và phân tích từng hàng. Hệ thống cho rằng bảng được chia làm hai cột, trong đó cột đầu tiên chứa tên của trường dữ liệu và cột thứ hai chứa mã trường có dạng [*123*]. Tương tự như khi xử lý văn bản thường, hệ thống dùng "biểu thức chính quy" để tìm mã trường.

Bảng sau trình bày định dạng phù hợp trong tài liệu Word nhằm trích xuất tên trường hiển thị trên Web, bao gồm cả bảng biểu và đoạn văn:

Ngày Sinh	[002]
Email	[001]
Bạn đời	[003]
Nơi Sinh	[004]
Sdt	[005]
Email của bạn	[006]

Qua thông tin tuyển dụng của quý công ty đăng tải tại TopCV.vn, tôi được biết Quý công ty đang có nhu cầu tuyển dụng nhân viên cho vị trí Nhân viên Kế toán. Tôi nhận thấy đây là công việc rất phù hợp với trình độ, kỹ năng, kinh nghiệm mà bản thân tôi đã đúc kết và tích lũy trong quá trình học tập và làm việc từ trước đến nay.

Tôi tốt nghiệp Cử nhân ngành [007] tại Trường Đại học [008]. Sau khi tốt nghiệp, tôi làm việc ở vị trí [009] tại Công ty [0010]. Với [0011] năm làm việc, tôi đã tích

Hình 1. Định dạng trong word

Hệ thống kết hợp các trường được trích xuất từ văn bản thường và từ bảng, đồng thời loại bỏ các trường trùng lặp dựa trên mã trường:

Tập hợp (Set): hệ thống sử dụng cấu trúc dữ liệu tập hợp (set) để theo dõi các mã trường đã xử lý, giúp loại bỏ trùng lặp hiệu quả với độ phức tạp $O(1)$.

Sắp xếp theo vị trí: hệ thống sắp xếp các trường theo vị trí từ trên xuống dưới trong tài liệu, giúp duy trì thứ tự logic của các trường.

Ưu tiên trường xuất hiện đầu tiên: khi có nhiều trường có cùng mã trường, hệ thống ưu tiên trường xuất hiện đầu tiên trong tài liệu.

Ứng dụng trong hệ thống gợi ý giá trị.

Sau khi trích xuất được các tên trường từ tài liệu Word, hệ thống sẽ sử dụng các phương pháp so khớp tên trường và gợi ý giá trị đã được mô tả trong các phần trước để đề xuất giá trị phù hợp cho từng trường.

Việc trích xuất chính xác tên trường là bước đầu tiên và quan trọng trong quy trình gợi ý giá trị tự động, vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến độ chính xác của các gợi ý được đưa ra.

Sau khi áp dụng các kỹ thuật trích xuất, hình ảnh dưới đây minh họa kết quả trích xuất tên trường được hiển thị trên giao diện Web:

Diễn tất cả tự động

Hệ thống sẽ tự động điền các trường có thể

Cử nhân ngành

Trường bắt buộc

Nhập cử nhân ngành

Tự động

AI

Đại học

Trường bắt buộc

Nhập đại học

Tự động

AI

Sau khi tốt nghiệp, tôi làm việc ở vị trí

Trường bắt buộc

Nhập sau khi tốt nghiệp, tôi làm việc ở vị trí

Tự động

AI

Công ty

Trường bắt buộc

Nhập công ty

Tự động

AI

Với

Trường bắt buộc

Nhập với

Tự động

AI

Hình 2. Upload tài liệu docx lên Web

Phương pháp này được triển khai trong lớp EnhancedFieldMatcher và sử dụng nhiều thuật toán so khớp văn bản khác nhau để xác định độ tương đồng giữa các trường. Các thuật toán so khớp văn bản Levenshtein Distance (Edit Distance): đây là thuật toán đo lường

khoảng cách giữa hai chuỗi bằng cách đếm số thao tác tối thiểu (chèn, xóa, thay thế) cần thiết để biến đổi một chuỗi thành chuỗi khác. Công thức toán học: gọi a và b là hai chuỗi cần so sánh, độ dài lần lượt là |a| và |b|. Khoảng cách Levenshtein lev(a,b) được tính như sau:

Levenshtein Distance đo số lần cần thay đổi để biến một từ thành từ khác. Gọi a và b là hai chuỗi cần so sánh, độ dài lần lượt là |a| và |b|. Khoảng cách Levenshtein lev(a,b) được tính như sau:

lev(a,b) =

max(|a|, |b|)

nếu min(|a|, |b|) = 0

min(

lev(a[1:], b) + 1, // xóa

lev(a, b[1:]) + 1, // chèn

lev(a[1:], b[1:]) + (a[0] != b[0]) // thay thế

)

nếu min(|a|, |b|) > 0

Trong hệ thống, nhiều thuật toán đo độ tương đồng văn bản được kết hợp để nâng cao độ chính xác trong việc so khớp nội dung. Cụ thể, thuật toán difflib.SequenceMatcher của Python được sử dụng để so sánh độ tương đồng giữa hai chuỗi ký tự dựa trên các đoạn con trùng khớp. Jaccard Similarity đo lường độ tương đồng giữa hai tập hợp bằng cách tính tỷ lệ giữa kích thước giao và hợp của hai tập. Trong ngữ cảnh so khớp văn bản, hai chuỗi được chuyển thành tập hợp các từ, sau đó áp dụng công thức:

J(A, B) = |A ∩ B| / |A ∪ B|

Trong đó A và B là tập hợp các từ trong hai văn bản, |A ∩ B| là số từ xuất hiện ở cả hai văn bản, và |A ∪ B| là tổng số từ không trùng lặp trong cả hai văn bản. Cosine Similarity đo lường góc giữa hai vector trong không gian nhiều chiều, thể hiện mức độ tương đồng giữa hai văn bản được biểu diễn thành vector tần suất từ, với công thức:

cos(θ) = (A · B) / (||A|| × ||B||)

Trong đó A · B là tích vô hướng của hai vector, ||A|| và ||B|| là độ dài Euclidean. Hệ thống sử dụng hàm cosine_similarity từ thư viện sklearn.metrics.pairwise để tính toán chỉ số này. TF-IDF (Term Frequency-Inverse Document Frequency) là một chỉ số đánh giá tầm quan trọng của một từ trong một văn bản, so với toàn bộ tập văn bản, được tính bằng công thức:

tf-idf(t, d, D) = tf(t, d) × idf(t, D)

idf(t, D) = log(N / df(t))

Với tf(t, d) là tần suất xuất hiện của từ t trong văn bản d, N là tổng số văn bản và df(t) là số văn bản chứa từ t. Vector TF-IDF được tính bằng thư viện sklearn.feature_extraction.text.TfidfVectorizer. Sentence Transformers sử dụng mô hình học sâu để biểu diễn các câu dưới dạng vector ngữ nghĩa. Hệ thống sử dụng mô hình all-MiniLM-L6-v2 từ thư viện sentence_transformers để mã hóa văn bản và tính độ tương đồng giữa hai câu bằng công thức:

similarity = cos(encode(text_1), encode(text_2))

Trong đó encode() là hàm chuyển văn bản thành vector

embedding. Ngoài ra, hệ thống sử dụng phương pháp kết hợp (ensemble) nhiều thuật toán để tăng độ chính xác của việc so khớp nội dung. Các kỹ thuật xử lý NLP được áp dụng nhằm nâng cao chất lượng dữ liệu đầu vào, bao gồm chuẩn hóa mã Unicode về dạng chuẩn NFC, loại bỏ dấu câu và các ký tự đặc biệt nhưng vẫn giữ nguyên dấu tiếng Việt, cũng như chuẩn hóa từ đồng nghĩa bằng cách ánh xạ các cách viết khác nhau của cùng một khái niệm về một dạng thông nhất thông qua từ điển đồng nghĩa.

Bên cạnh đó, Hệ thống này sử dụng trí tuệ nhân tạo GPT-4 của OpenAI, được triển khai trong lớp AIFieldMatcher, để tự động gợi ý nội dung phù hợp khi người dùng điền vào các biểu mẫu. Khi cần điền một trường cụ thể (ví dụ: “Ngành học”), hệ thống sẽ gửi đến GPT-4 ba thông tin chính gồm tên trường cần điền, danh sách các giá trị mà người dùng đã từng nhập trước đó (chẳng hạn như “Khoa học máy tính” hoặc “Công nghệ thông tin”) và ngữ cảnh sử dụng của biểu mẫu (ví dụ: giáo dục, nghỉ học, khảo sát, ...). Dựa trên các dữ liệu này, GPT-4 sẽ hiểu được ý định và hoàn cảnh sử dụng biểu mẫu, từ đó tạo ra các gợi ý thông minh và phù hợp. Ví dụ, nếu người dùng từng nhập “Khoa học máy tính” và “Công nghệ thông tin” cho trường “Ngành học”, trong một biểu mẫu thuộc lĩnh vực giáo dục, GPT-4 có thể đề xuất lại các ngành đó để người dùng chọn, đồng thời đưa ra một giá trị mặc định. Các gợi ý này được hiển thị trên giao diện để người dùng có thể chọn hoặc chỉnh sửa lại nếu cần. Nhờ vào cơ chế này, việc điền biểu mẫu trở nên nhanh chóng, thuận tiện và mang tính cá nhân hóa cao.

Hệ thống vận hành dựa trên mô hình ngôn ngữ lớn GPT-4 – một mô hình được huấn luyện từ lượng lớn văn bản và có khả năng hiểu ngữ cảnh rất tốt. Để định hướng cho GPT-4 tạo ra các gợi ý chính xác, hệ thống sử dụng kỹ thuật gọi là “Prompt Engineering”, tức là thiết kế các câu lệnh đầu vào thật cụ thể và rõ ràng. Ví dụ, nếu trường cần gợi ý là “Ngành học”, hệ thống sẽ tạo prompt có nội dung như “Bạn là một hệ thống gợi ý biểu mẫu thông minh... Trường cần gợi ý: “Ngành học”. Lịch sử người dùng từng nhập: khoa học máy tính, công nghệ thông tin. Biểu mẫu này thuộc ngữ cảnh: giáo dục...” và yêu cầu mô hình tạo ra các gợi ý phù hợp. Ngoài ra, để hiểu rõ hơn biểu mẫu mà người dùng đang sử dụng, hệ thống còn có thể phân tích toàn bộ nội dung biểu mẫu thông qua GPT-4 nhằm xác định mục đích sử dụng, đối tượng sử dụng, các trường thông tin chính và ngữ cảnh (như hành chính, pháp lý, giáo dục...). Tất cả thông tin phân tích được hệ thống tóm tắt lại để làm cơ sở cho việc sinh gợi ý.

Sau khi GPT-4 trả về kết quả, hệ thống sẽ dùng các biểu thức chính quy (regex) để trích xuất phần gợi ý và giá trị mặc định. Ví dụ, nếu mô hình trả về chuỗi như “Gợi ý: [Khoa học máy tính, Công nghệ thông tin], Mặc định: công nghệ thông tin”, hệ thống sẽ tách riêng từng gợi ý và lưu lại giá trị mặc định để hiển thị cho người dùng. Với cách tiếp cận này, hệ thống không chỉ giúp rút ngắn thời gian nhập liệu mà còn mang đến trải nghiệm hiện đại, cá nhân hóa, và dễ sử dụng, kể cả với người không có chuyên môn kỹ thuật.

Hệ thống sử dụng cơ chế caching để tối ưu hiệu suất,

“Caching” là kỹ thuật lưu tạm thời kết quả xử lý trước đó để tăng tốc độ phản hồi cho những lần sử dụng tiếp theo. Ví dụ, nếu người dùng vừa nhập một biểu mẫu có trường “Tên trường đại học”, hệ thống sẽ lưu lại gợi ý tương ứng. Khi gặp biểu mẫu tương tự, thay vì gọi lại AI hoặc tính toán lại từ đầu, hệ thống sẽ sử dụng kết quả đã lưu sẵn để trả về nhanh hơn.

Hệ thống kết hợp cả hai hướng - vừa so khớp tên trường, vừa dùng AI - để đưa ra gợi ý thông minh và cá nhân hóa. Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả gợi ý bao gồm độ tương đồng giữa các trường (sử dụng các thuật toán so khớp văn bản), tần suất sử dụng (các giá trị được sử dụng nhiều lần có trọng số cao hơn), thời gian sử dụng (các giá trị gần đây có trọng số cao hơn), ngữ cảnh biểu mẫu (được trích xuất từ nội dung biểu mẫu) và sở thích người dùng (dựa trên lịch sử sử dụng của từng người dùng).

The screenshot displays a web form with three main sections, each containing a text input field and a dropdown menu with suggestions. The first section is labeled 'Cử nhân ngành' (Bachelor's degree) with a value of 'IT'. The second section is labeled 'Đại học' (University) with a value of 'DNCs'. The third section is labeled 'Sau khi tốt nghiệp, tôi làm việc ở vị trí' (After graduation, I work at the position) with a value of 'DNC-'. Each dropdown menu has a 'Tự động' (Automatic) button. At the top, there is a yellow button labeled 'Diễn tất cả tự động' (Automate all) and a note: 'Hệ thống sẽ tự động điền các trường có thể' (The system will automatically fill in the fields it can). Below the third section, there is a blue box with the text 'Chọn một giá trị phù hợp:' (Choose a suitable value:). Below this, there are two rows of suggestions for 'DNC-' and 'DNC', each with a 'Sau khi tốt nghiệp, tôi làm việc ở vị trí (100%)' (After graduation, I work at the position (100%)) label. At the bottom, there is a field with the value 'với 1' (with 1) and a 'Tự động' (Automatic) button.

Hình 4. Chức năng điền tự động

Nhờ kết hợp giữa các kỹ thuật truyền thông và trí tuệ nhân tạo hiện đại, hệ thống có thể điền biểu mẫu một cách thông minh, hiểu đúng ngữ cảnh và cá nhân hóa nội dung cho từng người dùng, ngay cả khi họ không có kiến thức chuyên sâu về công nghệ. Hệ thống cũng xây dựng phương pháp trích xuất tự động các trường cần điền từ tài liệu Word dựa vào ký hiệu đặc trưng [123] và văn bản ngữ cảnh xung quanh. Hệ thống sử dụng các kỹ thuật xử lý văn bản để trích xuất tên trường từ tài liệu Word, bao gồm trích xuất trường từ văn bản thường (sử dụng biểu thức chính quy \d+ và thuật toán tìm ngược), phân tích cấu trúc bảng, kết hợp và loại bỏ trùng lặp (sử dụng tập hợp và sắp xếp theo vị trí) và ứng dụng trong hệ thống gợi ý giá trị. Việc trích xuất chính xác tên trường là bước đầu tiên và quan trọng trong quy trình gợi ý giá trị tự động, vì ảnh hưởng trực tiếp đến độ chính xác của các gợi ý được đưa ra.

6. Kết luận

Nghiên cứu đã trình bày và hiện thực hóa một cách tiếp cận mới trong việc tự động hóa quy trình điền biểu mẫu hành chính thông qua hệ thống tích hợp trí tuệ nhân tạo, đặc biệt là các kỹ thuật xử lý ngôn ngữ tự nhiên và mô hình học sâu. Với mục tiêu nâng cao hiệu quả, độ chính xác và tính cá nhân hóa trong xử lý biểu mẫu, hệ thống đề xuất không chỉ giúp rút ngắn thời gian thao tác cho người dùng mà còn cải thiện đáng kể chất lượng dữ liệu được nhập vào.





Thông qua quá trình triển khai thực nghiệm, hệ thống cho thấy khả năng học hỏi từ lịch sử sử dụng để đưa ra gợi ý điền nội dung thông minh và phù hợp theo ngữ cảnh, đồng thời xử lý tốt các biểu mẫu có cấu trúc đa dạng và độ phức tạp khác nhau. Việc áp dụng các phương pháp so khớp trường dữ liệu như Cosine Similarity, Jaccard Index, và các kỹ thuật embedding hiện đại như Word2Vec, BERT hay Sentence-BERT đã góp phần nâng cao độ chính xác trong việc xác định tương quan ngữ nghĩa giữa các nhân trường và dữ liệu nguồn. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đã phân tích kỹ lưỡng các hệ thống và công cụ điền biểu mẫu hiện có trên thị trường, từ mã nguồn mở đến các sản phẩm thương mại, qua đó khẳng định vị trí và tiềm năng vượt trội của hệ thống được đề xuất trong việc cá nhân hóa và mở rộng ứng dụng thực tiễn. Để kiểm chứng hiệu quả thực tế của hệ thống, nhóm nghiên cứu đã tiến hành thử nghiệm trên một tập dữ liệu gồm 150 biểu mẫu hành chính thực tế được sử dụng tại một trường đại học tư thục. Kết quả cho thấy hệ thống đạt tỷ lệ chính xác trung bình khi gợi ý đúng thông tin là 91.2%, trong đó các trường phổ biến như “Họ tên”, “Ngành học”, “Lớp”, “Mã số sinh viên” có độ chính xác trên 95%. Thời gian trung bình để hoàn thành một biểu mẫu sau khi hệ thống gợi ý là 1 phút 47 giây, giảm gần 80% thời gian so với nhập tay truyền thống (trung bình 8 phút). Ngoài ra, khảo sát nhanh trên 35 người dùng thử cho thấy 94% đánh giá hệ thống dễ sử dụng, và 88% cho biết họ sẵn sàng sử dụng hệ thống nếu được triển khai thực tế trong trường học. Tuy nhiên, hệ thống vẫn tồn tại một số hạn chế, đặc biệt là về hiệu năng xử lý ở quy mô lớn, khả năng thích ứng với biểu mẫu hoàn toàn mới hoặc dữ liệu không chuẩn hóa. Trong tương lai, việc tích hợp học liên tục (continual learning), tối ưu hóa hiệu suất, tăng cường bảo mật dữ liệu và khả năng tương thích đa nền tảng sẽ là những hướng phát triển cần thiết nhằm hoàn thiện hệ thống một cách toàn diện. Với những kết quả đã đạt được, nghiên cứu này không

chỉ cung cấp một giải pháp công nghệ thiết thực cho ngành giáo dục mà còn mở ra triển vọng ứng dụng rộng rãi trong các lĩnh vực hành chính công, tài chính, y tế và doanh nghiệp, góp phần vào tiến trình chuyển đổi số bền vững trong kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] De Luca, A., et al. (2007). “The impact of autofill on the usability of mobile form filling.” Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. <https://www.mediainformatik.uni-muenchen.de/pubdb/publications/pub/deluca2007pmc/deluca2007pmc.pdf>
- [2] Palm, R. B., et al. (2020). “CloudScan: A configuration-free invoice analysis system using RNNs.” IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence, 43(4), 1169–1185. <https://doi.org/10.1109/TPAMI.2019.2944806>
- [3] Reimers, Nils, and Iryna Gurevych. “Sentence-BERT: Sentence Embeddings Using Siamese BERT-Networks.” *Proceedings of EMNLP-IJCNLP 2019*, 2019, pp. 3982–3992. [Online] Available: <https://doi.org/10.18653/v1/D19-1410>
- [4] Chen, Xiang, et al. “FormNet: Structural Encoding via Sequential Pattern for Form Information Extraction.” *Proceedings of the 59th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, 2021, pp. 2425–2435. [Online] Available: <https://doi.org/10.18653/v1/2021.acl-long.188>
- [5] Devlin, J., et al. (2019). “BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding.” NAACL-HLT 2019. <https://doi.org/10.18653/v1/N19-1423>
- [6] Zawacki-Richter, Olaf, et al. “Systematic Review of Research on Artificial Intelligence Applications in Higher Education.” *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, vol. 16, 2019, pp. 1–27. [Online] Available: <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0171-0>
- [7] Brown, T. B., et al. (2020). “Language Models Are Few-Shot Learners.” NeurIPS 2020, 33, 1877–1901. <https://arxiv.org/abs/2005.14165>
- [8] Reimers, N., & Gurevych, I. (2019). “Sentence-BERT: Sentence Embeddings Using Siamese BERT-Networks.” EMNLP-IJCNLP 2019. <https://doi.org/10.18653/v1/D19-1410>

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Tuấn Đạt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiện là sinh viên năm tư ngành Khoa học máy, Trường Đại học Nam Cần Thơ. Thực tập tại công ty TNHH Một thành viên Công nghệ Kỹ thuật Tiên Phong. - Lĩnh vực quan tâm: Khoa học máy tính, Trí tuệ nhân tạo. - Điện thoại: 0353730323.
	<p>Nguyễn Anh Duy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cử nhân ngành Công nghệ thông tin - Trường Đại học Nam Cần Thơ. - Hiện là Giám đốc dự án Adhightech Ltd., Vietnam. - Lĩnh vực quan tâm: máy học (ML), công nghệ AI. - Liên lạc: nguyenanhduy@adhightech.com.
	<p>Trần Thanh Nam:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiện là Giáo viên khoa Công nghệ thông tin, Trường Đại Học Nam Cần Thơ. - Điện thoại: 0834734099.
	<p>Trần Văn Thiện:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiện là Giáo viên khoa công nghệ thông tin, Trường Đại Học Nam Cần Thơ. - Điện thoại: 0902091071.

HƯỚNG TIẾP CẬN RAG KẾT HỢP KIỂM ĐỊNH ĐỘ ĐÚNG THÔNG TIN CHO HỆ THỐNG TẠO CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM THANG BLOOM BẰNG LLM CHO GIÁO DỤC

SYSTEM FOR GENERATING BLOOM'S TAXONOMY MULTIPLE-CHOICE QUESTIONS USING LLM FOR EDUCATION

Ngô Quan Thành Nha^{1,2}, Nguyễn Anh Duy², Nguyễn Văn Linh¹, Ngô Hồ Anh Khôi¹*

¹Trường Đại học Nam Cần Thơ;

²Adhightech Ltd

Ngo Quan Thanh Nha^{1,2}, Nguyen Anh Duy², Nguyen Van Linh¹, Ngo Ho Anh Khoi¹*

¹Nam Can Tho University

²Adhightech Ltd

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Ngô Quan Thành Nha (email: ngothanhnhha2017@gmail.com)*

Tóm tắt - Trong bối cảnh giáo dục ngày càng hướng tới cá nhân hóa và đánh giá năng lực, việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để hỗ trợ xây dựng công cụ kiểm tra đánh giá trở nên cấp thiết. Nghiên cứu này đề xuất một hệ thống tự động tạo câu hỏi trắc nghiệm dựa trên công nghệ mô hình ngôn ngữ lớn (LLM), với khả năng sinh câu hỏi phù hợp theo từng cấp độ nhận thức của thang Bloom. Bằng cách tích hợp xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) với các mô hình LLM tiên tiến, hệ thống không chỉ đảm bảo độ chính xác ngữ cảnh, tính liên quan nội dung mà còn tuân thủ các tiêu chí sư phạm. Quy trình tạo câu hỏi được thiết kế linh hoạt theo mục tiêu giảng dạy, giúp giáo viên tiết kiệm thời gian và nâng cao hiệu quả đánh giá. Nghiên cứu góp phần mở ra hướng đi mới trong việc khai thác AI để hiện đại hóa công tác kiểm tra - đánh giá trong giáo dục, đặc biệt phù hợp với mô hình giáo dục thông minh và chuyển đổi số. Hiện nay, mặc dù có nhiều nghiên cứu tập trung vào việc tạo câu hỏi trắc nghiệm và tạo câu hỏi Bloom, nhưng chưa có nghiên cứu nào đề cập đến việc xây dựng câu hỏi dựa trên thang đo Bloom tự động. Nghiên cứu này gợi ý một mô hình tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động theo thang đo Bloom và tập trung ứng dụng vào giáo dục, các cải tiến thuật toán, giải thuật sẽ được đề cập trong bài khác.

Từ khóa - Xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP); mô hình ngôn ngữ lớn (LLM); tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động; thang Bloom; giáo dục thông minh.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 diễn ra mạnh mẽ, AI đang ngày càng khẳng định vai trò quan trọng trong nhiều lĩnh vực của đời sống và giáo dục không nằm ngoài xu thế đó. Một trong những ứng dụng đầy hứa hẹn của AI trong giáo dục là khả năng tự động tạo bộ câu hỏi/câu trả lời trắc nghiệm theo thang Bloom dựa trên tập giáo trình cho trước.

Công nghệ tự tạo bộ câu hỏi/câu trả lời trắc nghiệm theo thang Bloom dựa trên tập giáo trình cho trước sử dụng mô hình ngôn ngữ lớn là một hệ thống tiên tiến, kết hợp sức mạnh của AI, đặc biệt là các kỹ thuật NLP và học máy (Machine Learning), để phân tích nội dung của tài liệu giáo trình. Dựa trên sự hiểu biết sâu sắc về cấu trúc ngữ nghĩa và các khái niệm trong giáo trình, hệ thống này có khả năng

Abstract - In the context of education increasingly emphasizing personalization and competency-based assessment, the application of artificial intelligence (AI) to support the development of assessment tools has become essential. This study proposes an automated system for generating multiple-choice questions based on large language model (LLM) technology, with the capability to produce questions aligned with the cognitive levels of Bloom's Taxonomy. By integrating natural language processing (NLP) with advanced LLMs, the system ensures contextual accuracy, content relevance, and adherence to pedagogical principles. The question-generation process is designed to be flexible and aligned with instructional goals, helping educators save time and improve assessment effectiveness. This research contributes to opening new directions for leveraging AI to modernize assessment practices in education, especially in line with smart education models and digital transformation. Although numerous studies have focused on multiple-choice question generation and Bloom-based question design, no prior work has addressed the automatic construction of questions based on Bloom's Taxonomy. This study introduces a model for the automated generation of multiple-choice questions aligned with Bloom's cognitive framework.

Keywords - Natural Language Processing (NLP); Large Language Model (LLM); automatic multiple-choice question generation; Bloom's taxonomy; smart education.

tự động hóa quá trình xây dựng các câu hỏi và phương án trả lời trắc nghiệm. Điểm đặc biệt là các câu hỏi này được thiết kế một cách có hệ thống, phân loại theo các cấp độ nhận thức khác nhau của thang Bloom, từ mức độ ghi nhớ, hiểu, áp dụng, phân tích, đánh giá đến sáng tạo. Quá trình này giúp giáo viên tiết kiệm thời gian và công sức trong việc biên soạn câu hỏi, đồng thời đảm bảo tính khách quan và bao quát kiến thức của bộ câu hỏi.

Bằng cách tạo ra các câu hỏi bao phủ các cấp độ nhận thức khác nhau của thang Bloom, giáo viên có thể đánh giá một cách đầy đủ khả năng ghi nhớ kiến thức, mức độ hiểu bài, khả năng vận dụng kiến thức vào các tình huống cụ thể, kỹ năng phân tích, đánh giá thông tin và khả năng sáng tạo của học sinh, sinh viên.

AI có thể được sử dụng để tạo ra các bộ câu hỏi phù

hợp với trình độ và tốc độ học tập của từng cá nhân, giúp tối ưu hóa trải nghiệm học tập và đánh giá. Quá trình tạo câu hỏi trắc nghiệm truyền thống thường tốn nhiều thời gian và công sức. Công nghệ này giúp tự động hóa phần lớn công việc, tạo ra ngân hàng câu hỏi, giải phóng giáo viên để tập trung vào các hoạt động giảng dạy và tương tác với học sinh, sinh viên. Các câu hỏi được tạo ra dựa trên nội dung khách quan của giáo trình, giảm thiểu sự chủ quan trong quá trình biên soạn. Công nghệ này có thể tạo ra nhiều dạng câu hỏi khác nhau, giúp bài kiểm tra và bài tập trở nên phong phú và hấp dẫn hơn.

2. Thang Bloom và các hệ thống tạo câu hỏi trắc nghiệm

Thang Bloom, được giới thiệu lần đầu tiên vào năm 1956 bởi Benjamin Bloom và các cộng sự, là một khung phân loại học tập mang tính cách mạng, nhằm hệ thống hóa các mục tiêu giáo dục. Thang Bloom ban đầu, còn được gọi là Thang phân loại Bloom (Bloom's Taxonomy), bao gồm sáu cấp độ nhận thức: kiến thức, thông hiểu, áp dụng, phân tích, tổng hợp và đánh giá [9]. Mục tiêu của thang này là giúp các nhà giáo dục thiết kế các hoạt động học tập và đánh giá nhằm thúc đẩy sự phát triển toàn diện của học sinh, từ việc ghi nhớ thông tin cơ bản đến khả năng tư duy phân biệt và sáng tạo. Trong bối cảnh giáo dục thế kỷ 20, thang Bloom nhanh chóng trở thành một công cụ nền tảng, được sử dụng rộng rãi trong việc xây dựng chương trình giảng dạy và đánh giá học sinh trên toàn thế giới.

Vào năm 2001, một nhóm các nhà giáo dục do Lorin Anderson và David Krathwohl dẫn đầu đã sửa đổi thang Bloom, cập nhật các cấp độ nhận thức để phản ánh tốt hơn các yêu cầu học tập hiện đại. Phiên bản sửa đổi bao gồm các cấp độ: ghi nhớ, hiểu, áp dụng, phân tích, đánh giá và sáng tạo [10]. Sự thay đổi này không chỉ làm rõ hơn các mục tiêu học tập mà còn nhấn mạnh vai trò của sáng tạo như một cấp độ tư duy cao nhất. Thang Bloom sửa đổi đã trở thành nền tảng cho nhiều nghiên cứu về đánh giá học tập, bao gồm cả việc thiết kế câu hỏi trắc nghiệm nhằm đo lường các cấp độ tư duy khác nhau. Sự phổ biến của thang Bloom đã tạo động lực cho các nhà nghiên cứu khám phá cách tích hợp công nghệ vào việc tạo câu hỏi trắc nghiệm, đặc biệt là với sự xuất hiện của AI trong giáo dục.

Việc tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động (Automated Question Generation - AQG) đã xuất hiện từ những năm 1970, khi các hệ thống máy tính đầu tiên được sử dụng để hỗ trợ giáo dục. Những hệ thống ban đầu, như hệ thống CAI (Computer-Assisted Instruction), chủ yếu tập trung vào việc tạo các câu hỏi đơn giản dựa trên các mẫu (template) được định sẵn. Tuy nhiên, hạn chế của các hệ thống này là sự thiếu linh hoạt và khả năng tạo ra các câu hỏi ở các cấp độ nhận thức cao hơn, chẳng hạn như phân tích hay đánh giá theo thang Bloom [15]. Các câu hỏi được tạo ra thường chỉ dừng lại ở mức ghi nhớ hoặc hiểu, do đó không thể đáp ứng được nhu cầu đánh giá toàn diện năng lực học sinh.

Sự phát triển vượt bậc của AI, đặc biệt là từ những năm 2010, đã mở ra một kỷ nguyên mới cho việc ứng dụng công nghệ vào giáo dục. Các mô hình machine learning và deep learning đã cho phép các hệ thống AI phân tích và xử lý lượng dữ liệu lớn với độ chính xác cao. Trong lĩnh vực

NLP, các mô hình như Word2Vec, GloVe, và sau đó là BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers) đã cách mạng hóa khả năng hiểu và tạo ngôn ngữ tự nhiên [16]. Những tiến bộ này đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển các hệ thống tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động thông minh hơn, có khả năng tạo ra các câu hỏi ở nhiều cấp độ nhận thức khác nhau.

Các nghiên cứu từ thập kỷ 2010 bắt đầu tập trung vào việc tích hợp AI vào việc tạo câu hỏi theo thang Bloom. Chẳng hạn, nghiên cứu của Liu và cộng sự đã sử dụng các mô hình học máy để phân loại câu hỏi theo các cấp độ của thang Bloom, dựa trên các đặc trưng ngôn ngữ như độ phức tạp của từ vựng và cấu trúc câu [17]. Một số nghiên cứu khác, như của Kumar và cộng sự, đã khám phá việc sử dụng các mạng nơ-ron sâu để tạo câu hỏi tự động từ văn bản giáo khoa, với mục tiêu đảm bảo rằng các câu hỏi được tạo ra phù hợp với các cấp độ nhận thức từ thấp đến cao [5]. Những nỗ lực này đã đặt nền móng cho việc kết hợp AI và thang Bloom trong việc phát triển các công cụ đánh giá học tập.

Việc tích hợp thang Bloom vào các hệ thống tạo câu hỏi tự động sử dụng AI đã trở thành một hướng nghiên cứu nổi bật trong những năm gần đây. Các nhà nghiên cứu nhận ra rằng, để đáp ứng nhu cầu đánh giá năng lực học sinh một cách toàn diện, các câu hỏi trắc nghiệm cần phải được thiết kế sao cho bao quát tất cả các cấp độ nhận thức của thang Bloom. Điều này đòi hỏi các hệ thống AI không chỉ có khả năng tạo câu hỏi mà còn phải phân loại và đảm bảo rằng các câu hỏi được tạo ra phù hợp với mục tiêu giáo dục cụ thể.

Một trong những thách thức lớn nhất trong việc tích hợp thang Bloom vào hệ thống AQG là việc xác định các đặc trưng ngôn ngữ và ngữ cảnh liên quan đến từng cấp độ nhận thức. Ví dụ, các câu hỏi ở cấp độ "Ghi nhớ" thường yêu cầu học sinh tái hiện thông tin, trong khi các câu hỏi ở cấp độ "Sáng tạo" đòi hỏi học sinh phải đưa ra ý tưởng mới hoặc giải pháp độc đáo. Để giải quyết vấn đề này, các nhà nghiên cứu đã sử dụng các mô hình học sâu, chẳng hạn như BERT và GPT (Generative Pre-trained Transformer), để phân tích văn bản và tạo câu hỏi dựa trên các mẫu ngôn ngữ phức tạp [18]. Nghiên cứu đã đề xuất một mô hình dựa trên BERT để phân loại câu hỏi theo thang Bloom, đạt độ chính xác cao trong việc xác định các cấp độ nhận thức.

Ngoài ra, các hệ thống AQG hiện đại còn được tích hợp với các kỹ thuật học tăng cường (reinforcement learning) để tối ưu hóa quá trình tạo câu hỏi. Chẳng hạn, nghiên cứu của Chen và cộng sự đã sử dụng học tăng cường để điều chỉnh các câu hỏi được tạo ra, đảm bảo rằng chúng không chỉ đúng về mặt ngữ pháp mà còn phù hợp với mục tiêu học tập được xác định bởi thang Bloom [18]. Những tiến bộ này đã giúp các hệ thống AQG trở nên linh hoạt hơn, có khả năng tạo ra các câu hỏi đa dạng và phù hợp với nhiều bối cảnh giáo dục khác nhau.

Việc ứng dụng công nghệ tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động theo thang Bloom sử dụng AI đã mang lại nhiều lợi ích thực tiễn trong giáo dục. Một trong những ứng dụng phổ biến nhất là trong các hệ thống học tập trực tuyến (e-learning), nơi các câu hỏi trắc nghiệm được sử dụng để

đánh giá và cung cấp phản hồi tức thời cho học sinh [19]. Các nền tảng như Moodle, Canvas và Blackboard đã bắt đầu tích hợp các công cụ AQG để hỗ trợ giáo viên trong việc tạo ngân hàng câu hỏi chất lượng cao mà không mất quá nhiều thời gian.

Bên cạnh đó, các hệ thống AQG còn được sử dụng trong việc cá nhân hóa học tập. Bằng cách phân tích dữ liệu học tập của từng học sinh, các hệ thống AI có thể tạo ra các câu hỏi phù hợp với trình độ và nhu cầu của họ, từ đó thúc đẩy sự tiến bộ cá nhân. Ví dụ, một học sinh gặp khó khăn ở cấp độ “Hiểu” có thể được cung cấp các câu hỏi tập trung vào việc giải thích khái niệm, trong khi một học sinh ở cấp độ cao hơn có thể nhận được các câu hỏi yêu cầu phân tích hoặc sáng tạo. Hệ thống AQG đã cá nhân hóa giúp cải thiện đáng kể kết quả học tập của học sinh, đặc biệt là trong các môn học STEM (Khoa học, Công nghệ, Kỹ thuật và Toán học) [20].

Mặc dù đã đạt được nhiều tiến bộ, việc ứng dụng công nghệ tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động theo thang Bloom vẫn đối mặt với một số thách thức. Thứ nhất, việc đảm bảo tính chính xác và phù hợp của các câu hỏi được tạo ra vẫn là một vấn đề lớn. Các mô hình AI đôi khi tạo ra các câu hỏi không rõ ràng hoặc không đúng với mục tiêu học tập, đặc biệt là ở các cấp độ nhận thức cao như Đánh giá và Sáng tạo [21]. Thứ hai, sự phụ thuộc vào dữ liệu huấn luyện chất lượng cao là một rào cản, vì các mô hình AI cần được huấn luyện trên các tập dữ liệu lớn và đa dạng để đạt hiệu quả tối ưu [22].

Trong tương lai, các nghiên cứu cần tập trung vào việc phát triển các mô hình AI có khả năng học thích nghi (adaptive learning) để tạo ra các câu hỏi phù hợp với từng bối cảnh giáo dục cụ thể [23]. Ngoài ra, việc tích hợp các công nghệ mới, như xử lý ngôn ngữ đa phương thức (multimodal NLP), có thể giúp các hệ thống AQG tạo ra các câu hỏi dựa trên không chỉ văn bản mà còn hình ảnh, video và các dạng dữ liệu khác. Cuối cùng, các nhà nghiên cứu cũng cần xem xét các vấn đề đạo đức liên quan đến việc sử dụng AI trong giáo dục, chẳng hạn như đảm bảo tính công bằng và minh bạch trong quá trình đánh giá học sinh.

Lịch sử nghiên cứu về ứng dụng công nghệ tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động theo thang Bloom sử dụng mô hình ngôn ngữ lớn vào giáo dục đã trải qua nhiều giai đoạn phát triển, từ những hệ thống dựa trên quy tắc đơn giản đến các mô hình AI tiên tiến. Sự kết hợp giữa thang Bloom và các công nghệ AI hiện đại đã mở ra những cơ hội mới để cải thiện chất lượng đánh giá học tập và cá nhân hóa giáo dục. Mặc dù vẫn còn nhiều thách thức, các tiến bộ trong lĩnh vực này hứa hẹn sẽ mang lại những thay đổi tích cực cho giáo dục trong tương lai, góp phần xây dựng một hệ thống học tập thông minh, hiệu quả và công bằng hơn.

Một trong những hướng nghiên cứu quan trọng trong giai đoạn này là việc sử dụng các kỹ thuật biểu diễn từ (word embeddings) và biểu diễn câu (sentence embeddings) như Word2Vec, GloVe và sau này là các mô hình dựa trên Transformer như BERT, RoBERTa và GPT. Các mô hình này có khả năng biểu diễn ý nghĩa của từ và câu dưới dạng các vector số học, cho phép các hệ thống AI

hiểu được sự tương đồng và khác biệt giữa các khái niệm, từ đó tạo ra các câu hỏi và phương án trả lời phù hợp hơn. Đặc biệt, các mô hình Transformer với cơ chế self-attention đã cho thấy khả năng nắm bắt ngữ cảnh dài và các mối quan hệ phức tạp trong văn bản một cách hiệu quả, mở đường cho việc tạo ra các câu hỏi trắc nghiệm tinh tế và đa dạng hơn.

Song song với sự phát triển của các mô hình ngôn ngữ và học máy, việc tích hợp thang phân loại Bloom vào quá trình tạo câu hỏi tự động cũng nhận được sự quan tâm đáng kể. Thang Bloom, với sáu cấp độ nhận thức từ thấp đến cao, cung cấp một khung lý thuyết vững chắc để thiết kế các câu hỏi đánh giá năng lực học tập ở các mức độ khác nhau. Các nghiên cứu đã tập trung vào việc tìm ra các dấu hiệu ngôn ngữ, các từ khóa và cấu trúc câu đặc trưng cho từng cấp độ Bloom và sử dụng chúng để hướng dẫn quá trình tạo câu hỏi tự động. Điều này bao gồm việc xây dựng các bộ quy tắc dựa trên các động từ hành động (action verbs) thường được sử dụng trong mỗi cấp độ, cũng như huấn luyện các mô hình học máy để phân loại các câu hỏi hiện có theo thang Bloom, từ đó học cách tạo ra các câu hỏi tương tự.

Một thách thức lớn trong việc tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động theo thang Bloom là đảm bảo rằng các câu hỏi được tạo ra không chỉ đúng về mặt ngữ pháp và ngữ nghĩa mà còn phù hợp về mặt sự phạm và đánh giá đúng cấp độ nhận thức mong muốn. Để giải quyết vấn đề này, nhiều nghiên cứu đã tập trung vào việc kết hợp các kiến thức chuyên môn về giáo dục và đánh giá vào quá trình thiết kế và phát triển hệ thống. Điều này bao gồm việc xây dựng các bộ dữ liệu huấn luyện chất lượng cao, được gán nhãn bởi các chuyên gia giáo dục, cũng như phát triển các phương pháp đánh giá tự động chất lượng của câu hỏi dựa trên các tiêu chí như độ rõ ràng, tính liên quan, độ khó phù hợp và khả năng phân biệt.

Trong những năm gần đây, sự phát triển của các mô hình ngôn ngữ lớn (LLMs) như GPT-3, GPT-4 và các mô hình tương tự đã mang đến một cuộc cách mạng trong lĩnh vực tạo sinh văn bản nói chung và tạo câu hỏi trắc nghiệm nói riêng. Với khả năng hiểu và tạo ra văn bản tự nhiên một cách ấn tượng, các LLMs có tiềm năng lớn trong việc tự động tạo ra các câu hỏi trắc nghiệm phức tạp, đa dạng và ở các cấp độ nhận thức cao của thang Bloom với ít sự can thiệp của con người hơn. Tuy nhiên, việc kiểm soát tính chính xác về nội dung, sự phù hợp về mặt sự phạm và tránh các vấn đề như thiên kiến (bias) và thông tin sai lệch vẫn là những thách thức quan trọng cần được giải quyết khi ứng dụng các LLMs vào lĩnh vực này.

Nhìn về tương lai, nghiên cứu về ứng dụng công nghệ tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động theo thang Bloom sử dụng mô hình ngôn ngữ lớn vào giáo dục hứa hẹn sẽ tiếp tục phát triển theo nhiều hướng đầy tiềm năng. Một trong những xu hướng quan trọng là việc tập trung vào việc xây dựng các hệ thống có khả năng diễn giải và giải thích lý do tại sao một câu hỏi lại thuộc một cấp độ Bloom cụ thể hoặc tại sao một phương án trả lời lại đúng hoặc sai. Điều này sẽ giúp tăng cường tính minh bạch và khả năng sự phạm của công nghệ.

Một xu hướng khác là sự tích hợp đa phương thức (multimodality), trong đó các hệ thống không chỉ làm việc với văn bản mà còn có khả năng xử lý các định dạng khác như hình ảnh, video và âm thanh trong giáo trình để tạo ra các câu hỏi trắc nghiệm đa dạng hơn, phản ánh các phương tiện học tập phong phú trong môi trường giáo dục hiện đại.

Khả năng cá nhân hóa và thích ứng cũng là một hướng đi quan trọng. Các hệ thống trong tương lai có thể được phát triển để tạo ra các bộ câu hỏi phù hợp với trình độ, phong cách học tập và nhu cầu đánh giá riêng của từng người học, giúp tối ưu hóa trải nghiệm học tập và đánh giá.

Việc tăng cường khả năng đánh giá chất lượng câu hỏi hỏi động sẽ tiếp tục là một lĩnh vực nghiên cứu quan trọng.

Các phương pháp đánh giá tự động ngày càng tinh vi sẽ giúp đảm bảo rằng các câu hỏi được tạo ra không chỉ đáp ứng các tiêu chí về mặt ngôn ngữ mà còn có giá trị sư phạm thực sự.

Cuối cùng, hiện tại, dù có nhiều nghiên cứu về việc phát triển câu hỏi trắc nghiệm và tạo câu hỏi Bloom, nhưng chưa có công trình nào tập trung vào việc thiết kế câu hỏi theo thang đo Bloom tự động. Nghiên cứu này đưa ra một mô hình tự động tạo câu hỏi trắc nghiệm dựa trên thang đo Bloom.

3. Các sản phẩm thương mại của hệ thống tạo bộ câu hỏi trắc nghiệm theo thang bloom sử dụng trí tuệ

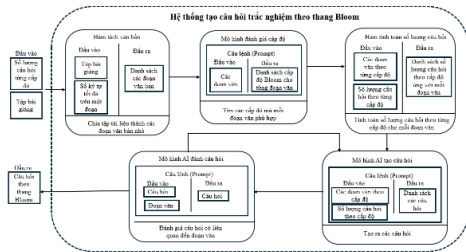
Bảng 1. Bảng so sánh các ứng dụng có cùng chức năng

Số thứ tự	Tên sản phẩm	Nguồn	Giá	Ưu điểm, tính năng	Nhược điểm
1	Generate Bloom's Taxonomy quiz questions from any text in one click using AI.	Questgen.ai	Miễn phí: 20 lần tạo. Gói Lite \$15/tháng: lý tưởng cho giáo viên cá nhân để tạo câu hỏi ôn tập trong lớp học và cho học sinh ôn thi. Gói Standard \$50/tháng: lý tưởng cho các công ty khởi nghiệp nhỏ và những người tạo câu hỏi ôn tập với khối lượng lớn. Giới hạn tần suất cao gấp 5 lần. Gói Lite \$100/năm: lý tưởng cho giáo viên cá nhân để tạo câu hỏi ôn tập trong lớp học và cho học sinh ôn thi. Gói Standard \$350/năm: lý tưởng cho các công ty khởi nghiệp nhỏ và những người tạo câu hỏi ôn tập với khối lượng lớn. Giới hạn tần suất cao gấp 5 lần.	Tạo câu hỏi theo thang bloom. Đầu vào có thể text (tài khoản miễn phí) hoặc file (tài khoản có phí). Có thể tạo 150 câu hỏi 10 lần. Đầu vào là văn bản lên tới 100 nghìn ký tự. Có thể tải lên file tài liệu. Hỗ trợ nhiều ngôn ngữ.	Chọn tạo câu hỏi với tất cả cấp độ không thể chọn số lượng câu hỏi và chỉ hiển thị đáp án đúng, chọn từng cấp độ thì có thể chọn tối đa 150 câu hỏi. Không thể xem lại lịch sử đã tạo câu hỏi, cũng như không thể tải câu hỏi về.
2	Bloom's taxonomy levels questions.	Quizizz.com	Gói miễn phí: Giới hạn 20 bộ lưu trữ cho các bài kiểm tra, bài học và thẻ flash. Hết hạn sau 14 ngày đối với bài kiểm tra, bài học và thẻ flash. 10 credits AI/tháng. Gói cá nhân (\$200,000/tháng): Gồm gói miễn phí và ưu trữ không giới hạn cho các bài kiểm tra, bài học và thẻ flash. Không giới hạn thời gian hết hạn đối với các bài kiểm tra, bài học và thẻ flash. Credit AI không giới hạn/tháng. Làm cho nội dung của bạn trở thành riêng tư. Hơn 18 loại câu hỏi, bao gồm kéo và thả, hotspot, v.v. Mở lại các bài tập đã hết hạn cho học sinh. Tạm dừng và tiếp tục một hoạt động. Đánh giá linh hoạt để đánh giá phản hồi của học	Tạo câu hỏi trắc nghiệm bloom và nhiều loại câu hỏi khác. Tạo các bài kiểm tra và thẻ flash. Chuyển câu hỏi thành giọng nói. Tạo câu hỏi phù hợp cho mỗi cá nhân.	Yêu cầu người dùng phải nhập chủ đề, các chuẩn, và mô tả, ngôn ngữ, lớp. Không thể tải file lên, không thể tạo câu hỏi nếu người dùng nhập sai các thông số trên.

			<p>sinh.Đọc lớn các câu hỏi và câu trả lời cho học sinh. Gán một bộ câu hỏi riêng biệt cho từng học sinh với ngân hàng câu hỏi thích ứng.</p> <p>Gói trường/đại học (giá theo nhu cầu):</p> <p>Gồm gói miễn phí và cá nhân và Thêm giáo viên đồng hành cho các lớp học. Chế độ kiểm tra cho các bài kiểm tra tổng hợp. Theo dõi tiến trình học sinh trong suốt năm học. Tích hợp, lập danh sách và đồng bộ điểm số với hệ thống LMS ưa thích của bạn. Nhận thông tin chi tiết có thể hành động về học sinh từ phân tích AI. 14 công cụ hỗ trợ để hỗ trợ việc học phân hóa cho học sinh có nhu cầu đặc biệt.</p>		
3	Multiple Choice Quiz Builder - Bloom's Taxonomy - Quiz Creation Tool.	Yeschat.ai	<p>Gói pro (trả 1 lần 1 năm 8\$/tháng, trả mỗi lần mỗi tháng 10\$):</p> <p>1500 truy vấn GPT-4o (50/truy vấn/ngày).</p> <p>450 truy vấn o1 mini (15/truy vấn/ngày).1500 truy vấn Claude. 3.5 Haiku (50/truy vấn/ngày).1500 truy vấn Claude 3.5 Sonnet. (50/truy vấn/ngày). 1500 truy vấn Claude3 Opus (50/truy vấn/ngày). Truy cập thiết bị cùng một lúc. Không giới hạn yêu cầu trong các giai đoạn lưu lượng cao. Tốc độ phản hồi nhanh gấp 2 lần. Hỗ trợ email ưu tiên.</p> <p>Gói ultra pro (trả 1 lần 1 năm 16\$/tháng, trả mỗi lần mỗi tháng 20\$):</p> <p>3000 truy vấn GPT-4o (100/truy vấn/ngày). 600 truy vấn o1 (20/truy vấn/ngày). 900 truy vấn o1 mini (30/truy vấn/ngày).3000 truy vấn Claude 3.5 Haiku (100/truy vấn/ngày). 3000 truy vấn Claude 3.5 Sonnet (100/truy vấn/ngày). 3000 truy vấn Claude3 Opus (100/truy vấn/ngày).</p> <p>Gói unlimited pro (trả 1 lần 1 năm 40\$/tháng, trả mỗi lần mỗi tháng 50\$):</p> <p>Truy vấn GPT-4o không giới hạn. 1200 truy vấn o1 (40/truy vấn/ngày). 1500 truy vấn o1 mini (50/truy vấn/ngày). Truy vấn Claude 3.5 Haiku không giới hạn. Truy vấn Claude 3.5 Sonnet không giới hạn. Truy vấn Claude3 Opus không giới hạn. Truy cập 2 thiết bị cùng một lúc. Giấy phép thương mại cho Hình ảnh, Âm nhạc & Video. Không giới hạn yêu cầu trong các giai đoạn lưu lượng cao. Tốc độ phản hồi nhanh gấp 2 lần. Hỗ trợ email ưu tiên.</p>	Sử dụng câu prompt để yêu cầu tạo câu hỏi, có thể upload file. Hỗ trợ nhiều model ai.	Người dùng phải tự nhập câu prompt điều này có thể dẫn đó câu trả lời của chatbot không đúng. Không thể xem lại lịch sử tạo câu hỏi.

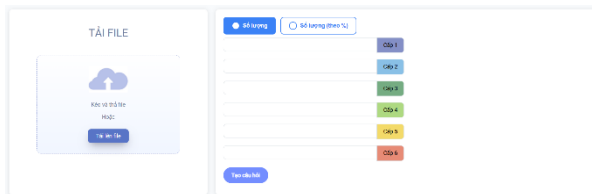
4. Mô hình đề xuất và chức năng

Người dùng tải lên một tập tin giáo trình, là tài liệu giảng dạy mà giáo viên sử dụng. Tập tin này sẽ được chia nhỏ thành các đoạn văn bản với mỗi đoạn văn bản có 4000 ký tự và có độ chồng lấp ký tự là 400 ký tự. Dựa trên nội dung của từng đoạn văn bản, AI (mô hình gpt-4o-mini) sẽ phân loại các đoạn văn bản theo các cấp độ khác nhau trong thang Bloom, bao gồm các cấp độ từ "Cấp 1-Nhớ" (Remembering) đến "Cấp 6-Sáng tạo" (Creating). Mỗi đoạn văn bản sẽ được gắn với các cấp độ Bloom cụ thể và kiểm tra xem có đủ các cấp độ mà người dùng yêu cầu, nếu chưa các đoạn có cấp độ nhỏ sẽ được gán cho cấp độ lớn hơn. Sau khi xác định các cấp độ Bloom cho các đoạn văn bản, hệ thống sẽ tính toán số lượng câu hỏi cần tạo ra cho mỗi đoạn văn tương ứng với cấp độ Bloom của đoạn văn. Dựa trên đầu vào là đoạn văn bản, từ khóa cấp độ Bloom và số lượng câu hỏi cần tạo, mô hình AI (gpt-4o-mini) sẽ tự động tạo ra các câu hỏi trắc nghiệm. Sau khi câu hỏi được tạo, mô hình AI (gpt-4o-mini) sẽ kiểm tra xem câu hỏi và đáp án có liên quan chặt chẽ với nội dung của đoạn văn bản mà nó được xây dựng từ đó hay không. Nếu câu hỏi hoặc câu trả lời không đáp ứng yêu cầu về tính liên quan, hệ thống sẽ tạo lại câu hỏi cho đến khi đạt đủ số lượng hoặc đạt giới hạn đã được đặt trước.



Hình 1. Hệ thống tạo câu hỏi theo thang Bloom

Người dùng sẽ tiến hành tải lên một tệp tin chứa tài liệu giảng dạy và chỉ định số lượng câu hỏi cần tạo, có thể nhập số lượng câu hỏi cho từng cấp độ Bloom theo tỷ lệ phần trăm hoặc nhập số lượng câu hỏi cụ thể cho từng cấp độ. Dựa trên thông tin đầu vào, hệ thống sẽ tự động tính toán số lượng câu hỏi cần thiết cho từng cấp độ. Quá trình tạo câu hỏi có thể mất từ 1 đến 2 phút, tùy thuộc vào độ dài và độ phức tạp của tài liệu.



Hình 2. Giao diện tạo câu hỏi

Sau khi câu hỏi được tạo, người dùng có thể xem lại danh sách các câu hỏi đã được hệ thống tạo ra, bao gồm số lượng câu hỏi cho từng cấp độ Bloom, thời gian tạo câu hỏi, và tên tệp tin gốc đã được sử dụng để tạo câu hỏi. Người dùng cũng có thể tải xuống các câu hỏi dưới các định dạng file như .docx, .xlsx hoặc .txt để phục vụ cho việc giảng dạy hoặc đánh giá học sinh.

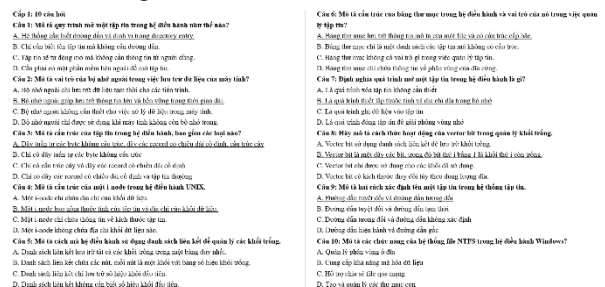


Hình 3. Giao diện câu hỏi đã tạo

Dù có nhiều nghiên cứu về việc phát triển câu hỏi trắc nghiệm và câu hỏi Bloom, nhưng chưa có công trình nào tập trung vào việc thiết kế câu hỏi theo thang đo Bloom một cách tự động. Mô hình đã đề xuất một hệ thống tạo bộ câu hỏi trắc nghiệm theo thang Bloom sử dụng mô hình ngôn ngữ lớn một cách tự động, linh hoạt, chính xác với ngữ cảnh nội dung.

5. Thử nghiệm và kết quả

Thử nghiệm tạo một bộ câu hỏi gồm 60 câu hỏi chia đều cho 6 cấp độ Bloom, mỗi cấp độ 10 câu. Tập giáo trình được sử dụng là tập giáo trình môn học Nguyên lý hệ điều hành được sử dụng để giảng dạy đại học trong ngành công nghệ thông tin, chỉ lấy một chương với tiêu đề File và thao tác file và có khoảng 16000 ký tự. Chương của tập giáo trình có đủ có điều kiện thuận lợi như có ít hình ảnh vì thư viện được dùng không có chức năng lấy văn bản trong ảnh và đã bỏ các phần mục lục, giới thiệu, ... hay các phần không có nội dung để tạo câu hỏi. Người dùng chỉ cần tạo tải file lên và nhập số lượng cho từng cấp độ Bloom, phụ thuộc vào kích thước tài liệu và số lượng câu hỏi được yêu cầu tạo mà thời gian khác nhau.



Hình 4. Kết quả tạo 10 câu hỏi cho cấp độ 1-Nhớ

[illegible]

Hình 5. Kết quả tạo 10 câu hỏi cho cấp độ 2-Hiểu

[illegible]

Hình 6. Kết quả tạo 10 câu hỏi cho cấp độ 3-Vận dụng

[illegible]

Hình 7. Kết quả tạo 10 câu hỏi cho cấp độ 4-Phân tích

[illegible]

Hình 8. Kết quả tạo 10 câu hỏi cho cấp độ 5-Đánh giá

[illegible]

Hình 9. Kết quả tạo 10 câu hỏi cho cấp độ 6-Sáng tạo

Các câu hỏi được tạo ở mỗi cấp độ đảm bảo đúng cấp độ vì có chứa đúng động từ theo thang Bloom của mỗi cấp độ và có đáp án để người dùng có thể kiểm tra kết quả. Cấp

[illegible][illegible][illegible]

3. Chọn một trong các bài viết sau đây và viết một đoạn văn ngắn (khoảng 100 từ) để thể hiện quan điểm của bạn về vấn đề này.

- A. Một số nhà khoa học cho rằng việc biến đổi gen thực phẩm là cần thiết để giải quyết vấn đề thiếu lương thực. Tuy nhiên, một số người khác lại lo ngại về an toàn thực phẩm và tác động môi trường.
- B. Việc sử dụng năng lượng tái tạo là một giải pháp bền vững để giảm thiểu biến đổi khí hậu. Tuy nhiên, chi phí đầu tư ban đầu vẫn còn cao.
- C. Các nhà nghiên cứu đang tìm cách phát triển các loại thuốc mới để điều trị các bệnh nan y. Tuy nhiên, quá trình thử nghiệm lâm sàng vẫn còn nhiều thách thức.
- D. Các nhà khoa học đang nghiên cứu về việc sử dụng công nghệ nano trong y học. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều tranh cãi về tính an toàn và hiệu quả.

[illegible]

độ 6-Sáng tạo chỉ có 9 câu hỏi, chưa đủ 10 câu hỏi theo yêu cầu vì mô hình tạo ra câu hỏi không liên quan đến tài liệu và thử tạo lại đạt giới hạn được qui định.

6. Kết luận

Hệ thống tạo câu hỏi trắc nghiệm tự động theo thang Bloom sử dụng mô hình ngôn ngữ lớn đã khẳng định vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả và chất lượng đánh giá học tập trong giáo dục. Bằng cách tận dụng các kỹ thuật NLP tiên tiến, hệ thống này có khả năng phân tích sâu sắc nội dung giáo trình, nhận diện các yếu tố ngữ nghĩa và ngữ cảnh, từ đó tự động phân loại các đoạn văn bản theo các cấp độ nhận thức của thang Bloom, từ Ghi nhớ đến Sáng tạo. Điều này cho phép hệ thống tạo ra các câu hỏi trắc nghiệm không chỉ đa dạng về cấp độ tư duy mà còn phù hợp chặt chẽ với mục tiêu học tập và nội dung giảng dạy. Việc ứng dụng AI trong quá trình này mang lại nhiều lợi ích thiết thực, bao gồm tiết kiệm đáng kể thời gian và công sức cho giáo viên trong việc thiết kế ngân hàng câu hỏi, đồng thời đảm bảo rằng các câu hỏi được tạo ra có tính logic, rõ ràng và liên quan mật thiết đến tài liệu học tập. Hơn nữa, các hệ thống này còn hỗ trợ cá nhân hóa học tập bằng cách tạo ra các câu hỏi phù hợp với trình độ và nhu cầu của từng học sinh, từ đó thúc đẩy sự tiến bộ cá nhân và nâng cao hiệu quả giáo dục. Mặc dù vẫn còn một số thách thức, như đảm bảo tính chính xác của câu hỏi ở các cấp độ nhận thức cao hoặc yêu cầu dữ liệu huấn luyện chất lượng cao, nhưng những tiến bộ trong công nghệ AI hứa hẹn sẽ tiếp tục cải thiện khả năng của các hệ thống tạo câu hỏi tự động. Trong tương lai, việc tích hợp các công nghệ mới, như xử lý ngôn ngữ đa phương thức, có thể mở rộng khả năng của hệ thống, cho phép tạo câu hỏi dựa trên nhiều loại dữ liệu khác nhau như văn bản, hình ảnh và video. Nhìn chung, dù có nhiều nghiên cứu về việc phát triển câu hỏi trắc nghiệm, nhưng chưa có công trình nào tập trung vào việc thiết kế câu hỏi theo thang đo Bloom. Nghiên cứu này đã đề xuất một mô hình tự động tạo câu hỏi trắc nghiệm dựa trên thang đo Bloom sử dụng mô hình ngôn ngữ lớn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Jiayi Wang, Ruiwei Xiao, Ying-Jui Tseng, “*Generating AI Literacy MCQs: A Multi-Agent LLM Approach*”, Arxiv, 2024, [Online] Available: <https://arxiv.org/html/2412.00970v1#bib>, Ngày truy cập 19/04/2025.
- [2] Helen Colman, “*What Is Bloom’s Taxonomy and How Can It Boost Your Knowledge Assessment?*”, iSpring Solutions, 2022, [Online] Available: <https://www.ispringsolutions.com/blog/what-is-blooms-taxonomy>, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [3] Ibrahim Eldesoky Fattoh, “*Automatic Multiple Choice Question Generation System for Semantic Attributes Using String Similarity Measures*”, CiteSeerX, 2014, [Online] Available: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=8ea4dda45414c173a8c2f983cf427b94caa6cef6>, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [4] Bidyut Das, Mukta Majumder, Santanu Phadikar, Arif Ahmed Sekh, “*Automatic question generation and answer assessment: a survey*”, Springer, 2021, [Online] Available: <https://link.springer.com/article/10.1186/s41039-021-00151-1>, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [5] Sonam Soni, Praveen Kumar, Amal Saha, “*Automatic Question and Answer Generation from Text Using Neural Networks*”, ResearchGate, 2021, [Online] Available: https://www.researchgate.net/publication/351336508_Automatic_Question_and_Answer_Generation_from_Text_Using_Neural_Networks

- rks, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [6] Farah Maheen, Muhammad Asif, Haseeb Ahmad, Shahbaz Ahmad, Fahad Alturise, Othman Asiry, Yazeed Yasin Ghadi, "Automatic computer science domain multiple-choice questions generation based on informative sentences", PeerJ, 2022, [Online] Available: <https://peerj.com/articles/cs-1010/>, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [7] Cheng Zhang, "Automatic Generation of Multiple-Choice Questions", ProQuest, 2022, [Online] Available: <https://www.proquest.com/openview/6786a5b8e1b0f26b763d726373a7a3c0/1?cbl=18750&diss=y&pq-origsite=gscholar>, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [8] Takuya Goto, Tomoko Kojiri, Toyohide Watanabe, Tomoharu Iwata, Takeshi Yamada, "Automatic Generation System of Multiple-Choice Cloze Questions and its Evaluation", Semantic Scholar, [Online] Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/8272/3e32350234be0c078a97b8b1d32fd6594141.pdf>, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [9] Benjamin S. Bloom, Max D. Engelhart, Edward J. Furst, Walker H. Hill, David R. Krathwohl, "TAXONOMY OF EDUCATIONAL OBJECTIVES", Addison Wesley Publishing Company, 1956, [Online] Available: https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/PPP242/Benjamin%20S.%20Bloom%20-%20Taxonomy%20of%20Educational%20Objectives%2C%20Handbook%201_%20Cognitive%20Domain-Addison%20Wesley%20Publishing%20Company%20%281956%29.pdf, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [10] Lorin W. Anderson and David R. Krathwohl, "A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives", 2001, [Online] Available: https://haqaa2.obsglob.org/wp-content/uploads/2020/11/2001_Anderson_A-taxonomy-for-learning-teaching-and-assessing-A-Revision.pdf, Ngày truy cập 20/03/2024.
- [11] [11] R. Mitkov, L. A. Ha, "Computer-aided generation of multiple-choice tests", ACL Anthology, 2003, [Online] Available: <https://aclanthology.org/W03-0203.pdf>, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [12] [12] Sở Giáo Dục Bắc Giang, "Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong giáo dục (Phần I)", Sở Giáo Dục Bắc Giang, [Online] Available: http://sgd.bacgiang.gov.vn/chi-tiet-tin-tuc/-/asset_publisher/4r5LmQWB2X4y, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [13] Sở Giáo Dục Bắc Giang, "Trí tuệ nhân tạo (AI) trong giáo dục: Ứng dụng như thế nào? - Cổng thông tin điện tử sở giáo dục Bắc Giang", Sở Giáo Dục Bắc Giang, 26-02-2024, [Online] Available: https://sgd.bacgiang.gov.vn/chi-tiet-tin-tuc/-/asset_publisher/ygLGruflAJDS/content/ung-dung-tri-tue-nhan-cao-trong-giao-duc-phan-i, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [14] Ths. Lại Thị Cẩm, "THIẾT KẾ VÃ SỬ DỤNG CẤU HỒI TRONG DẠY HỌC", 2007, [Online] Available: <https://123docz.com/document/685071-bloom-tl-tham-khao-chuyen-de-1.htm>, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [15] Nguyen-Thinh Le, Tomoko Kojiri, Niels Pinkwart, "Automatic Question Generation for Educational Applications – The State of Art", ResearchGate, 2019, [Online] Available: https://www.researchgate.net/publication/288371218_Automatic_Question_Generation_for_Educational_Applications_-The_State_of_Art, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [16] Mai Mokhtar, Salma Doma, Hala Abdel-Galil, "AUTOMATIC QUESTION GENERATION MODEL BASED ON DEEP LEARNING APPROACH", IJICIS, 2021, [Online] Available: https://ijicis.journals.ekb.eg/article_189182.html, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [17] Jiamin Huang, Zhao Zhang, Jian Qiu, Peng Li, Dongmei Liu, Peng Han, Kaiqing Luo, "Automatic Classroom Question Classification Based on Bloom's Taxonomy", Colab, 2021, [Online] Available: <https://colab.ws/articles/10.1145%2F3498765.3498771>, Ngày truy cập 20/03/2025.
- [18] Ruqing Zhang, Jiafeng Guo, Lu Chen, Yixing Fan, Xueqi Cheng, "A Review on Question Generation from Natural Language Text", ACM Digital Library, 2021, [Online] Available: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3468889>, Ngày truy cập 22/03/2025.
- [19] Kenneth Wang, Maryam Alomair, Fow-Sen Choa & Lujie Karen Chen, "Question Generation and Evaluation: Aligning with Bloom's Taxonomy", Springer, 2021, [Online] Available: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-64299-9_35, Ngày truy cập 22/03/2025.
- [20] Zichao Wang, Jakob Valdez, Debshila Basu Mallick & Richard G. Baraniuk, "Towards Human-Like Educational Question Generation with Large Language Models", Springer, 2022, [Online] Available: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-11644-5_13, Ngày truy cập 22/03/2025.
- [21] Kevin Hwang, Kenneth Wang, Maryam Alomair, Fow-Sen Choa và Lujie Karen Chen, "Towards Automated Multiple Choice Question Generation and Evaluation: Aligning with Bloom's Taxonomy", Springer, 02/07/2024, [Online] Available: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-64299-9_35, Ngày truy cập 22/03/2025.
- [22] Said Al Faraby, Adiwijaya Adiwijaya và Ade Romadhony, "Review on Neural Question Generation for Education Purposes", Springer, 31/10/2023, [Online] Available: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40593-023-00374-x>, Ngày truy cập 22/03/2025.
- [23] Sabina Elkins, Ekaterina Kochmar, Jackie C. K. Cheung và Iulian Serban, "How Teachers Can Use Large Language Models and Bloom's Taxonomy to Create Educational Quizzes", AAAI, 2024, [Online] Available: <https://ojs.aaai.org/index.php/AAAI/article/view/30353>, Ngày truy cập 22/03/2025.
- [24] Sheetal Rakangor, Dr. Y. R. Ghodasara, "Literature Review of Automatic Question Generation Systems", Notion, 2015, [Online] Available: https://file.notion.so/f/e1225494-d2e7-4290-ab74-d261cb6b6533/f9292f40-1b59-4134-9daf-8bef56c4e06a/Literature_Review_of_Automatic_Question.pdf?table=block&id=ce269e69-bfa8-443a-8793-905602e9178e&spaceId=e1225494-d2e7-4290-ab74-d261cb6b6533&expirationTimestamp=1745539200000&signature=7uZZRGKXyWZEhhyYHlfd-adqtZRSxCWpYZ1Z-cHr9Wg&downloadName=Literature_Review_of_Automatic_Question.pdf, Ngày truy cập 19/04/2025

Thông tin về tác giả



Ngô Quan Thành Nha:

Trường Đại học Nam Cần Thơ.

Lĩnh vực quan tâm: Công nghệ thông tin, Trí tuệ nhân tạo, Khoa học máy tính;

Điện thoại: 0337405155.



Nguyễn Anh Duy:
Cử nhân ngành Công nghệ thông tin - Trường Đại học Nam Cần Thơ.
Hiện là Giám đốc dự án tại Adhigtech Ltd., Vietnam.
Lĩnh vực quan tâm: máy học (ML), công nghệ AI.
Liên lạc: nguyenanhduy@adhigtechn.com



Nguyễn Văn Linh:
Phó trưởng phụ trách Khoa Công nghệ Thông tin, Trường Đại Học Nam Cần Thơ.
Lĩnh vực quan tâm: Công nghệ thông tin, giáo dục trong Công nghệ thông tin.
Liên lạc: nguyenvlinh@nctu.edu.vn



TS. Ngô Hồ Anh Khôi:
Tiến sĩ (Đại học Francois Rabelais, Pháp) năm 2015 ngành Khoa học máy tính; hiện là Phó trưởng Khoa Công nghệ thông tin kiêm Trưởng bộ môn Khoa học máy tính của Trường Đại học Nam Cần Thơ.
Liên lạc: 0916416409 (Sdt) hoặc nhakhoi@nctu.edu.vn hoặc ngohoanhkhoi@gmail.com

HƯỚNG TIẾP CẬN MỚI TRONG GIÁO DỤC VỚI HỆ THỐNG TẠO BANNER QUẢNG CÁO TỰ ĐỘNG SỬ DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI)

NEW APPROACH IN EDUCATION WITH AUTOMATIC ADVERTISING BANNER GENERATION SYSTEM USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)

Đặng Đình Khoa^{1*}, Võ Khương Duy², Nguyễn Mỹ Phụng¹, Bùi Thị Diễm Trinh¹

¹Trường Đại học Nam Cần Thơ;

²Adhightech Ltd

Dang Dinh Khoa^{1*}, Vo Khuong Duy², Nguyen My Phung¹, Bui Thi Diem Trinh¹

¹Nam Can Tho University;

²Adhightech Ltd

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Dang Dinh Khoa (email: dinhkhoa090@gmail.com)*

Tóm tắt - Bài nghiên cứu khám phá tiềm năng của công nghệ tạo banner quảng cáo tự động sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong giáo dục, tập trung vào các ứng dụng trong mỹ thuật, chuyên ngành đồ họa và thiết kế. Công nghệ này, dựa trên Generative Adversarial Networks (GANs) và xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP), cho phép tạo ra các banner quảng cáo chất lượng cao, tiết kiệm đáng kể thời gian so với thiết kế thủ công. Trong giáo dục, nó hỗ trợ sinh viên mỹ thuật và đồ họa phát triển kỹ năng sáng tạo thông qua việc thử nghiệm các phong cách thiết kế đa dạng, đồng thời cung cấp công cụ thực hành thực tế cho các dự án thiết kế. Công nghệ cũng thúc đẩy sự sáng tạo bằng cách tự động đề xuất bố cục, màu sắc và nội dung văn bản phù hợp, giúp sinh viên tập trung vào ý tưởng thay vì quy trình kỹ thuật. Nghiên cứu đề xuất phát triển một hệ thống tạo banner quảng cáo tự động ứng dụng AI nhằm hỗ trợ sáng tạo nội dung trực quan một cách nhanh chóng, linh hoạt và phù hợp với nhu cầu thực tiễn trong giáo dục và các lĩnh vực liên quan. Trong phạm vi bài viết này, nhóm nghiên cứu chỉ tập trung vào các ứng dụng trong giáo dục, không đi sâu vào khía cạnh kỹ thuật hay công nghệ; các giải thuật và nền tảng kỹ thuật sẽ được trình bày chi tiết trong một nghiên cứu riêng.

Từ khóa - Trí tuệ nhân tạo; banner quảng cáo; thiết kế banner tự động; ứng dụng tạo banner tự động trong giáo dục; giáo dục và AI.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, AI đã đạt được những bước tiến vượt bậc, mở ra một kỷ nguyên mới cho các giải pháp công nghệ sáng tạo. Trong số đó, công nghệ tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI nổi bật như một công cụ mạnh mẽ, cho phép tự động sinh ra các hình ảnh quảng cáo, áp phích hoặc nội dung trực quan dựa trên dữ liệu đầu vào như văn bản, phong cách thiết kế và đối tượng mục tiêu. Công nghệ này tận dụng các mô hình học sâu như GANs và NLP, tạo nên những thiết kế chất lượng cao, có tính thẩm mỹ và đáp ứng nhu cầu sử dụng thực tiễn chỉ trong thời gian ngắn. So với các phương pháp thiết kế truyền thống vốn đòi hỏi nhiều thời gian, công sức và trình độ chuyên môn, công nghệ tạo banner bằng AI mang lại khả năng tối ưu hóa cả về tốc độ và hiệu quả. Không chỉ tiết kiệm nguồn lực, công nghệ này còn mở ra cơ hội sáng tạo không giới hạn cho người dùng, đặc biệt là những người không có nền tảng chuyên sâu về thiết kế. Sự hỗ trợ của AI giúp người dùng dễ dàng hiện thực hóa ý tưởng bằng hình

Abstract - The study explores the potential of automated banner advertising technology using artificial intelligence (AI) in education, focusing on applications in fine arts, graphic design, and visual design disciplines. This technology, powered by Generative Adversarial Networks (GANs) and natural language processing (NLP), enables the creation of high-quality advertising banners, significantly saving time compared to manual design. In education, it supports fine arts and graphic design students in developing creative skills by experimenting with diverse design styles while providing practical tools for design projects. The technology also fosters creativity by automatically suggesting layouts, colors, and text content, allowing students to focus on ideas rather than technical processes. The study proposes the development of an AI-driven automated banner creation system to facilitate the rapid, flexible, and practical production of visual content tailored to educational and related fields' needs. Within the scope of this paper, we focus on educational applications without delving into technical or technological aspects; algorithms and technical platforms will be detailed in a separate study.

Keywords - Artificial intelligence; advertising banners; automatic banner design; automatic banner creation application in education; education and AI.

ảnh một cách trực quan và chuyên nghiệp. Tuy nhiên, câu hỏi được đặt ra là liệu công nghệ này có thể thay thế hoàn toàn vai trò của con người trong thiết kế thủ công, đặc biệt là trong môi trường giáo dục? Hay nó chỉ nên được xem như một công cụ hỗ trợ, mở rộng khả năng tiếp cận và sáng tạo cho giáo viên, học sinh và các nhà quản lý giáo dục?

Trước khi công nghệ tạo banner quảng cáo tự động xuất hiện, các nghiên cứu về ứng dụng AI trong giáo dục chủ yếu tập trung vào các công nghệ như hệ thống học tập thích ứng, chatbot giáo dục hoặc tự động hóa quy trình quản lý. Những nghiên cứu này chỉ ra rằng AI có thể nâng cao hiệu quả giảng dạy và quản lý, nhưng rất ít công trình đi sâu vào việc ứng dụng AI trong thiết kế trực quan, đặc biệt là tạo banner quảng cáo tự động để hỗ trợ các hoạt động giáo dục. Khoảng trống này tạo ra nhu cầu nghiên cứu để đánh giá tiềm năng và thách thức của công nghệ trong việc nâng cao chất lượng giáo dục.

Việc nghiên cứu và phát triển hệ thống tạo banner quảng cáo tự động ứng dụng AI trong giáo dục là một bước

tiến quan trọng, mang lại công cụ sáng tạo mới cho dạy và học trong bối cảnh chuyển đổi số. Về mặt khoa học, nó mở rộng ứng dụng AI vào thiết kế đồ họa giáo dục và kết hợp liên ngành giữa AI với giáo dục trực quan thông qua mô hình sinh ảnh và xử lý ngôn ngữ tự nhiên. Về mặt thực tiễn, hệ thống này giúp giảm tải công việc thiết kế cho giáo viên, trao quyền sáng tạo cho học sinh, tiết kiệm thời gian, chi phí, đặc biệt hữu ích cho các trường học hạn chế nguồn lực, đồng thời hỗ trợ cá nhân hóa trải nghiệm học tập.

Nghiên cứu này tập trung vào ứng dụng công nghệ tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI trong giáo dục, cụ thể là trong mỹ thuật, đồ họa và thiết kế, chủ yếu tại các cơ sở giáo dục ở các quốc gia phát triển và đang phát triển. Các yếu tố khác như đi sâu vào những vấn đề liên quan đến kỹ thuật, công nghệ; tác động đối với các ngành nghề thủ công, các lĩnh vực ngoài giáo dục; nguy cơ phụ thuộc quá mức vào AI hoặc các khu vực chưa phát triển sẽ không được xem xét trong phạm vi nghiên cứu này.

Từ việc phân tích tiềm năng và thách thức, nghiên cứu đề xuất một hệ thống tạo banner quảng cáo tự động ứng dụng trí tuệ nhân tạo, nhằm hỗ trợ các hoạt động thiết kế trực quan trong giáo dục. Hệ thống cho phép người dùng nhập vào văn bản mô tả, lựa chọn phong cách thiết kế và đối tượng mục tiêu để tạo ra các banner phù hợp chỉ trong vài phút. Qua đó, giáo viên, học sinh và nhà quản lý có thể dễ dàng tiếp cận công cụ sáng tạo mới, nâng cao hiệu quả truyền thông và giảng dạy mà không cần kỹ năng thiết kế chuyên sâu.

2. Công nghệ tạo banner quảng cáo

Công nghệ tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI là một hệ thống tích hợp các kỹ thuật học sâu, xử lý hình ảnh, và NLP để tự động sinh ra các hình ảnh quảng cáo, áp phích hoặc nội dung trực quan dựa trên dữ liệu đầu vào như văn bản, phong cách thiết kế, và mục tiêu quảng cáo. Công nghệ này chủ yếu dựa trên GANs, bao gồm hai mạng neuron: generator tạo dữ liệu giả và discriminator đánh giá tính chân thực [16]. Generator nhận một vector nhiễu ngẫu nhiên và tạo ra hình ảnh, trong khi discriminator so sánh với dữ liệu thực để cải thiện chất lượng. Ngoài ra, các mô hình NLP như BERT hoặc GPT giúp sinh nội dung văn bản quảng cáo, chẳng hạn như tiêu đề, slogan và lời kêu gọi hành động. Công nghệ này giảm thời gian thiết kế và cho phép tạo các banner chất lượng cao với bố cục và nội dung phù hợp ngữ cảnh.

Nghiên cứu về công nghệ tạo ảnh bắt đầu từ những năm 2010 với sự phát triển của các mô hình học sâu. Năm 2014, Ian Goodfellow và cộng sự giới thiệu GANs, đánh dấu bước ngoặt trong việc tạo hình ảnh tự động. GANs ban đầu tạo ra hình ảnh chất lượng thấp, nhưng các cải tiến như Deep Convolutional GANs (DCGANs) vào năm 2015 đã nâng cao độ phân giải và chi tiết [17]. Đến năm 2017, Progressive GANs được Karras và cộng sự phát triển, cho phép tạo hình ảnh chất lượng cao bằng cách huấn luyện mô hình theo từng giai đoạn, từ độ phân giải thấp đến cao. Công trình này đã đặt nền móng cho các ứng dụng trong thiết kế đồ họa và quảng cáo [19].

Năm 2019, StyleGAN của NVIDIA, cũng do Karras và cộng sự phát triển, mang lại khả năng kiểm soát phong cách

thiết kế, cho phép tùy chỉnh các yếu tố như màu sắc, bố cục hoặc đặc điểm hình ảnh. StyleGAN đã được sử dụng để tạo chân dung người, cảnh quan và sản phẩm quảng cáo với độ chân thực ấn tượng [20]. Cùng thời điểm, các mô hình như VQ-VAE-2 (Vector Quantized Variational Autoencoder) của DeepMind cải thiện khả năng tái tạo hình ảnh chi tiết, đặc biệt trong các ứng dụng nghệ thuật số [18].

Từ năm 2020, các mô hình dựa trên văn bản - hình ảnh (text-to-image) trở thành tâm điểm nghiên cứu. DALL-E của OpenAI, ra mắt năm 2021, sử dụng kết hợp CLIP và GANs để tạo hình ảnh từ mô tả văn bản, như “một con mèo đội mũ phi hành gia trên sao Hỏa”. DALL-E mở ra khả năng sáng tạo nội dung trực quan chỉ từ ý tưởng ngôn ngữ [23]. Năm 2022, Stable Diffusion, một mô hình dựa trên Diffusion Models, được công bố bởi nhóm nghiên cứu từ Đại học Ludwig Maximilian. Stable Diffusion nổi bật với khả năng tạo hình ảnh chất lượng cao, mã nguồn mở và yêu cầu phần cứng thấp hơn so với các mô hình trước [24]. Cùng năm, MidJourney và DALL-E 2 tiếp tục nâng cao chất lượng và tính sáng tạo, cải thiện độ sắc nét và khả năng xử lý các mô tả văn bản phức tạp.

Gần đây, vào năm 2024, các nghiên cứu tập trung vào việc cải thiện tốc độ và hiệu quả của mô hình tạo ảnh. Các mô hình Diffusion cải tiến, như Denoising Diffusion Implicit Models (DDIM), giảm thời gian xử lý đáng kể mà vẫn duy trì chất lượng. Ngoài ra, các công trình đang khám phá khả năng tích hợp AI với các công cụ thiết kế thương mại, như Adobe Photoshop hoặc Figma, để tự động hóa quy trình sáng tạo [25].

Công nghệ tạo banner quảng cáo tự động đang phát triển theo ba xu hướng chính. Thứ nhất là tích hợp đa phương thức; kết hợp hình ảnh, văn bản và âm thanh để tạo banner động hoặc video quảng cáo ngắn. Các mô hình như DALL-E 3 dẫn đầu trong việc sinh nội dung đa phương tiện, nhưng thách thức là đảm bảo đồng bộ giữa các yếu tố và tối ưu hóa thời gian xử lý. Thứ hai là cá nhân hóa thời gian thực, sử dụng dữ liệu người dùng để tạo hình ảnh phù hợp với từng cá nhân, như quảng cáo tùy chỉnh hoặc nội dung nghệ thuật cá nhân hóa. Thứ ba là tích hợp thực tế tăng cường (AR), tạo banner tương tác hiển thị trong môi trường ảo. Xu hướng này hứa hẹn nhưng chi phí triển khai cao và cần thiết bị chuyên dụng, làm hạn chế khả năng ứng dụng rộng rãi.

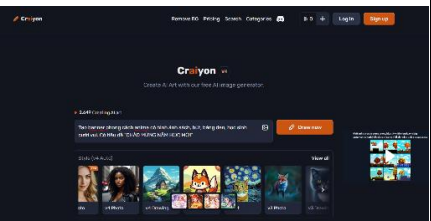


Dựa trên những nền tảng công nghệ hiện có, nghiên cứu đề xuất một hệ thống tạo banner quảng cáo tự động ứng dụng AI, cho phép người dùng nhập văn bản mô tả, lựa chọn phong cách thiết kế và mục tiêu để sinh ra các banner quảng cáo phù hợp. Hệ thống tích hợp các mô hình xử lý ngôn ngữ và tạo ảnh tiên tiến, hỗ trợ tạo ra sản phẩm trực quan nhanh chóng, đồng thời cho phép tùy chỉnh linh hoạt theo ngữ cảnh sử dụng, từ truyền thông sự kiện đến quảng bá nội dung hoặc sản phẩm.


3. Các mã nguồn và sản phẩm thương mại của công nghệ tạo banner quảng cáo tự động

Công nghệ tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI được triển khai qua các mã nguồn mở và sản phẩm thương mại, cung cấp các giải pháp đa dạng để tạo banner nhanh chóng và hiệu quả. Các công cụ này, từ mã nguồn mở như


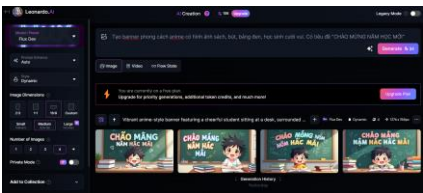
Craiyon, Nightcafe Creator, ... đến các nền tảng thương mại như Canva, MidJourney, Leonardo, ... Dưới đây là phân tích chi tiết về các mã nguồn mở, sản phẩm thương mại, và so sánh về tính năng, cũng như khả năng ứng dụng.

Bảng 1. Tổng quan về các công cụ mã nguồn mở và sản phẩm thương mại.

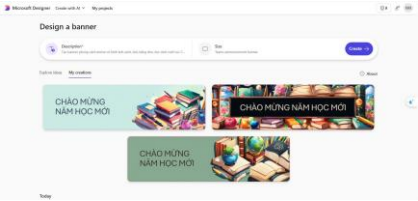

Công cụ	Mã nguồn	Điểm mạnh	Điểm yếu	Chi phí	Tạo banner với cùng một mô tả
Craiyon	Mở	<ul style="list-style-type: none">- Dễ sử dụng: Cũng như các công cụ tạo ảnh từ AI ở trên, Craiyon có giao diện đơn giản và trực quan, dễ dàng sử dụng cho mọi đối tượng.- Tạo ảnh nhanh: Craiyon có thể tạo ra một hình ảnh trong vài giây.- Công cụ chỉnh sửa ảnh đa dạng bên cạnh tính năng chính.- Nhiều phong cách nghệ thuật: Craiyon cũng cung cấp nhiều phong cách nghệ thuật khác nhau, cho phép bạn tạo ra những hình ảnh độc đáo và phù hợp với nhu cầu của mình [11].	<ul style="list-style-type: none">- Ảnh tạo ra chưa được hoàn thiện: nếu bức ảnh bạn yêu cầu có quá nhiều chi tiết, Craiyon có thể vẫn sẽ tạo ra một bức ảnh theo ý bạn nhưng mức độ hoàn chỉnh so với các công cụ AI ở trên sẽ khá tệ.- Chất lượng ảnh không ổn định: chất lượng ảnh tạo ra từ Craiyon có thể thay đổi tùy thuộc vào độ phức tạp của mô tả và phong cách nghệ thuật bạn chọn [11].	<ul style="list-style-type: none">- Supporter: chi phí: \$10/tháng (\$120/năm). Công dụng: 120 tín dụng Pro (chất lượng hình ảnh cao), tạo ảnh Lite không giới hạn, không quảng cáo/nước dấu, tải ảnh chất lượng cao, không cần ghi nguồn, hình ảnh công khai, phù hợp cho người dùng cá nhân cơ bản.- Professional: chi phí: \$20/tháng (\$240/năm). Công dụng: 250 tín dụng Pro, tạo ảnh Lite không giới hạn, không quảng cáo/nước dấu, tải ảnh chất lượng cao, không cần ghi nguồn, hình ảnh riêng tư, tạo ảnh nhanh hơn, truy cập sớm tính năng mới, lý tưởng cho người dùng chuyên nghiệp.- Enterprise: chi phí: Liên hệ để biết chi tiết. Công dụng: Mô hình tùy chỉnh hoàn toàn, tích hợp tùy chỉnh, hỗ trợ chuyên dụng, truy cập API, sử dụng khối lượng	 <p><i>Hình 1. Giao diện nhập mô tả của công cụ Craiyon</i></p>  <p><i>Hình 2. Giao diện banner được tạo bởi công cụ Craiyon</i></p>
Nightcafe Creator	Mở	<ul style="list-style-type: none">- Tạo ra hình ảnh chi tiết và sắc nét, cung cấp nhiều tùy chỉnh và cài đặt nâng cao, cho phép người dùng tải lên hình ảnh của riêng mình để chỉnh sửa [9].- Cộng đồng sáng tạo: NightCafe AI có cộng đồng người dùng năng động, nơi bạn có thể	<ul style="list-style-type: none">- Giới hạn số lượng ảnh: phiên bản miễn phí của NightCafe AI giới hạn số lượng ảnh bạn có thể tạo mỗi ngày. Bạn chỉ có vài điểm credit để tạo ra một số ít hình ảnh mỗi ngày.- Thời gian tạo ảnh: Công cụ này có thể mất nhiều thời gian	<p>Nightcafe Creator có các gói:</p> <ul style="list-style-type: none">- Được 5 lần tạo miễn phí- AI Beginner: chi phí: \$6/tháng (\$4.49/tháng nếu thanh toán hàng năm). Công dụng: 100 tín dụng (khoảng 700 ảnh/tháng), truy cập tất cả mô hình AI, 1 tín dụng tinh chỉnh/tháng, không quảng cáo, tìm kiếm công khai, huy hiệu PRO, phù hợp cho người mới bắt	 <p><i>Hình 3. Giao diện banner được tạo bởi công cụ Nightcafe Creator</i></p>

		<p>chia sẻ tác phẩm nghệ thuật của mình, nhận phản hồi từ người khác và học hỏi từ những người sáng tạo khác [11].</p>	<p>để tạo ra một hình ảnh, đặc biệt là khi bạn sử dụng các phong cách nghệ thuật phức tạp. Và nếu không có một prompt chính xác đối với NightCafe thì ảnh của bạn tạo sẽ không hề được như ý [11].</p>	<p>đầu.</p> <ul style="list-style-type: none">- AI Hobbyist: Chi phí: \$10/tháng (\$7.49/tháng nếu thanh toán hàng năm). Công dụng: 200 tín dụng (khoảng 800 ảnh/tháng), truy cập tất cả mô hình AI, 1 tín dụng tính chính/tháng, không quảng cáo, tìm kiếm công khai, huy hiệu PRO, dành cho người dùng thường xuyên.- AI Enthusiast: chi phí: \$20/tháng (\$14.99/tháng nếu thanh toán hàng năm). Công dụng: 500 tín dụng (khoảng 1.100 ảnh/tháng), truy cập tất cả mô hình AI, 2 tín dụng tính chính/tháng, không quảng cáo, tìm kiếm nâng cao, huy hiệu PRO, lý tưởng cho người dùng chuyên sâu.- AI Artist: Chi phí: \$59/tháng (\$37.49/tháng nếu thanh toán hàng năm). Công dụng: 1.400 tín dụng (khoảng 2.000 ảnh/tháng), truy cập tất cả mô hình AI, 3 tín dụng tính chính/tháng, không quảng cáo, tìm kiếm nâng cao, huy hiệu PRO, phù hợp cho người dùng chuyên nghiệp hoặc doanh nghiệp.	
Canva AI	Đóng	<ul style="list-style-type: none">- Giao diện thân thiện, dễ dùng ngay cả với người mới.- Kho template đa dạng, có sẵn kích thước chuẩn cho Facebook, Instagram, TikTok...- Tích hợp AI giúp tối ưu màu sắc, font chữ,	<ul style="list-style-type: none">- Một số tính năng nâng cao yêu cầu tài khoản Canva Pro.- Không chuyên sâu về tạo hình ảnh từ đầu như DALL-E hay Midjourney [7].	<ul style="list-style-type: none">- Canva Miễn phí: chi phí: 0 đồng/năm. Công dụng: Thiết kế cơ bản, truy cập hơn 2 triệu mẫu miễn phí, 1.000 kiểu chữ, 4.5 triệu ảnh stock, 5GB lưu trữ, phù hợp cho cá nhân mới bắt đầu sáng tạo.- Canva Pro: chi phí: 1.300.000 đồng/năm cho 1 thành viên.	

Hình 4. Giao diện banner được tạo bởi công cụ Canva AI

		hình nền [7].		<p>Công dụng: nâng cao với hơn 140 triệu ảnh, video, đồ họa, 1.000 kiểu chữ, xóa nền, thay đổi kích thước, xuất nền trong suốt, tạo nội dung AI, 1TB lưu trữ, phù hợp cho cá nhân hoặc nhóm nhỏ cần thiết kế chuyên nghiệp.</p> <p>- Canva Đối nhóm: chi phí: 1.100.000 đồng/năm cho 1 thành viên (tối thiểu 3 thành viên, 3.300.000 đồng/năm). Công dụng: tất cả tính năng Pro, cộng thêm quản lý nhóm, kiểm soát thương hiệu, bảo mật nâng cao, báo cáo phân tích, hỗ trợ khách hàng ưu tiên, phù hợp cho doanh nghiệp và đội nhóm lớn.</p>	
DALL-E 3	Đóng	<ul style="list-style-type: none">- Chất lượng ảnh sắc nét, đa phong cách.- Phù hợp với nhiều lĩnh vực, từ nghệ thuật đến thương mại.- Dễ sử dụng, chỉ cần nhập mô tả văn bản [14].	<ul style="list-style-type: none">- Cần có tài khoản OpenAI để sử dụng.- Một số hình ảnh có thể thiếu chi tiết hoặc bị lỗi.- Đôi khi có thể tạo ra các hình ảnh không chính xác hoặc không phù hợp với yêu cầu của người dùng [14].	<ul style="list-style-type: none">- DALL-E 3 cho phép bạn gửi tối đa 50 yêu cầu tạo hình ảnh trong mỗi 3 giờ. Tính ra, với tần suất này, bạn có thể tạo hơn 1.000 hình ảnh mỗi ngày – một con số ấn tượng, vượt xa khả năng của nhiều công cụ tạo hình ảnh khác.- Vì có hạn mức, hãy cân nhắc sắp xếp các yêu cầu của mình để sử dụng hiệu quả nhất. Nếu có nhiều ý tưởng hoặc dự án, bạn có thể tận dụng tối đa số lượng hình ảnh được tạo ra trong một ngày mà không lo bị giới hạn [14].	 <p>Hình 5. Giao diện banner được tạo bởi công cụ DALL-E 3</p>
Leonardo	Đóng	<ul style="list-style-type: none">- Khả năng tùy chỉnh cao: chọn phong cách nghệ thuật đa dạng (hiện đại, cổ điển, tối giản, trừu tượng). Tùy chỉnh chi tiết (màu sắc, ánh	<ul style="list-style-type: none">- Khả năng đọc hiểu câu lệnh chưa tốt: có thể bạn sẽ phải ghi nhiều chi tiết hơn trong câu lệnh của mình để tạo ra một bức ảnh như ý. Vì	<ul style="list-style-type: none">- Free: chi phí: \$0 (miễn phí mãi mãi). Công dụng: 150 token nhanh/ngày, 1 bộ sưu tập, 200 canvas thời gian thực, 200 lần tạo ảnh thời gian thực, tạo công khai, 5 tác vụ tối đa, phù hợp cho người	 <p>Hình 6. Giao diện banner được tạo bởi công cụ Leonardo</p>

	<p>sáng, độ tương phản, độ chi tiết). Sáng tạo không giới hạn, không phụ thuộc mẫu có sẵn, phù hợp cho cá nhân và doanh nghiệp (thiết kế, marketing, nội dung).</p> <p>- Giao diện thân thiện: thiết kế đơn giản, dễ sử dụng, trực quan. Hướng dẫn chi tiết, gợi ý thông minh, phù hợp cho cả người mới và chuyên gia.</p> <p>- Hỗ trợ làm việc nhóm: cộng tác thời gian thực, phân quyền truy cập, đồng bộ ý tưởng. Tối ưu cho doanh nghiệp và nhóm sáng tạo (quảng cáo, thiết kế).</p> <p>- Cấp phép thương mại linh hoạt: tùy chọn cấp phép đa dạng, hợp pháp cho mục đích thương mại. Tối ưu chi phí, sử dụng linh hoạt trong quảng cáo, truyền thông, in ấn [8].</p>	<p>khả năng đọc hiểu câu lệnh của Leonardo AI sẽ không được như Copilot và Gemini.</p> <p>- Giới hạn số lượt tạo ảnh: Leonardo AI cho phép người dùng tạo ảnh miễn phí, tuy nhiên nếu muốn tạo nhiều ảnh hơn thì bạn phải mua gói nâng cao để có thêm tokens và tạo nhiều ảnh hơn [11].</p>	<p>mới thử nghiệm.</p> <p>- Apprentice: chi phí: \$12/tháng (\$10/tháng nếu thanh toán hàng năm). Công dụng: 8.500 token nhanh, 25.500 token chậm, tạo ảnh riêng tư, không giới hạn canvas thời gian thực và bộ sưu tập, 5 tác vụ tối đa, huấn luyện 10 mô hình AI, mở khóa chất lượng nâng cao, phù hợp cho cá nhân sáng tạo thường xuyên.</p> <p>- Artisan Unlimited: chi phí: \$30/tháng (\$24/tháng nếu thanh toán hàng năm). Công dụng: 25.000 token nhanh, 75.000 token chậm, không giới hạn tạo ảnh thư giãn, tạo ảnh riêng tư, không giới hạn canvas và bộ sưu tập, hàng đợi tối đa 10 tác vụ, huấn luyện 20 mô hình AI, mở khóa chất lượng nâng cao, dành cho người dùng chuyên nghiệp.</p> <p>- Maestro Unlimited: chi phí: \$60/tháng (\$48/tháng nếu thanh toán hàng năm). Công dụng: 60.000 token nhanh, 180.000 token chậm, không giới hạn tạo ảnh và video thư giãn, tạo ảnh riêng tư, không giới hạn canvas và bộ sưu tập, hàng đợi tối đa 20 tác vụ, huấn luyện 50 mô hình AI, tạo video bên thứ 3 (không giới hạn), mở khóa chất lượng nâng cao, lý tưởng cho người dùng chuyên sâu.</p> <p>- Leonardo for Teams: chi phí: Từ \$24/thành viên/tháng. Công dụng: chia sẻ token nhanh và chậm giữa</p>	
--	---	---	--	--

				<p>các thành viên, không giới hạn bộ sưu tập chia sẻ, quản lý đội nhóm, bảo mật nội dung và IP, hỗ trợ ưu tiên, thanh toán tập trung, phù hợp cho doanh nghiệp và nhóm sáng tạo lớn.</p>	
Microsoft Designer	Đóng	<ul style="list-style-type: none">- Có thể tạo ảnh AI miễn phí với số lượng không giới hạn.- Quá trình tạo ảnh đơn giản, dễ sử dụng.- Hỗ trợ nhiều ngôn ngữ, trong đó có tiếng Việt.- Tốc độ tạo ảnh nhanh [13].	<ul style="list-style-type: none">- Chất lượng hình ảnh không cao lắm.- Thư viện hình ảnh còn nhỏ hơn so với một số công cụ khác [13].	<ul style="list-style-type: none">- Microsoft Designer AI hiện cung cấp phiên bản miễn phí cho người dùng chỉ cần có tài khoản Microsoft.- Khi hết tin dụng, Microsoft cũng cung cấp các gói đăng ký trả phí trong hệ sinh thái Microsoft 365 hoặc chờ làm mới tin dụng vào đầu tháng.	 <p><i>Hình 7. Giao diện banner được tạo bởi công cụ Microsoft Designer</i></p>
Gemini	Đóng	<ul style="list-style-type: none">- Chất lượng ảnh cao: Gemini sử dụng công nghệ AI tiên tiến để tạo ra những hình ảnh có độ phân giải cao, chi tiết và màu sắc sống động.- Nhiều phong cách nghệ thuật: Gemini cung cấp nhiều phong cách nghệ thuật khác nhau, từ hiện thực đến trừu tượng, cho phép bạn tạo ra những hình ảnh độc đáo theo sở thích của mình.- Dễ sử dụng: Gemini có giao diện đơn giản, dễ thao tác, phù hợp với mọi đối tượng người dùng.- Miễn phí: bạn hoàn toàn sử dụng Gemini để tạo ảnh không giới hạn, bạn không cần phải trả phí để tạo ảnh	<ul style="list-style-type: none">- Tốc độ tạo ảnh chậm: Gemini có thể mất nhiều thời gian để tạo ra một hình ảnh, đặc biệt là khi bạn sử dụng câu lệnh phức tạp.- Ảnh tạo ra không được hoàn thiện chi tiết: ảnh bạn tạo ra có thể đầy đủ các yếu tố trong câu lệnh mà bạn đã nêu, tuy nhiên chúng sẽ không được hoàn thiện một cách chính chu nhất.- Không có công cụ tùy chỉnh: Gemini không có các công cụ tùy chỉnh ảnh như những công cụ AI tạo ảnh chuyên nghiệp khác [11].	<p>Miễn phí.</p>	 <p><i>Hình 8. Giao diện banner được tạo bởi công cụ Gemini</i></p>

		bằng Gemini [11].			
--	--	-------------------	--	--	--

Nhóm nghiên cứu thử nghiệm bằng cách dùng một mô tả cho các công cụ, mô tả là tạo banner phong cách anime có hình ảnh sách, bút, bảng đen, học sinh cười vui. Có tiêu đề “Chào mừng năm học mới”. Sau đây là các đánh giá banner được tạo bởi các công cụ.

Banner do Craiyon tạo không đáp ứng đầy đủ yêu cầu. Mặc dù phong cách anime và vẻ vui tươi của các nhân vật được thể hiện tốt, nhưng các yếu tố quan trọng như sách, bút, bảng đen và đặc biệt là tiêu đề "CHÀO MỪNG NĂM HỌC MỚI" đều bị thiếu. Banner hiện tại trông giống như một tập hợp các hình ảnh anime ngẫu nhiên hơn là một thiết kế có chủ đề cụ thể về năm học mới.

Banner do NightCafe Creator tạo không đáp ứng đầy đủ yêu cầu. Mặc dù phong cách anime và biểu cảm vui vẻ của học sinh được thể hiện tốt, nhưng các yếu tố quan trọng như sách, bút, bảng đen và đặc biệt là tiêu đề "CHÀO MỪNG NĂM HỌC MỚI" đều bị thiếu. Banner hiện tại không truyền tải được thông điệp về năm học mới một cách rõ ràng.

Banner do Canva AI và Leonardo tạo đáp ứng được một phần yêu cầu nhưng chưa hoàn chỉnh. Điểm mạnh là phong cách minh họa dễ thương gần với anime, có học sinh cười vui và một số yếu tố học đường như sách, bảng đen. Tuy nhiên, banner thiếu yếu tố bút và quan trọng nhất là không có tiêu đề "CHÀO MỪNG NĂM HỌC MỚI" như yêu cầu (dòng chữ "WELCOME TO SCHOOL YEAR!" không đáp ứng đúng ngôn ngữ và nội dung mong muốn).

Banner do DALL-E 3 tạo đáp ứng tốt hầu hết yêu cầu, ngoại trừ tiêu đề. Điểm mạnh là phong cách anime rõ ràng, có đầy đủ sách, bút, bảng đen và học sinh cười vui trong bối cảnh lớp học. Tuy nhiên, việc thiếu tiêu đề "CHÀO MỪNG NĂM HỌC MỚI" là một điểm trừ lớn, khiến banner chưa truyền tải đúng thông điệp mong muốn.

Các banner do Microsoft Designer tạo ra có tính thẩm mỹ cao và chuyên nghiệp, nhưng thiếu rõ rệt phong cách anime và các yếu tố con người, đặc biệt là học sinh cười vui - điểm quan trọng trong mô tả.

Banner do Gemini tạo ra là phiên bản đáp ứng gần như đầy đủ và tốt nhất theo mô tả - đúng phong cách anime, có học sinh cười, bảng đen, sách vở và tiêu đề rõ ràng. Đây là lựa chọn rất phù hợp để sử dụng cho các mục tiêu giáo dục, truyền thông hoặc truyền cảm hứng đầu năm học.

Qua quá trình thử nghiệm các công cụ tạo ảnh từ mô tả văn bản, Gemini cho thấy khả năng tạo hình ảnh banner ấn tượng, đúng nội dung và có tính ứng dụng cao. Các kết quả minh họa cho thấy hình ảnh được tạo ra thường có bố cục hợp lý, chi tiết rõ ràng, thể hiện tốt các yếu tố theo yêu cầu đầu vào. Nhằm tăng độ chi tiết và độ chính xác của hình ảnh, nhóm nghiên cứu kết hợp thêm Grok-3-mini như một công cụ hỗ trợ tạo prompt - giúp mô tả đầu vào rõ ràng, mạch lạc hơn trước khi gửi đến Gemini. Từ nền tảng này, nhóm nghiên cứu đã phát triển một hệ thống tạo banner quảng cáo tự động bằng AI. Người dùng chỉ cần nhập yêu

cầu bằng tiếng Việt, hệ thống sẽ xử lý, sinh prompt phù hợp và tạo ra banner hoàn chỉnh. Banner được tạo ra chất lượng cao theo đúng mô tả đầu vào. Các hình ảnh đều thể hiện đầy đủ các yếu tố yêu cầu, chi tiết và đặc biệt là tiêu đề “Chào mừng năm học mới” rõ ràng, nổi bật. Những banner được tạo ra từ hệ thống cho thấy sự vượt trội rõ rệt so với các công cụ tạo ảnh thông thường, không chỉ ở độ chính xác theo mô tả đầu vào mà còn ở tính thẩm mỹ cao, bố cục chặt chẽ, màu sắc hài hòa và khả năng truyền tải thông điệp một cách trực quan, rõ nét và đầy cuốn hút. Hình ảnh không chỉ đúng với yêu cầu mà còn mang lại cảm giác chuyên nghiệp, sinh động và sẵn sàng sử dụng trong các bối cảnh thực tế như giáo dục, sự kiện hay truyền thông. Đây là điểm khác biệt nổi bật, cho thấy hệ thống không chỉ tạo ra hình ảnh mà tạo ra những thiết kế thực sự có giá trị sử dụng và sức lan tỏa.



Hình 9. Giao diện banner được tạo bởi hệ thống tạo banner quảng cáo tự động

4. Ứng dụng công nghệ tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI vào giáo dục

Công nghệ tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI mang lại tiềm năng lớn trong giáo dục, đặc biệt trong các chuyên ngành đồ họa và mỹ thuật. Công nghệ này cho phép sinh ra các thiết kế banner chất lượng cao một cách nhanh chóng, hỗ trợ học sinh và giáo viên trong việc sáng tạo, tối ưu hóa quy trình thiết kế và định hướng nghề nghiệp. Bằng cách tự động hóa các bước thiết kế thủ công, AI giúp người học tập trung vào ý tưởng sáng tạo thay vì các thao tác kỹ thuật lặp đi lặp lại. Dưới đây là phân tích chi tiết về các ứng dụng của công nghệ này trong giảng dạy đồ họa, mỹ thuật và hướng nghiệp, cùng với những thách thức và giải pháp.

So với các phương pháp thiết kế truyền thống, công nghệ tạo banner quảng cáo tự động mang lại bước nhảy vọt về khả năng tiếp cận, tốc độ và khả năng cá nhân hóa trong giáo dục. Trong khi thiết kế thủ công đòi hỏi người học phải thành thạo phần mềm chuyên dụng như Adobe Photoshop hoặc Illustrator - những công cụ có đường cong học tập cao và yêu cầu kỹ năng kỹ thuật vững vàng thì hệ thống tạo banner tự động cho phép người dùng tạo ra sản phẩm chất lượng chỉ bằng mô tả ngôn ngữ tự nhiên. Điều này đặc biệt quan trọng trong môi trường giáo dục, nơi việc học tập và sáng tạo cần được diễn ra nhanh chóng và linh hoạt để phục vụ nhiều mục tiêu học tập khác nhau. So với các công nghệ AI phổ biến khác trong giáo dục như chatbot hỗ trợ học tập, hệ thống chấm điểm tự động hay mô hình

học thích ứng, công nghệ tạo banner tập trung trực tiếp vào khía cạnh thị giác và thẩm mỹ - một lĩnh vực có ý nghĩa đặc biệt trong đào tạo các ngành nghệ thuật, truyền thông và thiết kế. Chính nhờ khả năng biến ý tưởng thành hình ảnh trực quan một cách nhanh chóng và dễ dàng, công nghệ này không chỉ hỗ trợ truyền đạt nội dung hiệu quả hơn, mà còn thúc đẩy tư duy thiết kế và khơi gợi cảm hứng sáng tạo tức thì trong môi trường học tập.

Trong chuyên ngành đồ họa và mỹ thuật, công nghệ tạo banner tự động sử dụng AI là một công cụ mạnh mẽ để hỗ trợ thiết kế và sáng tạo. Công nghệ này cho phép sinh viên và giáo viên tạo ra các banner với hình ảnh, bố cục và màu sắc chuyên nghiệp chỉ trong vài phút, thay vì dành hàng giờ cho thiết kế thủ công trên các phần mềm như Photoshop. Ví dụ, khi cần thiết kế một banner quảng bá cho triển lãm mỹ thuật, sinh viên có thể nhập thông tin như “banner phong cách tối giản, màu pastel, chủ đề nghệ thuật hiện đại” để nhận được một thiết kế ban đầu, sau đó tinh chỉnh theo ý tưởng riêng. Điều này giúp tiết kiệm thời gian, đặc biệt khi phải xử lý nhiều dự án cùng lúc, cho phép sinh viên tập trung vào việc phát triển ý tưởng sáng tạo hơn là các thao tác kỹ thuật.

Trong giáo dục, công nghệ tạo banner tự động hỗ trợ học sinh và giáo viên trong các hoạt động sáng tạo, đặc biệt ở các môn học liên quan đến nghệ thuật và truyền thông. Học sinh có thể sử dụng công nghệ này để thiết kế banner cho các dự án trường học, như poster quảng bá ngày hội thể thao hoặc triển lãm khoa học. Ví dụ, một nhóm học sinh lớp 10 có thể nhập mô tả “banner sôi động, màu đỏ-vàng, chủ đề thể thao” để tạo ra một thiết kế bắt mắt mà không cần kỹ năng thiết kế chuyên sâu. Quá trình này không chỉ giúp học sinh hoàn thành dự án nhanh chóng mà còn khuyến khích tư duy sáng tạo và khả năng sử dụng công nghệ hiện đại. Công nghệ còn hỗ trợ giáo viên tổ chức các hoạt động nhóm, nơi học sinh cùng nhau thiết kế banner cho các sự kiện giả định, chẳng hạn như một chiến dịch quảng cáo sản phẩm công nghệ. Học sinh có thể thử nghiệm các phong cách khác nhau, từ tối giản đến sôi động, và so sánh kết quả để học về thẩm mỹ và hiệu quả truyền thông. Bằng cách sử dụng công nghệ, giáo viên giúp học sinh phát triển tư duy sáng tạo, kỹ năng công nghệ và khả năng làm việc nhóm, đáp ứng yêu cầu của giáo dục hiện đại về tích hợp công nghệ vào giảng dạy.

Trong hướng nghiệp, công nghệ tạo banner tự động giúp học sinh và sinh viên khám phá tiềm năng nghề nghiệp trong lĩnh vực đồ họa, mỹ thuật và quảng cáo. Trong tương lai, các chuyên gia đồ họa sẽ cần biết cách sử dụng AI để tạo bản nháp nhanh, tối ưu hóa quy trình và tập trung vào ý tưởng sáng tạo. Ví dụ, một nhà thiết kế có thể sử dụng AI để tạo 10 mẫu banner trong vài phút, sau đó chọn mẫu tốt nhất để phát triển sâu hơn, thay vì mất hàng giờ thiết kế từ đầu. Công nghệ này cũng giúp học sinh hiểu rằng các ngành sáng tạo đang chuyển đổi sang mô hình kết hợp giữa con người và máy, nơi tư duy thẩm mỹ và khả năng sử dụng công cụ AI là lợi thế cạnh tranh.

Nhìn xa hơn, công nghệ này định hình tương lai nghề nghiệp bằng cách trang bị cho học sinh các kỹ năng sử dụng AI trong thiết kế. Trong thị trường lao động ngày càng cạnh

tranh, khả năng kết hợp sáng tạo cá nhân với công cụ AI sẽ là lợi thế lớn. Học sinh học cách sử dụng công nghệ để tạo banner có thể áp dụng kỹ năng này vào các ngành nghề như quảng cáo, truyền thông, hoặc thiết kế sản phẩm. Công nghệ cũng mở ra cơ hội khởi nghiệp, khi sinh viên có thể tự tạo banner cho các dự án cá nhân hoặc doanh nghiệp nhỏ mà không cần đầu tư lớn vào phần mềm chuyên dụng.

Mặc dù mang lại nhiều lợi ích, công nghệ tạo banner tự động vẫn đối mặt với thách thức. Chất lượng văn bản tiếng Việt trên banner thường chưa tối ưu, với lỗi font hoặc bố cục chữ không tự nhiên, đòi hỏi chỉnh sửa thủ công. Ngoài ra, việc phụ thuộc vào AI có thể khiến học sinh lạm dụng công cụ, làm giảm khả năng sáng tạo độc lập. Để khắc phục, các chương trình đào tạo cần kết hợp giảng dạy kỹ năng sử dụng AI với phát triển tư duy thiết kế truyền thống. Cuối cùng, chi phí truy cập các công cụ thương mại cao cấp có thể là rào cản với các trường học có ngân sách hạn chế, nhưng mã nguồn mở đang dần giải quyết vấn đề này.

Trong tương lai, công nghệ này sẽ tiếp tục phát triển, với khả năng tích hợp đa phương thức (kết hợp hình ảnh, âm thanh, video) và cá nhân hóa sâu hơn, giúp học sinh và giáo viên tạo ra các thiết kế độc đáo hơn. Trong hướng nghiệp, công nghệ sẽ hỗ trợ đào tạo thế hệ lao động sáng tạo, kết hợp AI với tư duy nghệ thuật để đáp ứng nhu cầu thị trường. Công nghệ tạo banner tự động không chỉ là công cụ hỗ trợ mà còn là động lực thúc đẩy đổi mới trong giáo dục và nghề nghiệp.

5. Đề xuất hệ thống tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI

Công nghệ tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI là sự kết hợp của nhiều thành phần AI và các kỹ thuật xử lý hình ảnh, nhằm tạo ra hình ảnh có chất lượng cao phù hợp với yêu cầu người dùng. Phần này trình bày cơ sở lý thuyết của công nghệ được ứng dụng trong hệ thống, bao gồm: tối ưu hóa tỉ lệ khung hình, sinh văn bản mô tả (prompt) từ yêu cầu người dùng, sinh ảnh bằng mô hình AI và xử lý hậu kỳ ảnh.

Tỉ lệ khung hình (aspect ratio) là một yếu tố then chốt trong thiết kế banner, đặc biệt trong bối cảnh AI sinh ảnh, vì mỗi mô hình có giới hạn và khả năng xử lý tốt ở một số tỉ lệ cụ thể. Tỉ lệ khung hình được xác định bởi công thức:

$$\text{Aspect Ratio} = \text{Width/Height}$$

Trong thực tế, người dùng thường cung cấp một kích thước cụ thể (ví dụ: 800x350 pixel). Tuy nhiên, không phải mọi tỉ lệ khung hình đều cho ra ảnh đẹp khi sử dụng AI tạo ảnh. Do đó, hệ thống cần tìm tỉ lệ khung hình gần nhất với giá trị đầu vào mà mô hình sinh ảnh hỗ trợ tốt.

Ví dụ, nếu người dùng yêu cầu banner 800x350, tỉ lệ sẽ là: $800/350 \approx 2.3$.

Giả sử mô hình Gemini 2.0 Flash Experimental hỗ trợ tốt các tỉ lệ như 1:1, 3:4, 4:3, 9:16 và 16:9, hệ thống sẽ chọn tỉ lệ gần nhất (trong trường hợp này là $16:9 \approx 1.8$).

Để làm được điều này, hệ thống dùng công thức tính khoảng cách tuyệt đối giữa tỉ lệ người dùng yêu cầu và danh sách tỉ lệ có sẵn:

$$\text{ClosestRatio} = \arg \min_{r \in R} |W/H - r|$$

Trong đó: W, H là chiều rộng và chiều cao yêu cầu; R là danh sách các tỉ lệ khung hình mà mô hình hỗ trợ.

Sau khi xác định được tỉ lệ khung hình phù hợp, hệ thống chọn độ phân giải tương ứng để gửi tới mô hình sinh văn bản mô tả (Grok 3 Mini), đồng thời đảm bảo không vượt quá giới hạn phân cứng hoặc kỹ thuật của API.

Để sinh ảnh một cách hiệu quả, hệ thống cần tạo ra một mô tả ngôn ngữ (prompt) giàu ngữ nghĩa từ yêu cầu đầu vào. Prompt đóng vai trò như hướng dẫn trực tiếp cho mô hình sinh ảnh, mô tả chi tiết chủ đề, bố cục, phong cách, màu sắc và các yếu tố trực quan khác.

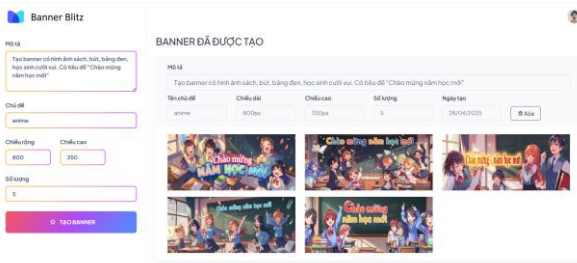
Trong hệ thống được đề xuất, quá trình này sử dụng một mô hình ngôn ngữ lớn (LLM), cụ thể là Grok 3 Mini, có khả năng sinh văn bản chi tiết dựa trên các tham số đầu vào như:

- Chủ đề (ví dụ: "giới thiệu khóa học lập trình Python").
- Tỉ lệ khung hình và độ phân giải.
- Ngôn ngữ đầu ra (ưu tiên tiếng Anh để tăng tính tương thích với mô hình hình ảnh).

Việc sinh prompt tự động bằng LLM giúp đảm bảo rằng mô tả đầu vào không chỉ đầy đủ thông tin mà còn có chất lượng cao và tính sáng tạo, vượt xa so với các phương pháp sinh prompt thủ công hoặc theo mẫu.

Sau khi hoàn tất quá trình sinh prompt, hệ thống gửi yêu cầu sinh ảnh tới mô hình Gemini 2.0 Flash Experimental, một kiến trúc đa phương thức tiên tiến do Google phát triển. Mô hình này có khả năng xử lý prompt ngôn ngữ và tạo ảnh có độ phân giải cao, cấu trúc hợp lý và chi tiết tốt.

Do ảnh được sinh dựa trên tỉ lệ khung hình gần đúng, hệ thống cần thực hiện một bước hậu xử lý để đưa ảnh về đúng kích thước yêu cầu đầu vào. Kết quả là một ảnh có đúng độ phân giải mong muốn, đồng thời giữ được độ sắc nét và màu sắc ổn định, phù hợp để sử dụng trong các ứng dụng thực tế như in ấn hoặc hiển thị web.



Hình 10. Giao diện chính

Giao diện này giúp người dùng tạo và quản lý banner quảng cáo một cách dễ dàng và trực quan. Bên trái màn hình là khu vực nhập thông tin yêu cầu: mô tả ý tưởng banner, chủ đề, kích thước (chiều rộng và chiều cao) cùng số lượng banner muốn tạo. Sau khi điền đầy đủ thông tin và nhấn nút "Tạo Banner", hệ thống sẽ tự động tạo các banner phù hợp. Bên phải màn hình là khu vực hiển thị kết quả: người dùng có thể xem mô tả, chủ đề, kích thước, số lượng banner đã tạo, kèm theo ngày tạo. Các banner sẽ được hiển thị dưới dạng hình ảnh thu nhỏ (thumbnail) để

tiện theo dõi. Ngoài ra, người dùng có thể xóa nhanh bộ banner nếu không còn cần thiết. Giao diện được thiết kế tối giản, hiện đại, tập trung vào trải nghiệm mượt mà và thao tác nhanh chóng, phù hợp cho cả người mới lẫn người chuyên nghiệp trong lĩnh vực marketing hoặc thiết kế.

Quy trình tổng thể của tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI có thể tóm lược như sau:

1. Nhập mô tả, trong ô "Mô tả", người dùng nhập thông tin mô tả cho banner. Ví dụ trong ảnh là "Tạo banner có hình ảnh sách, bút, bảng đen học sinh cuối cấp. Có tiêu đề 'Chào mừng năm học mới'".
2. Chọn chủ đề (tùy chọn): ở mục "Chủ đề", người dùng có thể chọn một chủ đề cho banner. Ví dụ chủ đề được chọn là "anime".
3. Nhập kích thước, nhập chiều rộng và chiều cao của banner. Ví dụ ô chiều rộng là 800, chiều cao là 350.
4. Nhập số lượng (tùy chọn): ở mục "Số lượng", người dùng có thể chỉ định số lượng banner muốn tạo với các thiết lập trên.
5. Tạo banner: sau khi đã nhập các thông tin cần thiết, người dùng nhấn vào nút có chữ "Tạo banner".

6. Xem và quản lý banner đã tạo. Phần "BANNER ĐÃ TẠO" hiển thị danh sách các banner đã được tạo. Mỗi banner trong danh sách có các thông tin như "Mô tả", "Chiều rộng", "Chiều cao", "Số lượng" và "Ngày tạo". Có một nút "Xóa" bên cạnh mỗi banner, cho phép người dùng xóa banner đó. Khi nhấp chuột vào banner sẽ có nút chỉnh sửa, phần chỉnh sửa có thể chèn thêm văn bản mô tả, chèn thêm hình ảnh, lưu ảnh đã chỉnh sửa và tải ảnh về.

6. Kết luận

Công nghệ tạo banner quảng cáo tự động sử dụng AI mang lại tiềm năng lớn trong giáo dục, đặc biệt trong chuyên ngành đồ họa và mỹ thuật, giúp định hình tương lai sáng tạo. Công nghệ này hỗ trợ sinh viên và giáo viên tạo ra các thiết kế trực quan nhanh chóng, từ poster sự kiện đến banner quảng bá, mà không cần kỹ năng chuyên sâu. Bằng cách nhập thông tin cơ bản như chủ đề hoặc phong cách, AI tạo ra các mẫu banner chuyên nghiệp, giúp khơi dậy ý tưởng khi học sinh chưa có định hướng sáng tạo. Điều này đặc biệt hữu ích trong các môn mỹ thuật hoặc thiết kế đồ họa, nơi học sinh có thể thử nghiệm nhiều phong cách, từ tối giản đến hiện đại, mà không bị giới hạn bởi kỹ thuật.

Công nghệ cũng tiết kiệm đáng kể thời gian thiết kế thủ công, cho phép sinh viên tập trung vào phát triển ý tưởng sáng tạo thay vì các công đoạn lặp lại như chỉnh bố cục hay chọn màu sắc. Trong giáo dục, công nghệ khuyến khích học sinh khám phá tư duy thẩm mỹ, xây dựng kỹ năng thiết kế và chuẩn bị cho các ngành nghề sáng tạo. Tuy nhiên, thách thức nằm ở khả năng tùy chỉnh hạn chế và tính độc đáo của thiết kế AI, đòi hỏi học sinh chỉnh sửa để tạo dấu ấn cá nhân. Trong tương lai, việc cải tiến công nghệ để hỗ trợ tùy chỉnh sâu hơn và tích hợp xu hướng thiết kế mới sẽ mở rộng tiềm năng ứng dụng, giúp học sinh không chỉ học thiết kế mà còn sẵn sàng cho thị trường lao động sáng tạo, nơi AI và con người cùng hợp tác để tạo ra những sản phẩm độc đáo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Huyền Trang, “NLP Là Gì? Tất tần tật về xử lý ngôn ngữ tự nhiên trong kỷ nguyên AI”, Tokyo Tech Lab, 2025, [Online] Available: <https://tokyotechlab.com/vi/blogs/what-is-natural-lingu-processing>, 19/4/2025.

[2] VinBigdata, “5 mô hình AI tạo sinh phổ biến”, VinBigdata, 2025, [Online] Available: <https://vinbigdata.com/cong-nghe-giong-noi/5-mo-hinh-ai-tao-sinh-pho-bien.html>, 19/4/2025.

[3] Alexis Simonetti, “Bước ra ánh sáng — cách AI đang thay đổi trải nghiệm quảng cáo”, Amazon Ads, 2024, [Online] Available: <https://advertising.amazon.com/vi-vn/library/news/ai-advertising-benefits>, 19/4/2025.

[4] “AI tạo và chỉnh sửa ảnh đang khuấy động đồng mạng – Gemini 2.0 bề mặt GPT-4o”, Tenten AI, 2025, [Online] Available: <https://tenten.vn/ai/ai-tao-va-chinh-sua-anh-dang-khuay-dao-cong-dong-mang-gemini-2-0-vuot-mat-gpt-4o/>, 19/4/2025.

[5] “Banner là gì? Kích thước tiêu chuẩn và cách thiết kế Banner thu hút”, Thê Giới Di Động, 2021, [Online] Available: <https://vieclam.thegioidiidong.com/tin-tuc/banner-la-gi-kich-thuoc-tieu-chuan-va-cach-thiet-ke-banner-thu-hut-357>, 19/4/2025.

[6] Hiền Hoàng, “Tất tần tật về Craiyon AI - Công cụ tạo sinh hình thần thánh cùng nhà với ChatGPT”, FPT Shop, 2024, [Online] Available: <https://fptshop.com.vn/tin-tuc/danh-gia/craiyon-ai-156160>, 19/4/2025.

[7] Nguyễn Thu Hằng, “Canva là gì? Khám phá ứng dụng thiết kế đồ họa và chỉnh ảnh miễn phí đình hiện nay”, FPT Shop, 2024, [Online] Available: <https://fptshop.com.vn/tin-tuc/giai-tri/canva-la-gi-167451>, 19/4/2025.

[8] Ben Lovejoy, “Leonardo.ai: Đánh Giá Chi và Hướng dẫn Sử dụng Leonardo App – Pháp Sáng Tạo Phá Cho Doanh Nghiệp và Nhà Sáng Tạo Nội Dung”, Trung Kiên Techdevinco, 2024, [Online] Available: <https://www.trungkiengroup.com/post/leonardo-ai-%C4%91%C3%A1nh-gi%C3%A1-chi-ti%E1%BA%Bf-v%C3%A0-h%C6%B0%E1%BB%9Bng-d%E1%BA%ABn-s%E1%BB%AD-d%E1%BB%A5ng-leonardo-app-gi%E1%BA%A3i-ph%C3%A1p-s%C3%A1ng-t%E1%BA%A1o-%C4%91%E1%BB%99t-ph%C3%A1-cho-do>, 19/4/2025.

[9] “5 Công Cụ Tạo Hình Ảnh AI Mã Nguồn Mở Tốt Nhất”, PA Việt Nam, 2024, [Online] Available: <https://kb.pavietnam.vn/5-cong-cu-tao-hinh-anh-ai-ma-nguon-mo-tot-nhat.html>, 19/4/2025.

[10] Kandy Parfume, “5 công cụ tạo hình ảnh AI mã nguồn mở tốt nhất”, QuanTriMang, 2024, [Online] Available: <https://quantrimang.com/cong-nghe/cong-cu-tao-hinh-anh-ai-ma-nguon-mo-202726>, 19/4/2025.

[11] Minh Mầm Mầm, “So sánh những công cụ AI tạo hình ảnh từ văn bản phổ biến nhất hiện nay”, QuanTriMang, 2024, [Online] Available: <https://quantrimang.com/lang-cong-nghe/so-sanh-nhung-cong-cu-ai-tao-hinh-anh-tu-van-ban-202325>, 29/4/2025.

[12] “Top 5 công cụ AI tạo hình ảnh cho marketing”, ECPMEDIA, 2024, [Online] Available: <https://ecpmidia.vn/top-5-cong-cu-ai-tao-hinh-anh-doc-dao-cho-chien-dich-marketing.html>, 19/4/2025.

[13] Lý Tắt Thành, “Top 7 Phần Mềm Tạo Ảnh AI: So sánh ưu nhược điểm và ứng dụng (2024)”, Chiconcota, 2024, [Online] Available: <https://lytatthanh.com/phan-mem-tao-anh-ai/>, 29/4/2025.

[14] Trọng Hòa, “DALL-E 3: Khám phá công cụ AI sáng tạo hình ảnh mạnh mẽ kết hợp với ChatGPT”, FPT Shop, 2025, [Online] Available: <https://fptshop.com.vn/tin-tuc/danh-gia/dall-e-3-166430>, 19/4/2025.

[15] Tuyền Phạm, “Grok là gì? Tìm hiểu về Grok AI đầy tham vọng của Elon Musk”, Misa Amis, 2025, [Online] Available: <https://amis.misa.vn/202343/grok-ai/>, 19/4/2025.

[16] Goodfellow, I., Pouget-Abadie, J., Mirza, M., et al., “Generative Adversarial Nets”, Advances in Neural Information Processing Systems, 2014, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/1406.2661>, 20/4/2025.

[17] Radford, A., Metz, L., Chintala, S., “Unsupervised Representation Learning with Deep Convolutional Generative Adversarial Networks”, arXiv, 2015, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/1511.06434>, 20/4/2025.

[18] Razavi, A., van den Oord, A., & Vinyals, O., “Generating Diverse High-Fidelity Images with VQ-VAE-2”, Advances in Neural Information Processing Systems, 2019, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/1906.00446>, 20/4/2025.

[19] Karras, T., Aila, T., Laine, S., & Lehtinen, J., “Progressive Growing of GANs for Improved Quality, Stability, and Variation”, International Conference on Learning Representations, 2017, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/1710.10196>, 20/4/2025.

[20] Karras, T., Laine, S., & Aila, T., “A Style-Based Generator Architecture for Generative Adversarial Networks”, IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition, 2019, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/1812.04948>, 20/4/2025.

[21] Brown, T. B., Mann, B., Ryder, N., et al., “Language Models are Few-Shot Learners”, Advances in Neural Information Processing Systems, 2020, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/2005.14165>, 20/4/2025.



[22] Raffel, C., Shazeer, N., Roberts, A., et al., “Exploring the Limits of Transfer Learning with a Unified Text-to-Text Transformer”, Journal of Machine Learning Research, 2020, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/1910.10683>, 20/4/2025.

[23] Ramesh, A., Pavlov, M., Goh, G., Gray, S., Voss, C., Radford, A., Chen, M., Sutskever, I., “Zero-Shot Text-to-Image Generation”, arXiv, 2021, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/2102.12092>, 20/4/2025.

[24] Rombach, R., Blattmann, A., Lorenz, D., Esser, P., Ommer, B., “High-Resolution Image Synthesis with Latent Diffusion Models”, arXiv, 2022, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/2112.10752>, 20/4/2025.

[25] Ho, J., Chan, W., Saharia, C., “Efficient Diffusion Models for Real-Time Image Generation”, arXiv, 2024, [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/2401.01324>, 20/4/2025).

Thông tin về tác giả

	<p>Đặng Đình Khoa:</p> <ul style="list-style-type: none">- Sinh viên năm tư ngành Công nghệ thông tin, Trường Đại học Nam Cần Thơ. Đang thực tập tại công ty TNHH Một thành viên Công nghệ Kỹ thuật Tiên Phong.- Lĩnh vực quan tâm: Công nghệ thông tin, Trí tuệ nhân tạo, Khoa học máy tính.- Điện thoại: 0349447268.
	<p>Võ Khương Duy:</p> <ul style="list-style-type: none">- Cử nhân ngành Công nghệ thông tin - Trường Đại học Nam Cần Thơ.- Hiện là Giám đốc công nghệ của Adhightech Ltd., Vietnam.- Lĩnh vực quan tâm: Công nghệ robotics, công nghệ AI, AI hardware.- Liên lạc: vokhuongduy@adhightech.com.



Nguyễn Mỹ Phụng:

- Hiện là Giáo viên ngành Công nghệ thông tin - Trường Đại học Nam Cần Thơ.
- Lĩnh vực quan tâm: Công nghệ thông tin, Trí tuệ nhân tạo, Khoa học máy tính.
- Liên lạc: nmphung@nctu.edu.vn.



Bùi Thị Diễm Trinh:

- Hiện là Giáo viên ngành Công nghệ thông tin, Trường Đại học Nam Cần Thơ.
- Lĩnh vực quan tâm: Công nghệ thông tin, Trí tuệ nhân tạo, Khoa học máy tính.
- Liên lạc: btdtrinh@nctu.edu.vn.

HƯỚNG TIẾP CẬN RAG KẾT HỢP KIỂM ĐỊNH ĐỘ ĐÚNG THÔNG TIN CHO CHATBOT GIÁO DỤC: ỨNG DỤNG TRONG LỊCH SỬ VIỆT NAM

INTEGRATING RAG AND FACTUAL CONSISTENCY VERIFICATION IN EDUCATIONAL CHATBOTS: A CASE STUDY IN VIETNAMESE HISTORY

Lư Bảo Vy¹, Nguyễn Anh Duy², Huỳnh Võ Hữu Trí¹, Ngô Hồ Anh Khoa¹

¹Trường Đại học Nam Cần Thơ, Vietnam;

²Adhightech Ltd, Vietnam

Lu Bao Vy¹, Nguyen Anh Duy², Huynh Vo Huu Tri¹, Ngo Ho Anh Khoa¹

¹Nam Can Tho University, Vietnam; email: vy2110977@student.nctu.edu.vn

²Adhightech Ltd, Vietnam;

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Lư Bảo Vy (email: vy2110977@student.nctu.edu.vn)

Tóm tắt - Trong bối cảnh chuyển đổi số và ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) vào giáo dục, nhu cầu đảm bảo tính chính xác của thông tin do chatbot cung cấp ngày càng trở nên cấp thiết, đặc biệt trong các môn học như Lịch sử – nơi tính xác thực là yếu tố cốt lõi. Bài báo này đề xuất một mô hình chatbot lịch sử Việt Nam tích hợp công nghệ kiểm tra và đánh giá độ đúng thông tin, dựa trên tài liệu lịch sử chính thống. Mô hình áp dụng kỹ thuật Retrieval-Augmented Generation (RAG) kết hợp với đánh giá tương đồng ngữ nghĩa và kiểm định nhiều vòng. Hệ thống có khả năng phát hiện và điều chỉnh thông tin sai lệch cho đến khi kết quả phản ánh đúng sự kiện lịch sử đã dẫn chứng. Bài viết trình bày chi tiết kiến trúc hệ thống, phân tích các nghiên cứu liên quan, so sánh với các giải pháp thương mại và đề xuất các hướng ứng dụng trong giảng dạy, quản lý và hướng nghiệp. Kết quả thực nghiệm cho thấy mô hình có tiềm năng cao trong việc nâng cao độ tin cậy của chatbot giáo dục lịch sử tại Việt Nam.

Từ khóa - AI, chatbot, kiểm định thông tin, giáo dục lịch sử, RAG, Semantic Similarity, Factual Consistency

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu, việc tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI) vào lĩnh vực giáo dục ngày càng trở nên phổ biến và mang lại nhiều tiềm năng ứng dụng. Một trong những hình thức tiêu biểu là các hệ thống chatbot được xây dựng trên nền tảng mô hình ngôn ngữ lớn (Large Language Models – LLMs), tiêu biểu như ChatGPT [3]. Những hệ thống này hỗ trợ người học trong việc tra cứu, giải thích kiến thức và phát triển kỹ năng học tập cá nhân hóa. Trong kỷ nguyên số, truyền thông không chỉ là công cụ lan tỏa thông tin mà còn đóng vai trò như một nền tảng học tập mở – nơi người học tiếp cận tri thức thông qua các hình thức tương tác mới như chatbot, mạng xã hội học thuật, podcast giáo dục, v.v. Khi AI được tích hợp vào các công cụ truyền thông số, việc đảm bảo độ đúng thông tin trở nên thiết yếu nhằm ngăn ngừa sự lan truyền tri thức sai lệch, đặc biệt trong các lĩnh vực nhạy cảm như lịch sử. Do đó, bài báo này không chỉ đóng góp vào khía cạnh kỹ thuật của giáo dục mà còn là một bước tiến quan trọng trong việc sử dụng công nghệ truyền thông số có trách nhiệm.

Tuy nhiên, một thách thức quan trọng hiện nay là hiện

Abstract - As digital transformation and artificial intelligence (AI) are increasingly applied in education, ensuring the accuracy of information provided by chatbots has become an important concern—especially in subjects like History, where factual correctness is essential. This paper introduces a Vietnamese history chatbot that uses verification and accuracy-checking techniques based on official historical sources. The model applies Retrieval-Augmented Generation (RAG), combined with semantic similarity measures and multi-step checking to improve the reliability of answers. The system can detect and correct incorrect information by comparing the output with trusted documents, ensuring that the final answer reflects real historical facts. The paper describes the system's architecture, reviews related research, compares the model with existing solutions, and suggests practical applications in teaching, school management, and career guidance. Experimental results show that this approach can significantly improve the trustworthiness of history chatbots used in Vietnamese education.

Keywords - AI, Chatbot, Factual Consistency, History Education, RAG, Semantic Similarity, Information Verification

tượng "ảo giác AI" (AI hallucinations), tức là việc các mô hình tạo sinh nội dung sai lệch, không có cơ sở trong dữ liệu gốc hoặc tài liệu học thuật. Vấn đề này đặc biệt nghiêm trọng trong lĩnh vực giáo dục lịch sử – nơi yêu cầu cao về độ chính xác và tính xác thực của thông tin [8].

Để giải quyết hạn chế trên, mô hình Tạo sinh có hỗ trợ truy xuất thông tin (Retrieval-Augmented Generation – RAG) đã được đề xuất như một hướng tiếp cận hiệu quả. RAG kết hợp khả năng truy xuất các tài liệu liên quan với khả năng tạo sinh văn bản, nhằm đảm bảo nội dung được sinh ra có cơ sở từ dữ liệu xác thực. Việc ứng dụng RAG vào chatbot lịch sử Việt Nam có thể giúp đánh giá và hiệu chỉnh câu trả lời dựa trên tài liệu lịch sử chính thống, qua đó góp phần nâng cao chất lượng dạy và học.

Trong bài báo này, chúng tôi đề xuất một mô hình chatbot lịch sử tích hợp công nghệ RAG với các kỹ thuật đo lường độ tương đồng ngữ nghĩa (semantic similarity) như BERTScore, Cosine Similarity, nhằm kiểm tra và xác nhận tính đúng đắn của câu trả lời sinh ra. Hệ thống được thiết kế để tăng tính minh bạch và độ tin cậy của thông tin, góp phần nâng cao hiệu quả giáo dục và phát triển tư duy phản biện cho người học.

Bên cạnh khả năng tạo sinh nội dung tự nhiên, một hướng nghiên cứu đang thu hút nhiều sự quan tâm hiện nay là phát triển các cơ chế kiểm tra và xác nhận độ đúng đắn của thông tin sinh ra bởi chatbot. Các công nghệ nổi bật trong lĩnh vực này bao gồm: đo lường độ tương đồng ngữ nghĩa (semantic similarity), so sánh ngữ cảnh với tài liệu nguồn và mô hình đánh giá độ nhất quán thông tin (factual consistency checking). Những kỹ thuật này cho phép hệ thống không chỉ tạo ra nội dung dựa trên truy xuất tài liệu, mà còn đánh giá được mức độ phù hợp giữa câu trả lời và dữ liệu lịch sử gốc, từ đó đưa ra cảnh báo hoặc điều chỉnh khi phát hiện thông tin sai lệch.

Việc tích hợp các công nghệ kiểm định vào chatbot đặc biệt quan trọng trong môi trường giáo dục – nơi mà tính chính xác, khách quan và có kiểm chứng của kiến thức là yêu cầu hàng đầu. Trong lĩnh vực giáo dục lịch sử, chatbot không chỉ giúp học sinh, sinh viên tiếp cận kiến thức một cách trực quan và linh hoạt, mà còn hỗ trợ giáo viên trong công tác giảng dạy, kiểm tra và hướng dẫn học tập. Khả năng phản hồi nhanh, tương tác đa chiều và kiểm định thông tin của chatbot có thể góp phần hình thành tư duy phản biện, tăng cường năng lực tự học và nhận diện thông tin sai lệch – những năng lực thiết yếu trong thời đại số.

2. Công nghệ kiểm tra và đánh giá độ đúng đắn của chatbot

Một trong những thách thức lớn đối với các mô hình ngôn ngữ lớn (LLM) như ChatGPT là hiện tượng “ảo giác AI” – tức là việc sinh ra thông tin sai lệch hoặc không có trong dữ liệu gốc. Điều này đặc biệt nguy hiểm trong giáo dục, nơi mà độ chính xác và tính xác thực của tri thức là yếu tố thiết yếu, nhất là đối với môn Lịch sử. Nhằm giải quyết vấn đề này, nhiều nghiên cứu đề xuất tích hợp giữa kỹ thuật kiểm định độ đúng thông tin (Factual Consistency Evaluation – FCE) và mô hình tạo sinh có hỗ trợ truy xuất thông tin (Retrieval-Augmented Generation – RAG).

Đánh giá độ đúng thông tin (Factual Consistency Evaluation – FCE) là quy trình kiểm tra mức độ phù hợp giữa nội dung do mô hình AI sinh ra với tài liệu gốc, nhằm đảm bảo rằng thông tin đầu ra không bị sai lệch hoặc bịa đặt. Trong thực tiễn, FCE thường được triển khai như một lớp kiểm định sau sinh (post-generation layer), đóng vai trò như bộ lọc cuối cùng trước khi hiển thị câu trả lời cho người dùng. Một số phương pháp phổ biến trong FCE bao gồm: (1) đo tương đồng ngữ nghĩa (Semantic Similarity), trong đó câu trả lời và tài liệu gốc được biểu diễn dưới dạng vector ngữ nghĩa nhờ các mô hình như BERT [16], RoBERTa [4] hoặc Sentence-BERT [5]; độ tương đồng thấp là dấu hiệu cảnh báo khả năng sai lệch thông tin; (2) kiểm định dựa trên truy xuất (Retrieval-based Verification), sử dụng các kỹ thuật truy hồi thông tin kết hợp xử lý ngôn ngữ tự nhiên (IR + NLP) để đối chiếu đoạn sinh ra với các văn bản có liên quan [15]; (3) phân loại nội dung (Classification-based Verification), trong đó một mô hình học sâu sẽ phân loại đầu ra thành các nhãn như “đúng”, “sai” hoặc “một phần đúng” dựa trên độ khớp với nguồn tài liệu [13]. Các phương pháp này góp phần nâng cao tính chính xác và độ tin cậy của hệ thống, đặc biệt trong các ứng dụng yêu cầu độ xác thực cao như giáo dục, y tế hoặc pháp luật.

Retrieval-Augmented Generation (RAG), được đề xuất bởi Facebook AI [1] là một kiến trúc kết hợp giữa hai thành phần chính: Retriever và Generator [1]. Trong đó, thành phần Retriever có nhiệm vụ chuyển đổi câu hỏi đầu vào thành vector ngữ nghĩa (thường sử dụng các mô hình như DPR hoặc BERT), sau đó truy xuất các tài liệu có độ tương đồng cao nhất từ cơ sở dữ liệu dựa trên so sánh vector. Tiếp theo, thành phần Generator sẽ tiếp nhận cả câu hỏi và các tài liệu liên quan đã truy xuất, từ đó sinh ra câu trả lời có căn cứ. Nhờ cơ chế tích hợp truy xuất, RAG cho phép mô hình sinh ngôn ngữ “dựa trên dẫn chứng”, giúp giảm thiểu hiện tượng bịa đặt (hallucination) và tăng độ tin cậy của thông tin – một yêu cầu đặc biệt quan trọng trong các ứng dụng giáo dục và hỏi đáp dựa trên tri thức.

Các chatbot giáo dục sử dụng RAG và kiểm định thông tin đối mặt nhiều thách thức quan trọng. Thứ nhất, chi phí tính toán cao: việc truy xuất tài liệu và chạy mô hình ngôn ngữ nhiều lần (đa vòng kiểm định) đòi hỏi GPU bộ nhớ lớn và thời gian xử lý đáng kể [1]. Thứ hai, giới hạn nguồn tri thức: hiệu quả của RAG phụ thuộc vào kho dữ liệu bên ngoài; nếu cơ sở dữ liệu thiếu cập nhật hoặc không đủ bao phủ (đặc biệt là tài liệu tiếng Việt/chuyên ngành), câu trả lời có thể bị sai lệch [7]. Thứ ba, thiên kiến và công bằng: Gần đây, Hu và cộng sự chỉ ra rằng RAG có thể làm tăng thiên kiến trong kết quả đầu ra, ngay cả khi sử dụng dữ liệu nguồn “không thiên lệch” [12]. Điều này đặt ra lo ngại về độ công bằng và đáng tin cậy của hệ thống [8]. Thứ tư, khả năng mở rộng (scalability): Theo khảo sát gần đây, phát triển các mô hình RAG cần giải quyết vấn đề chuẩn hóa quy trình tích hợp mới, nhằm phục vụ đa mục đích và mở rộng quy mô sử dụng [18]. Cuối cùng, khả năng giải thích: Mặc dù RAG cung cấp tham chiếu đến nguồn, trình bày quá trình ra quyết định của hệ thống vẫn còn hạn chế; người dùng khó hiểu vì sao chọn một tài liệu cụ thể để sinh câu trả lời [13]. Nhiều nghiên cứu cũng nhấn mạnh thiếu minh bạch khi đánh giá RAG bằng phương pháp end-to-end [1]; [8]; [13]; [10], do chi phí và tính phức tạp của pipeline.

Hệ thống chatbot lịch sử Việt Nam do chúng tôi đề xuất vận hành theo quy trình tích hợp Retrieval-Augmented Generation (RAG) và Factual Consistency Evaluation (FCE): khi người dùng đặt câu hỏi (ví dụ “Trận Chi Lăng diễn ra năm nào?”), hệ thống sẽ truy xuất tài liệu lịch sử chính thống, lấy ra đoạn văn liên quan (“Trận Chi Lăng diễn ra vào năm 1427”) [1], sau đó kết hợp cùng mô hình ngôn ngữ để sinh câu trả lời hoàn chỉnh (“Trận Chi Lăng diễn ra vào tháng 10 năm 1427, là chiến thắng quyết định trước quân Minh”). Câu trả lời này được kiểm định so với tài liệu gốc thông qua Cosine Similarity, BERTScore hoặc mô hình NLI [17]; [16]; nếu phát hiện sai lệch, hệ thống sẽ tự động yêu cầu sinh lại hoặc điều chỉnh và lặp lại quy trình cho đến khi không còn lỗi sai hoặc vượt quá số lần lặp tối đa, rồi mới hiển thị kết quả cuối cùng cho người học, đảm bảo cả tính chính xác lẫn minh bạch [13].

Các công cụ mã nguồn mở đóng vai trò nền tảng trong việc xây dựng hệ thống kiểm định độ đúng thông tin dựa trên RAG. Một số công cụ phổ biến bao gồm LangChain và FAISS [19]; [20]):

Bảng 1. So sánh một số công cụ mã nguồn mở áp dụng trong RAG

Công cụ	Mô tả	Tính năng nổi bật	Giấy phép
LangChain	Framework kết hợp nhiều công cụ LLM, RAG	Tùy biến pipeline, tích hợp dễ dàng	Miễn phí
FAISS + Sentence Transformers	Tìm kiếm vector hóa + semantic embedding	Hiệu quả cao trong truy vấn tài liệu	Miễn phí

Các công cụ này thường được sử dụng để thiết kế chatbot học thuật hoặc nội bộ, nơi yêu cầu kiểm soát tuyệt đối về dữ liệu đầu vào và cơ chế kiểm định thông tin.

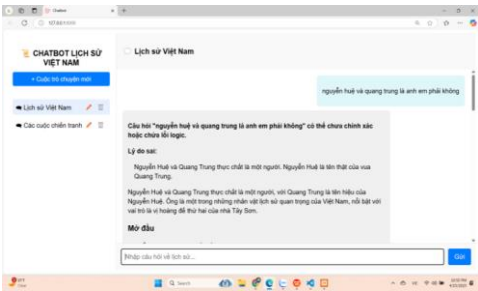
Các nền tảng thương mại hiện nay đang tích cực tích hợp công nghệ tạo sinh có truy xuất thông tin (RAG) nhằm cải thiện độ chính xác và độ tin cậy của câu trả lời. Dưới đây là một số giải pháp tiêu biểu:

Bảng 2. So sánh một số công cụ mã nguồn mở áp dụng trong RAG

Sản phẩm	Hãng	Tính năng	Giá
OpenAI GPT-4 Turbo (qua API + LangChain)	OpenAI + bên thứ 3	Cho phép tích hợp RAG qua LangChain, tạo sinh văn bản có dẫn chứng từ dữ liệu riêng	Từ \$20/tháng
Gemini (ex-Bard)	Google	Sinh văn bản + hiểu ngữ cảnh kết hợp tài liệu	Theo API gọi

Các nền tảng này mang lại tính sẵn sàng cao, giao diện thân thiện và dễ triển khai, đặc biệt phù hợp với tổ chức giáo dục hoặc doanh nghiệp cần giải pháp nhanh chóng. Tuy nhiên, do sử dụng dữ liệu đám mây, chúng có thể hạn chế khả năng kiểm soát nguồn dữ liệu và đòi hỏi chi phí thuê bao định kỳ.

Việc tích hợp chatbot lịch sử sử dụng mô hình Retrieval-Augmented Generation (RAG) mang lại khả năng xác minh thông tin dựa trên các tài liệu chính thống, từ đó góp phần xây dựng nội dung giảng dạy có căn cứ rõ ràng và đáng tin cậy [1]. Trong thực tiễn giảng dạy, giáo viên có thể sử dụng chatbot như một công cụ hỗ trợ kiểm tra nhanh tính chính xác của dữ liệu khi soạn giáo án hoặc thiết kế hoạt động nhóm [8]. Quy trình tương tác điển hình bao gồm việc học sinh đặt câu hỏi liên quan đến một sự kiện lịch sử cụ thể, hệ thống truy xuất các tài liệu phù hợp từ kho dữ liệu, sau đó sinh câu trả lời có kèm theo trích dẫn minh chứng [7]. Người học tiếp tục kiểm chứng thông tin thông qua việc đối chiếu với đoạn văn bản gốc. Quy trình này không chỉ giúp cung cấp kiến thức chính xác mà còn góp phần rèn luyện kỹ năng tư duy phản biện và năng lực đọc hiểu có dẫn chứng (evidence-based literacy) – những năng lực ngày càng được coi trọng trong môi trường giáo dục hiện đại hướng đến phát triển phẩm chất và năng lực toàn diện cho người học [9].



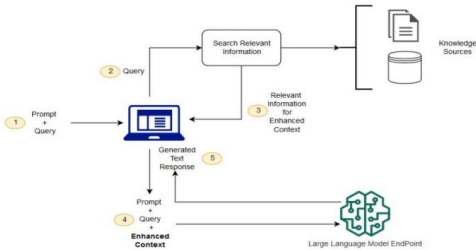
Hình 1. Giao diện chatbot lịch sử Việt Nam

Trong bối cảnh truyền thông số trở thành một phần không thể tách rời của giáo dục, việc sử dụng chatbot như một công cụ truyền thông hai chiều đóng vai trò thiết yếu trong việc truyền tải kiến thức lịch sử một cách trực quan, cá nhân hóa và dễ tiếp cận. Khác với phương tiện truyền thông truyền thống, chatbot lịch sử tích hợp RAG không chỉ truyền tải thông tin mà còn cho phép người học phản biện, truy vấn và nhận phản hồi tức thời từ một hệ thống có khả năng kiểm định nội dung. Như vậy, chatbot trở thành một “cơ quan truyền thông số học thuật” có tính minh bạch, giúp hình thành môi trường truyền thông giáo dục đúng đắn và đáng tin cậy.

Việc tích hợp các công nghệ kiểm định thông tin vào chatbot không chỉ giải quyết bài toán kỹ thuật, mà còn là lời đáp cho một thách thức truyền thông lớn trong giáo dục: làm sao để nội dung học thuật lan truyền qua các nền tảng số vẫn giữ được tính xác thực và khoa học.

3. Hệ thống đề xuất

Retrieval-Augmented Generation (RAG) là phương pháp tích hợp truy xuất thông tin vào mô hình tạo sinh, nhằm giảm hallucination của LLM bằng cách cung cấp căn cứ dữ liệu bên ngoài [1]. Nhiều công trình gần đây đã khảo sát RAG như một cách hiệu quả để tăng độ đúng thông tin, đặc biệt trong bài toán Question Answering và kiểm định tính nhất quán với kiến thức gốc [18]. Đặc biệt, RAG còn hỗ trợ học có hướng dẫn (few-shot) và có thể cập nhật kho tri thức dễ dàng; ví dụ Atlas của Meta AI đạt trên 42% độ chính xác cho bộ câu hỏi NaturalQuestions chỉ với 64 ví dụ, vượt trội so với mô hình 540 tỷ tham số nhờ tích hợp truy xuất tài liệu [7]. Bên cạnh đó, các kỹ thuật đánh giá tính nhất quán (Factual Consistency) được phát triển như đánh giá dựa trên NLI, QA, hoặc embedding để so sánh câu trả lời với dữ liệu gốc [17]. Ví dụ, các phương pháp QA-based như FEQA [11], QAGS [6], và QuestEval [14] cùng các mô hình NLI chuyên biệt đã được ứng dụng để kiểm tra xem câu trả lời sinh ra có bị sai lệch hay không.



Hình 2. Sơ đồ minh họa quy trình RAG

Cấu trúc mô hình RAG gồm ba giai đoạn chính:

Bước 1: Truy xuất thông tin (Retriever)

Với đầu vào là một câu hỏi q , hệ thống truy vấn và kiểm định thông tin hoạt động theo các bước sau:

Trước tiên, câu hỏi được mã hóa thành vector ngữ nghĩa bằng các mô hình học sâu như BERT, SBERT hoặc các mô hình embedding tiên tiến khác [5]. Đồng thời, toàn bộ tập tài liệu $D=\{d_1, d_2, \dots, d_n\}$ cũng được mã hóa thành các vector biểu diễn ngữ nghĩa tương ứng. Sau đó, hệ thống tính độ tương đồng giữa vector câu hỏi và các vector tài liệu bằng các phương pháp phổ biến như Cosine Similarity:

$$\text{CosineSimilarity}(q, d_i) = \frac{q \cdot d_i}{\|q\| \cdot \|d_i\|}$$

Cuối cùng, hệ thống sẽ chọn ra tập tài liệu liên quan nhất (thường là Top-k) có độ tương đồng cao nhất để phục vụ cho bước trích xuất hoặc sinh câu trả lời chính xác (Lewis et al., 2020).

Bước 2: Sinh câu trả lời (Generator)

Dựa trên truy vấn q và tập tài liệu liên quan d^* được thu thập, mô hình sinh văn bản (LLM) tạo ra câu trả lời. Trong bước này, hệ thống RAG cấu thành đầu vào bao gồm truy vấn và ngữ cảnh từ tài liệu thu được (ứng với ô “Prompt + Query + Enhanced Context”), rồi truyền đến LLM để sinh kết quả [7]. Mô hình LLM sẽ sử dụng cả kiến thức đã học lẫn thông tin được cung cấp để đưa ra câu trả lời thỏa đáng.

$$a = \text{LLM}(q, d^*)$$

Trong đó, LLM có thể là GPT-3.5/4 (OpenAI, 2023).

Bước 3: Kiểm định độ đúng (Verifier)

Sau khi sinh ra câu trả lời a , hệ thống sẽ sử dụng Cosine Similarity để đánh giá mức độ tương đồng giữa câu trả lời và tài liệu tham chiếu d^* [2]. Nếu độ tương đồng thấp hoặc phát hiện có phần nội dung trong câu trả lời không khớp với tài liệu gốc, hệ thống sẽ chỉ ra vị trí sai lệch, sau đó cập nhật lại câu trả lời để hiệu chỉnh thông tin. Quy trình này được lặp lại tối đa 5 lần, cho đến khi câu trả lời không còn sai lệch so với tài liệu hoặc hệ thống không thể cải thiện thêm [11]. Cách tiếp cận này giúp đảm bảo câu trả lời cuối cùng vừa chính xác theo tài liệu, vừa duy trì độ tin cậy cao [10].

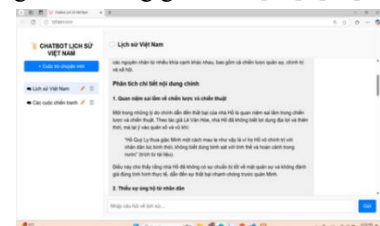
Mô hình chatbot lịch sử Việt Nam tích hợp RAG và kiểm định độ đúng dẫn được đề xuất trong nghiên cứu này mang tính chuyên biệt cao cho lĩnh vực giáo dục lịch sử. Hệ thống không chỉ truy xuất từ các tài liệu lịch sử chính thống do các cơ quan khoa học – giáo dục công bố mà còn áp dụng nhiều vòng kiểm định ngữ nghĩa như Cosine Similarity, BERTScore, và NLI để đảm bảo mỗi câu trả lời đều phản ánh chính xác sự kiện lịch sử đã dẫn chứng. Ngoài ra, mô hình còn hỗ trợ lặp lại quá trình sinh – kiểm định nếu độ tương đồng không đạt ngưỡng, giúp giảm thiểu sai lệch và hạn chế hiện tượng ảo giác AI – một hạn chế phổ biến ở các mô hình tạo sinh hiện nay. Như vậy, mô hình đề xuất tuy không đa năng nhưng lại đạt độ tin cậy cao hơn trong một ngữ cảnh đặc thù – đó là giáo dục lịch sử Việt Nam, nơi tính xác thực và minh bạch của tri thức đóng vai trò cốt lõi trong đào tạo tư duy phản biện và giữ gìn bản sắc văn hóa – lịch sử dân tộc.

So sánh với ChatGPT cơ bản: khác với ChatGPT (GPT-4 Turbo), vốn được huấn luyện trên tập dữ liệu tổng quát

như Common Crawl, sách, báo và không tích hợp retrieval/FCE mặc định [3], mô hình RAG+FCE của chúng tôi chỉ sử dụng kho dữ liệu lịch sử Việt Nam chính thống, đã chuẩn hóa metadata (nguồn, thời gian, tác giả), đảm bảo tính chuyên biệt và chính xác cao hơn [1]. Hệ thống kết hợp đa chỉ số kiểm định như Cosine Similarity, BERTScore, NLI, và retrieval-based [2]; [16]; [17] tự động lặp lại chu trình “sinh – kiểm định” đến khi không phát hiện lỗi sai hoặc vượt quá số lần lặp tối đa, đồng thời kèm citation chi tiết cho từng thông tin quan trọng và công khai toàn bộ log retriever – điều mà ChatGPT không cung cấp sẵn [13]. Thiết kế này không chỉ giảm thiểu tối đa hallucination mà còn mang lại tính minh bạch và khả năng đối chiếu nguồn tài liệu trực tiếp cho người dùng (giáo viên, học sinh) [11].

Ví dụ phụ (ảo giác AI): nếu bỏ qua bước kiểm định, hệ thống có thể tạo ra thông tin sai lệch. Chẳng hạn, một chatbot có thể trả lời sai rằng “Chiến thắng Điện Biên Phủ xảy ra năm 1952” (thực tế là 1954), hoặc thậm chí cho biết “Leonardo da Vinci vẽ bức Mona Lisa vào năm 1815”. Những thông tin giả mạo như vậy nếu được chấp nhận mà không kiểm chứng sẽ khiến học sinh tiếp nhận kiến thức sai, dẫn đến lan truyền hiểu lầm trong giáo dục lịch sử [10]. Theo nghiên cứu, thông tin không chính xác có thể củng cố hiểu lầm, lan truyền tin sai và làm giảm khả năng tư duy phản biện của người học [10]; [8]. Đây là lý do tại sao bước kiểm định trong hệ thống RAG là bắt buộc, nhằm đảm bảo chất lượng và tính xác thực của kiến thức lịch sử được giảng dạy [11].

Hệ thống chatbot lịch sử được đề xuất trong đề tài này tích hợp đồng thời hai tầng kiểm định: sử dụng kiến trúc Retrieval-Augmented Generation (RAG) để truy xuất tài liệu lịch sử chính thống [1], kết hợp với lớp kiểm định Factual Consistency Evaluation (FCE) nhằm đảm bảo nội dung sinh ra không bị bóp méo so với dữ liệu gốc [6]. Khác với các hệ thống phụ thuộc vào nguồn tài liệu tổng hợp chưa được kiểm chứng, hệ thống này chỉ sử dụng bộ dữ liệu riêng do nhóm nghiên cứu xây dựng, được tuyển chọn từ sách giáo khoa, công trình nghiên cứu chuyên ngành và văn bản lưu trữ quốc gia [8]. Mỗi đoạn dữ liệu đều được chuẩn hóa về cấu trúc, đi kèm thông tin metadata rõ ràng như nguồn, thời gian và tác giả. Đặc biệt, câu trả lời do chatbot tạo ra luôn kèm theo trích dẫn minh chứng cụ thể, giúp người học có thể tra cứu ngược và đối chiếu trực tiếp với tài liệu gốc, từ đó rèn luyện kỹ năng tư duy phản biện và kiểm chứng thông tin [9]. Toàn bộ pipeline hoạt động minh bạch, cho phép người dùng truy xuất nội dung tham chiếu và hiểu rõ quá trình sinh – kiểm định câu trả lời, góp phần tăng cường khả năng giải thích và kiểm soát thông tin trong môi trường giáo dục [11]; [10].



Hình 3. Minh họa câu trả lời của chatbot kèm theo dẫn nguồn tài liệu gốc

Trong quá trình triển khai hệ thống chatbot lịch sử Việt Nam, chúng tôi đã xây dựng một pipeline thử nghiệm dựa trên hướng tiếp cận RAG (Retrieval-Augmented Generation) kết hợp với cơ chế kiểm định độ đúng thông tin đầu ra. Hệ thống hoạt động theo quy trình gồm nhiều bước: đầu tiên, câu hỏi từ người dùng được gửi vào và truy xuất tài liệu phù hợp từ một tập hợp tài liệu lịch sử đã được cấu trúc sẵn. Sau đó, mô hình ngôn ngữ sinh ra câu trả lời dựa trên các đoạn tài liệu được truy xuất. Câu trả lời này sẽ trải qua một bước kiểm định tự động bằng cách so sánh mức độ trùng khớp nội dung với tài liệu gốc - nếu phát hiện thông tin không có trong tài liệu (hoặc sai lệch), hệ thống sẽ xác định các điểm sai khác đó, cập nhật lại nội dung trả lời và tiếp tục vòng kiểm định cho đến khi câu trả lời không còn sai khác hoặc đã đạt đến số lần lặp tối đa. Ngoài ra, hệ thống còn có năng lực xử lý các câu hỏi sai logic hoặc giả định không có thật trong lịch sử (ví dụ như “Lê Lợi đánh Lê Lai”) bằng cách phân tích lỗi logic, đưa ra giải thích và sinh lại một câu trả lời hợp lý hơn, có trích dẫn nguồn gốc từ tài liệu lịch sử làm căn cứ xác minh. Mặc dù chưa triển khai đánh giá định lượng trên dữ liệu người dùng thực tế, quá trình thử nghiệm nội bộ cho thấy hệ thống hoạt động ổn định, có khả năng kiểm soát chất lượng đầu ra và đảm bảo tính xác thực thông tin lịch sử trong môi trường giáo dục [10]; [11].

4. Đánh giá và so sánh hệ thống đề xuất với các phương pháp khác

Trong lĩnh vực ứng dụng AI vào giáo dục, đặc biệt là giáo dục lịch sử, việc đảm bảo độ chính xác của thông tin đầu ra là yếu tố sống còn. Các hệ thống chatbot truyền thống thường dựa vào mô hình ngôn ngữ lớn (LLM) như GPT để tạo ra phản hồi, nhưng không có cơ chế đối chiếu với tài liệu gốc, dẫn đến nguy cơ “ảo giác AI” – tức là tạo ra thông tin sai nhưng có vẻ hợp lý. Những thông tin giả mạo như vậy nếu được chấp nhận mà không kiểm chứng sẽ khiến học sinh tiếp nhận kiến thức sai, dẫn đến lan truyền hiểu lầm trong giáo dục lịch sử [10]. Theo nghiên cứu, thông tin không chính xác có thể củng cố hiểu lầm, lan truyền tin sai và làm giảm khả năng tư duy phản biện của người học [10]; [8]. Đây là lý do tại sao bước kiểm định trong hệ thống RAG là bắt buộc, nhằm đảm bảo chất lượng và tính xác thực của kiến thức lịch sử được giảng dạy [11].

So với các phương pháp khác, hệ thống đề xuất trong nghiên cứu này có hai điểm vượt trội rõ rệt: (1) truy xuất tài liệu gốc từ hệ cơ sở dữ liệu lịch sử đáng tin cậy, và (2) tích hợp mô-đun kiểm định độ đúng thông tin đầu ra (Factual Consistency Evaluation – FCE). Các hệ thống RAG thông thường chỉ dừng lại ở việc truy xuất và sinh câu trả lời, mà bỏ qua bước xác minh thông tin được sinh có thực sự phản ánh đúng dữ liệu nguồn hay không. Trong khi đó, mô-đun kiểm định mà nghiên cứu đề xuất sẽ phát hiện các sai lệch ngữ nghĩa (semantic hallucinations), lỗi logic lịch sử hoặc việc gán nhầm sự kiện cho nhân vật sai – điều thường xuyên xảy ra trong các mô hình ngôn ngữ lớn nếu không được kiểm soát.

Bên cạnh đó, khi so sánh với các sản phẩm thương mại như Google Bard, Bing AI hay YouChat, có thể thấy rằng dù các nền tảng này có tích hợp truy xuất từ web nhưng lại

không công bố rõ ràng cơ chế kiểm định độ chính xác, cũng như không phù hợp cho các nội dung chuyên ngành bằng tiếng Việt. Điều này khiến các chatbot trên dễ vô tình lan truyền thông tin lịch sử sai lệch, đặc biệt nguy hiểm trong bối cảnh giáo dục phổ thông, khi học sinh còn thiếu năng lực phân tích phản biện [8]. Trong khi đó, mô hình đề xuất trong nghiên cứu này được thiết kế riêng cho lĩnh vực lịch sử Việt Nam, với khả năng đánh giá nội dung sinh ra có thực sự nhất quán với tài liệu gốc hay không – một đặc điểm giúp mô hình không chỉ phục vụ học sinh tra cứu cá nhân mà còn có thể tích hợp vào các nền tảng truyền thông giáo dục chính thống như website nhà trường, cổng học liệu số, hoặc fanpage thông tin lịch sử.

Ngoài ra, việc đảm bảo kiểm định thông tin đầu ra còn đóng vai trò như một “rào chắn đạo đức” trong truyền thông giáo dục. Trong thời đại số, thông tin được lan truyền rất nhanh chóng qua các nền tảng mạng xã hội, và một sai sót nhỏ từ hệ thống chatbot có thể dẫn đến hiểu lầm diện rộng. Việc hệ thống đề xuất luôn sinh câu trả lời có nguồn gốc, kèm kiểm tra độ đúng, chính là nền tảng để xây dựng một môi trường truyền thông học thuật đáng tin cậy, góp phần nâng cao năng lực học sinh trong việc phân biệt đúng – sai, phát triển tư duy phản biện, và hình thành thói quen xác minh thông tin – một kỹ năng quan trọng trong giáo dục công dân số.

5. Kết luận

Việc ứng dụng công nghệ kiểm tra và đánh giá độ đúng thông tin vào các hệ thống chatbot lịch sử Việt Nam đánh dấu một bước tiến quan trọng trong quá trình hiện đại hóa giáo dục [8]. Bằng cách kết hợp mô hình Retrieval-Augmented Generation (RAG) với các kỹ thuật kiểm định ngữ nghĩa (semantic verification), hệ thống không chỉ loại bỏ nguy cơ lan truyền thông tin sai lệch mà còn đảm bảo mọi nội dung được AI sinh ra đều có dẫn chứng xác thực từ các tài liệu chính thống [1]; [2]). Nhờ đó, người học có cơ hội tiếp cận tri thức lịch sử một cách tin cậy, có căn cứ rõ ràng, đồng thời rèn luyện những kỹ năng quan trọng như tư duy phản biện, kiểm chứng thông tin và học tập chủ động – các năng lực cốt lõi cần thiết trong thời đại số [9]. Không chỉ giới hạn trong lĩnh vực giáo dục lịch sử, công nghệ này còn mở ra tiềm năng ứng dụng rộng rãi trong các môn học khác như ngữ văn, khoa học xã hội, hướng nghiệp, và cả trong quản lý hành chính học đường [8]. Đây chính là nền tảng để phát triển các hệ thống AI có khả năng giải thích (explainable AI) trong giáo dục, góp phần xây dựng một môi trường học tập số minh bạch, hiệu quả và mang tính cá nhân hóa cao [11]; [10]). Hơn cả một ứng dụng kỹ thuật, mô hình này có thể được xem là một bước tiến trong việc xây dựng các nền tảng truyền thông giáo dục dựa trên dữ liệu kiểm chứng. Trong bối cảnh các nền tảng truyền thông đang ngày càng chi phối hành vi học tập, việc đảm bảo chatbot AI hoạt động như một nguồn thông tin đáng tin cậy chính là cách giáo dục bước vào kỷ nguyên số một cách bền vững và có trách nhiệm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Lewis, Patrick, Eduard Perez, Anatole Piktus, et al. “Retrieval-Augmented Generation for Knowledge-Intensive NLP Tasks.” *Advances in Neural Information Processing Systems*, vol. 33, 2020,

pp. 9459–9474.

[2] Naveed, Touseef. “Semantic Similarity Metrics for AI-Generated Text Verification.” Proceedings of the 12th International Conference on Computational Linguistics, 2024, pp. 450–458.

[3] OpenAI. “ChatGPT: Optimizing Language Models for Dialogue.” OpenAI, 2023. [Online] Available: <https://openai.com/chatgpt>. Truy cập ngày 29 tháng 4 năm 2025.

[4] Liu, Yinhan, et al. “RoBERTa: A Robustly Optimized BERT Pretraining Approach.” arXiv, 2019. [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/1907.11692>. Truy cập ngày 29 tháng 4 năm 2025.

[5] Reimers, Nils, and Iryna Gurevych. “Sentence-BERT: Sentence Embeddings Using Siamese BERT-Networks.” arXiv, 2019. [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/1908.10084>. Truy cập ngày 29 tháng 4 năm 2025.

[6] Wang, Jian, Shujian Lin, Zhi Liu, and Xiangrong Ren. “Factual Consistency Evaluation for Text Summarization via Question Answering.” Proceedings of the Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, 2021, pp. 6856–6869.

[7] Izacard, Gautier, and Patrick Lewis. “Atlas: Few-Shot Learning with Retrieval Augmented Language Models.” Advances in Neural Information Processing Systems, vol. 35, 2022.

[8] Davar, N. F., M. A. K. Dewan, and Xin Zhang. “AI Chatbots in Education: Challenges and Opportunities.” Information, vol. 16, no. 3, 2023, pp. 180–195.

[9] U.S. Department of Education. Artificial Intelligence and the Future of Teaching and Learning: Insights and Recommendations. Office of Educational Technology, 2023.

[10] Maynez, Joshua, Shehzeen Narayan, Barry Bohnet, and Ryan McDonald. “On Faithfulness and Factuality in Abstractive Summarization.” Proceedings of the Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, 2020, pp. 1906–1919.

[11] Nan, Feng, Jing Guo, Peng Liu, and Heng Ji. “FeQA: A Question Answering Evaluation Framework for Factual Consistency in Abstractive Summarization.” Transactions of the Association for Computational Linguistics, vol. 9, 2021, pp. 58–75.

[12] Hu, Baozhen, Michael Feldman, and Thi Nguyen. “Bias Amplification in Retrieval-Augmented Generation Models.” Journal of Artificial Intelligence Research, vol. 82, 2024, pp. 345–369.

[13] Wang, Yuan, Arjun Balakrishnan, and Wenhao Wang. “QAGS: A Corpus for QA-Based Factual Consistency Evaluation of Text Generation.” Findings of the Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing, 2021, pp. 1234–1244.

[14] Scialom, Thomas, Renaud Baskaya, and Patrick Gallinari. “QuestEval: Summarization with Question Answering.” Proceedings of the Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, 2021, pp. 6922–6935.

[15] Karpukhin, Vladimir, Barlas Oguz, Sewon Min, Patrick Lewis, Ledell Wu, Sergey Edunov, Danqi Chen, and Wen-tau Yih. “Dense Passage Retrieval for Open-Domain Question Answering.” Proceedings of the Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing, 2020, pp. 6769–6781.

[16] Zhang, Tianyi, Varsha Kishore, Felix Wu, Kilian Q. Weinberger, and Yoav Artzi. “BERTScore: Evaluating Text Generation with BERT.” International Conference on Learning Representations, 2020.

[17] Bowman, Samuel R., Gabor Angeli, Christopher Potts, and Christopher D. Manning. “A Large Annotated Corpus for Learning Natural Language Inference.” Proceedings of the Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing, 2015, pp. 632–647.

[18] Li, Qiang, Rui Zhang, and Ming Chen. “Survey on Retrieval-Augmented Generation.” arXiv preprint arXiv:2305.01562, 2023. [Online] Available: <https://arxiv.org/abs/2305.01562>. Truy cập ngày 29 tháng 4 năm 2025.

[19] LangChain. “LangChain Documentation.” [Online] Available: <https://docs.langchain.com>. Truy cập ngày 29 tháng 4 năm 2025.

[20] Johnson, Jeff, et al. “FAISS: Facebook AI Similarity Search.” Facebook Research, 2017. [Online] Available: <https://github.com/facebookresearch/faiss>. Truy cập ngày 29 tháng 4 năm 2025)

Thông tin về tác giả

	<p>Lư Bảo Vy:</p> <p>Trường Đại học Nam Cần Thơ.</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: Trí tuệ nhân tạo, Công nghệ phần mềm.</p> <p>Liên lạc: lubaovyhgi300@gmail.com</p>
	<p>Nguyễn Anh Duy:</p> <p>Cử nhân ngành CNTT (Trường Đại học Nam Cần Thơ). Giám đốc dự án Adhightech Ltd., Vietnam.</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: máy học (ML), công nghệ AI.</p> <p>Liên lạc: nguyenanhduy@adhigtechn.com</p>
	<p>ThS. Huỳnh Võ Hữu Trí:</p> <p>Giảng viên ngành Công nghệ thông tin, Trường Đại học Nam Cần Thơ</p> <p>Liên lạc: Hvhtri@nctu.edu.vn</p>
	<p>Ts. Ngô Hồ Anh Khoa:</p> <p>Tiến sĩ năm 2021 và Thạc sĩ năm 2017 ngành CNTT (Đại Học Paris-Saclay, Pháp); hiện là nghiên cứu viên tại Quantmetry, Pháp. Lĩnh vực quan tâm: ứng dụng và triển khai AI, đặc biệt là Generative AI trong các ngành.</p> <p>Liên lạc: contact@ngohoanhkhoa.info hoặc ngohoanhkhoa@gmail.com</p>

HƯỚNG TIẾP CẬN TRUYỀN THÔNG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC THÔNG MINH TRÊN THẾ GIỚI VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

SMART HIGHER EDUCATION COMMUNICATION APPROACH IN THE WORLD AND LESSONS FOR VIETNAM

Nguyễn Thị Phương Thảo, Nguyễn Mạnh Cường

Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương

Nguyen Thi Phuong Thao, Nguyen Manh Cuong

Central University of Art Education; nguyennhanhcuongvht@gmail.com

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyễn Mạnh Cường (email: nguyennhanhcuongvht@gmail.com)*

Tóm tắt - Bài báo tiếp cận nghiên cứu mô hình truyền thông và giáo dục đại học thông minh ở một số nước trên thế giới và trong khu vực, để chỉ ra những khác biệt về mức độ tích hợp truyền thông và đào tạo đại học ở Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số. Trên cơ sở so sánh, quy chiếu để rút ra những bài học kinh nghiệm từ các mô hình đào tạo đại học trên thế giới và đề xuất một số giải pháp mang tính định hướng phát triển đại học thông minh ở Việt Nam, đó là: (1) phát triển hệ sinh thái truyền thông giáo dục thông minh (2) nghiên cứu ứng dụng trí tuệ nhân tạo AI và dữ liệu lớn Big Data trong lĩnh vực truyền thông và giáo dục (3) nghiên cứu phát triển và ứng dụng nền tảng giáo dục đại học số (4) phát triển thương hiệu đại học thông minh thông qua truyền thông số (5) nghiên cứu ứng dụng AI phát triển truyền thông nội bộ thông minh (6) xây dựng chính sách phát triển đội ngũ truyền thông và giáo dục đổi mới sáng tạo.

Abstract - The article approaches the study of smart communication and higher education models in some countries in the world and in the region, to point out the differences in the level of integration of communication and higher education in Vietnam in the context of digital transformation. Based on the comparison and reference to draw lessons from university training models in the world and propose some solutions to orient the development of smart universities in Vietnam, namely: (1) develop a smart educational communication ecosystem (2) research on the application of artificial intelligence AI and Big Data in the field of communication and education (3) research on the development and application of digital higher education platforms (4) develop smart university brands through digital communication (5) research on the application of AI to develop smart internal communication (6) develop policies to develop innovative communication and education teams.

Từ khóa - Truyền thông, giáo dục, chuyển đổi số, đại học thông minh.

Keywords - Media, education, digital transformation, communication, smart university.

1. Dẫn luận

Trong kỷ nguyên số, truyền thông và giáo dục đóng một vai trò đặc biệt quan trọng đối với mô hình giáo dục đại học thông minh. Để phát triển đại học thông minh, cần phải tích hợp chuyển đổi số từ lĩnh vực đào tạo, nghiên cứu đến quản trị. Truyền thông hiệu quả giúp kết nối và chia sẻ thông tin, cho phép học tập mọi lúc, mọi nơi, tiếp cận các nguồn tài nguyên đào tạo, hỗ trợ bài giảng trở nên sinh động, hấp dẫn, cũng như tăng cường hình ảnh của nhà trường để thu hút sinh viên tiềm năng. Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị, về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, là cơ sở pháp lý để các trường đại học trong cả nước xây dựng mô hình đại học thông minh phù hợp với đặc thù của địa phương trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ ở Việt Nam.

2. Quan điểm, khái niệm truyền thông giáo dục đại học thông minh

2.1. Truyền thông giáo dục

Mấy chục năm gần đây, thuật ngữ “Truyền thông” thường được sử dụng để chỉ quá trình tương tác xã hội, mà trong đó có ít nhất hai tác nhân tương tác lẫn nhau và chia sẻ các quy tắc và tín hiệu chung. Khi bàn về lĩnh vực truyền thông, tác giả Dương Xuân Sơn cho rằng truyền thông là

một quá trình liên tục trao đổi hoặc chia sẻ thông tin, tình cảm, kỹ năng nhằm tạo sự liên kết lẫn nhau để dẫn tới sự thay đổi trong hành vi và nhận thức [12]. Cùng với quan điểm này, tác giả Lan Hương đã tiếp cận nghiên cứu truyền thông dưới góc độ giao tiếp giữa con người với con người, được coi là quá trình truyền đạt, chia sẻ thông tin, gửi gắm những thông điệp vào mục đích giao tiếp nhất định giữa các bên tham gia [6].

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ trên mọi lĩnh vực đời sống, hoạt động truyền thông nói chung, truyền thông giáo dục nói riêng mang một ý nghĩa đặc thù, tập trung vào việc truyền tải thông tin, kinh nghiệm và kiến thức một cách có mục đích và kế hoạch. Truyền thông giáo dục diễn ra theo chiều hướng trực tiếp, hoặc gián tiếp thông qua trung gian nhằm tác động đến nhận thức, thái độ và hành vi của sinh viên, giảng viên và các bên liên quan. Trong bài viết nghiên cứu các yếu tố quyết định sự tham gia của người tiêu dùng trong truyền miệng điện tử (eWOM) trên các trang mạng xã hội của tác giả Chu, SC, & Kim, Y. đã phân tích về truyền thông gián tiếp, đó là sự tương tác giữa những người dẫn đầu dư luận và công chúng trên phương tiện truyền thông xã hội, giúp xây dựng lòng tin và thúc đẩy hành vi tích cực đối với các sản phẩm và dịch vụ giáo dục [14]. Truyền thông giáo dục đóng vai trò quảng bá những giá trị và lợi ích của giáo dục đại học, là

kênh phổ biến thông tin và chính sách của trường, góp phần thiết lập mối quan hệ hữu ích giữa sinh viên và cơ sở đào tạo. Truyền thông giáo dục là một hoạt động quan trọng để quản trị nguồn lực tri thức, hướng đến phát triển bền vững trong bối cảnh chuyển đổi số và toàn cầu hoá giáo dục.

2.2. Đại học thông minh

Thuật ngữ “Đại học thông minh” là để chỉ một mô hình tiên tiến, kết hợp giữa giáo dục và công nghệ trong bối cảnh chuyển đổi số. Tác giả Heinemann và cộng sự đã nghiên cứu chức năng nhiệm vụ của đại học thông minh, gồm có giáo dục, đào tạo, nghiên cứu, dịch vụ, tuyển sinh, quản lý, quản trị, kiểm soát, bảo mật, an toàn... [15]. Tác giả Vladimir L và cộng sự đưa ra sáu cấp độ của một trường đại học thông minh, đó là: mức độ thích ứng, mức độ cảm biến, mức độ suy luận, mức độ tự học, mức độ dự đoán, mức độ tự tổ chức và tái cấu trúc [16]. Trong khi đó, tác giả Lê Thị Nhung đã nêu quan điểm của “Smart University Forum, 2017” về đại học thông minh, gồm các thành tố như khuôn viên thông minh, con người thông minh, đào tạo thông minh, nghiên cứu thông minh, quản trị thông minh, ảnh hưởng thông minh. Đồng thời, đưa ra quan điểm về quản trị thông minh như quản lý nhân sự, lập ngân sách, chính sách, thủ tục đăng ký và tổ chức đào tạo sinh viên, bổ nhiệm, báo cáo và trình bày dữ liệu [7]. Mục tiêu của đại học thông minh là nhằm tối ưu hoá các quy trình đào tạo, nâng cao chất lượng chương trình đào tạo, đem lại những trải nghiệm học tập ưu việt cho người học. Đặc điểm cơ bản của đại học thông minh là việc tích hợp công nghệ ICT, IoT, AI, VR/AR... vào các chức năng truyền thông và giáo dục nhằm đáp ứng khả năng thích ứng và những đổi mới liên tục của thời kỳ chuyển đổi số.

2.3. Vai trò truyền thông giáo dục đối với đại học thông minh

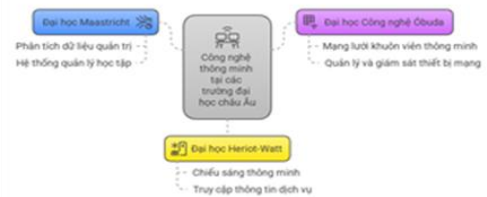
Trong môi trường đại học thông minh, truyền thông hỗ trợ xây dựng hệ thống dữ liệu số tập trung và vận hành đồng bộ. Việc truyền tải thông tin về các quy trình, quy định trong môi trường số, đòi hỏi truyền thông hiệu quả nhằm đảm bảo sự hợp tác của tất cả các thành viên. Truyền thông hiệu quả còn đóng vai trò quản lý thông tin và giải quyết các thông tin sai lệch về nhà trường trên môi trường trực tuyến, bảo vệ uy tín và hình ảnh của cơ sở giáo dục. Để xây dựng đại học thông minh, cần giải quyết các thách thức liên quan đến hạ tầng công nghệ, năng lực số của giảng viên và sinh viên, các vấn đề ngôn ngữ và nội dung số. Trong kỷ nguyên số, truyền thông đại học thông minh cần chuyển đổi từ mô hình truyền thống sang mô hình tương tác đa chiều, lấy người học làm trung tâm, khuyến khích sự tham gia chủ động, hợp tác và sáng tạo của sinh viên nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

3. Truyền thông và giáo dục đại học thông minh trên thế giới

3.1. Đại học thông minh ở một số nước châu Âu

Một số trường đại học ở châu Âu đã nổi lên như những nhà lãnh đạo trong việc áp dụng các mô hình đại học thông minh, triển khai các sáng kiến sáng tạo để nâng cao giáo dục và quản lý. Chẳng hạn, liên minh E³UDRES² (Trường Đại học châu Âu tham gia và khởi nghiệp như là động lực

cho các vùng thông minh và bền vững châu Âu) là một mạng lưới gồm chín trường đại học và các trường đại học khoa học ứng dụng ở các nước châu Âu tập trung thúc đẩy sự hợp tác và giải quyết các thách thức khu vực thông qua một hệ sinh thái đổi mới và bền vững [17]. Ngoài ra, phải kể đến một số trường đã ứng dụng chuyển đổi số trong truyền thông và giáo dục như: Đại học Maastricht ở Hà Lan đã ứng dụng AI để phân tích dữ liệu quản trị, chương trình giảng dạy, can thiệp và hỗ trợ hệ thống quản lý học tập và đào tạo trực tuyến [18].

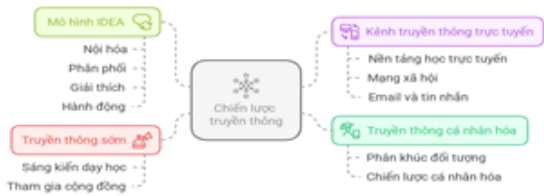


Hình 1. Truyền thông giáo dục đại học thông minh tại Châu Âu

Đại học Công nghệ Óbuda ở Budapest lắp đặt Wi-Fi 7 trong mạng lưới khuôn viên thông minh có dung lượng 10 Gbps cho lớp học thông minh, tăng cường hoạt động truyền thông nội bộ giữa nhà trường – giảng viên – sinh viên; ứng dụng nền tảng iMaster NCE-Campus để quản lý, giám sát thiết bị mạng, phân tích thông minh dạy và học, hoạt động truyền thông nội bộ và đối ngoại [19]. Đại học Heriot-Watt ở Vương quốc Anh ứng dụng công nghệ AI quản lý năng lượng thông minh, hệ thống chiếu sáng thông minh nhằm tối ưu hóa hoạt động và giảm tác động môi trường; cung cấp ứng dụng thông minh để truy cập thông tin về truyền thông nội bộ, thư viện số mở, các dịch vụ học tập và app công cụ AI trong khuôn viên trường, nhằm nâng cao trải nghiệm học tập cho sinh viên [16].

3.2. Đại học thông minh ở Hoa Kỳ và Canada

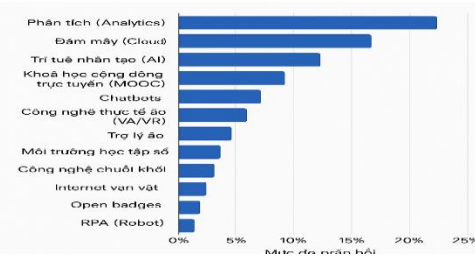
Hoa Kỳ thể hiện một bức tranh đa dạng về truyền thông giáo dục đại học thông minh. Một số trường đại học ở Hoa Kỳ như: Đại học Arizona, California Long Beach, Kentucky, Stanford, Missouri - Columbia, Richmond... đang dần đầu tư ứng dụng AI trong truyền thông và giáo dục thông minh. Đó là, hợp tác với OpenAI cho ChatGPT ứng dụng di động bãi đỗ xe và ăn uống, cảm biến năng lượng, quản lý sân vận động, sưởi và làm mát lớp học; xây dựng sáng kiến khuôn viên thông minh với nhiều dự án như Downtown Studio và Chương trình thể thao điện tử; phát triển và thử nghiệm các giải pháp quản lý tiện ích trên cơ sở sử dụng dữ liệu lớn; triển khai phần mềm ghi lại bài giảng Tegrity; triển khai toàn bộ khuôn viên của nhà trường có mạng Wi-Fi để phục vụ không gian công cộng và phòng học thông minh. Nhờ ứng dụng công nghệ AI và chuyển đổi số nên lĩnh vực truyền thông giáo dục tại các trường đại học ở Hoa Kỳ có sự phát triển vượt bậc, tỷ lệ sinh viên sử dụng AI học trực tuyến không ngừng tăng hàng năm. Số liệu khảo sát tại Hoa Kỳ cho kết quả, năm 2022 có tới 54% sinh viên đại học đã tham gia ít nhất một lớp học trực tuyến, khoảng 26% sinh viên chỉ tham gia các lớp học trực tuyến. Tăng trưởng học trực tuyến từ năm 2000 đến 2025 đạt hơn 900%, dự kiến ngành công nghiệp học trực tuyến của Hoa Kỳ đạt 687 tỷ USD vào năm 2030 (Devlin Peck, 2025).



Hình 2. Truyền thông và giáo dục đại học thông minh tại Hoa Kỳ

Canada đã có những bước tiến quan trọng trong việc ứng dụng công nghệ số vào truyền thông giáo dục đại học nhằm tăng cường tương tác và nâng cao chất lượng đào tạo. Hầu hết các trường đại học ở Canada thành lập trung tâm công nghệ thông tin ứng dụng chuyển đổi số thông qua các công cụ trực tuyến để hỗ trợ giảng viên, sinh viên truy cập hệ thống quản lý học tập và truyền thông nội bộ (LMS). Đồng thời, chú trọng đào tạo kỹ năng cho giảng viên sử dụng các công cụ số như diễn đàn thảo luận, dự án nhóm ảo và câu hỏi trực tuyến để thúc đẩy sự tham gia và hợp tác của sinh viên. Ngược lại, sinh viên cũng được đào tạo để sử dụng các công cụ số để học tập hiệu quả và tương tác với giảng viên [5]. Để có được thành quả trên, Chính phủ Canada ban hành nhiều chính sách hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số để phát triển đại học thông minh đáp ứng những tiêu chuẩn trên thế giới.

Công nghệ sử dụng chuyển đổi số giáo dục đại học trên thế giới



Hình 3. Nguồn số liệu: Fernandez và cộng sự, 2023

3.3. Đại học thông minh ở một số nước châu Á

Một số trường đại học nổi tiếng ở châu Á như Singapore, Hàn Quốc, Nhật Bản và Trung Quốc đang tích cực ứng dụng AI vào nhiều khía cạnh truyền thông giáo dục thông minh. Trong đó, phải kể đến các trường đại học Nanyang (Singapore), Ninh Hạ (Trung Quốc), Singapore (NUS), Đại học Yonsei (Hàn Quốc) ... đã xây dựng khuôn viên thông minh, tập trung vào tính bền vững và các giải pháp kỹ thuật số. Đồng thời, nghiên cứu và sử dụng trí tuệ nhân tạo AI để phát triển truyền thông nội bộ, đổi mới mô hình giáo dục gắn với lớp học thông minh trên nền tảng WeLink và IdeaHub; triển khai dự án chuyển đổi số để phát triển khuôn viên thông minh, gồm nhiều tiện ích học tập và sáng tạo, trong đó (nhà quản lý, giảng viên, sinh viên) dễ dàng tương tác thông qua ứng dụng truyền thông nội bộ.

Ở khu vực Đông Nam Á, Singapore là quốc gia luôn đi tiên phong ứng dụng công nghệ số, đặc biệt là việc tích hợp công nghệ thực tế tăng cường AR và thực tế ảo VR vào truyền thông và giáo dục đại học. Chính phủ Singapore đã tạo điều kiện cho công ty đa quốc gia EON Reality và SAP để giới thiệu nền tảng AVR để ứng dụng đổi mới phương

pháp dạy và học, như trình tạo AVR, trình tạo AVR Pro, giảng viên ảo và hỗ trợ AR. Ngoài ra, Chính phủ còn hỗ trợ các trường đại học đầu tư internet, máy tính và tổ chức tập huấn cho giảng viên ứng dụng AR và VR vào truyền thông và đào tạo. Để triển khai nhiệm vụ trên, Vụ Công nghệ thông tin - Bộ Giáo dục Singapore đã ban hành tài liệu hướng dẫn tăng cường AR và VR trong dạy học [9]. Ngoài ra, phải kể đến vương quốc Thái Lan cũng đang quan tâm, nghiên cứu phát triển các trường đại học thông minh, cụ thể là Đại học Chiang Mai cho xây dựng Phòng học thông minh bằng cách lắp đặt 6.300 điểm Wi-Fi để phục vụ việc học tập liên tục 24/24 giờ; Đại học Chulalongkorn đã triển khai các dự án phát triển truyền thông và giáo dục nhằm mục tiêu giúp sinh viên có thể dễ dàng tiếp cận việc học tập và làm việc một cách thuận tiện; Đại học Thammasat có dự định xây dựng Trung tâm Rangsit trở thành một xã hội học tập bền vững trên các lĩnh vực như ứng dụng AI trong lĩnh vực truyền thông, giáo dục, kiểm soát môi trường, nghiên cứu sáng tạo [10].

4. Truyền thông giáo dục đại học thông minh ở Việt Nam, bài học kinh nghiệm và một số giải pháp

4.1. Truyền thông giáo dục đại học thông minh ở Việt Nam

Để phát triển nền giáo dục và đào tạo của Việt Nam theo kịp các nước trong khu vực và trên thế giới, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 131/QĐ-TTg, về “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”. Đây là cơ sở pháp lý để các trường đại học trên cả nước ứng dụng những thành tựu khoa học công nghệ, từng bước xây dựng và phát triển hệ sinh thái đại học thông minh phù hợp với mục tiêu đào tạo của mình. Tuy nhiên trên thực tế, hầu hết các trường đại học ở Việt Nam đang phải đối mặt với những khó khăn, hạn chế để phát triển truyền thông và giáo dục đại học thông minh. Theo đánh giá tại Đại học Quốc gia Hà Nội (VNU), Đại học Đà Nẵng (UD), Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (VNU-HCM) cho thấy chất lượng giáo dục đại học nhìn chung kém cạnh tranh so với các nước trong khu vực châu Á. Báo cáo chỉ ra rằng, thang đo truyền thông chính sách, truyền thông nội bộ, quản lý thông tin và thực hiện mục tiêu giáo dục đại học, trong khi truyền thông chính sách được đánh giá ở mức thấp nhất nguyên nhân kể trên là do không chỉ đến từ chất lượng đào tạo, mà còn do hoạt động truyền thông của các trường đại học kém hiệu quả [8].

Trong lĩnh vực chuyển đổi số trong truyền thông và giáo dục, Bộ Giáo dục và Đào tạo trong năm 2024 đã xây dựng 100% cơ sở dữ liệu, với 470 cơ sở giáo dục đại học, trên 25.000 chương trình đào tạo, trên 100.000 hồ sơ cán bộ, gần 3 triệu hồ sơ người học. Mặc dù các trường đại học ngày càng chú trọng phát triển nền tảng công nghệ số và thư viện số, nhưng các nền tảng này vẫn còn rời rạc, chưa kết nối trong toàn hệ thống, chưa khai thác hết tiến bộ công nghệ để phục vụ đào tạo, quản trị và đáp ứng yêu cầu của người học [3]. Thời gian gần đây, các cơ sở đào tạo như Trường Đại học Luật Hà Nội, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, Đại học Quốc gia Hà Nội... đang từng bước triển khai ý tưởng xây dựng mô hình đại học thông minh. Một

số dự án nghiên cứu xây dựng mô hình chuyển đổi số cho trường học thông minh ở Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Trường Đại học Bách khoa Hà Nội, Học viện Bưu chính Viễn thông... đã triển khai các dự án nghiên cứu xây dựng mô hình chuyển đổi số đại học thông minh với kỳ vọng tạo ra nguồn nhân lực có trình độ cao. Tuy nhiên khó khăn mà các trường này đang gặp phải là việc ứng dụng AI và hạ tầng công nghệ số còn phức tạp, công nghệ này đòi hỏi nhiều chuyên ngành như khoa học máy tính, khoa học giáo dục và một số lĩnh vực khoa học khác [4].

Nhìn chung, hướng tiếp cận truyền thông và giáo dục đại học thông minh ở Việt Nam đang được nghiên cứu, triển khai để theo các nước trong khu vực và trên thế giới. Để hoàn thành mục tiêu này, đòi hỏi cần phải đầu tư công nghệ trí tuệ nhân tạo AI và cơ sở hạ tầng số, đi đôi với nó là nguồn nhân lực số, cùng với cơ chế chính sách đầu tư có chiều sâu về khoa học công nghệ ứng dụng. Tuy nhiên có một thực tế là hầu hết các trường đại học ở Việt Nam có hạ tầng công nghệ thiếu đồng bộ, đội ngũ làm công tác truyền thông thiếu kỹ năng số hoá. Bên cạnh đó, cơ sở dữ liệu giáo dục mở chưa đồng bộ, thiếu kết nối với các cơ sở đào tạo trong nước và trên thế giới; sự phân mảnh về nền tảng truyền thông khiến cho các nội dung truyền thông chưa phản ánh đúng nhu cầu người học; ứng dụng chuyển đổi số và công nghệ AI vào truyền thông và giáo dục còn nhiều hạn chế và chưa theo kịp xu thế chuyển đổi số.

4.2. Bài học kinh nghiệm và đề xuất giải pháp

Như đã trình bày ở trên, các nước có nền giáo dục tiên tiến trên thế giới đã chú trọng nghiên cứu ứng dụng chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo AI để phát triển mô hình đại học thông minh, trong đó lĩnh vực truyền thông và giáo dục đóng vai trò then chốt. Nhìn lại các cơ sở giáo dục đại học ở Việt Nam trong thời gian qua cho thấy việc ứng dụng chuyển đổi số thông qua các nền tảng thông minh còn khá hạn chế, nếu có thì nguồn lực đầu tư cho lĩnh vực này chưa thoả đáng.



Hình 4. Hạn chế về cơ sở hạ tầng truyền thông và giáo dục đại học thông minh ở Việt Nam

Có không ít trường đại học ở Việt Nam chưa xây dựng hệ sinh thái truyền thông giáo dục thông minh. Rất ít cơ sở đào tạo ứng dụng trí tuệ nhân tạo AI và dữ liệu lớn Big Data trong truyền thông, nếu có thì chỉ dừng lại mức sơ khai. Việc phát triển nền tảng giáo dục đại học số và thương hiệu đại học thông minh thông qua truyền thông, cũng như tăng cường truyền thông nội bộ và kết nối sinh viên thông minh, xây dựng đội ngũ truyền thông giáo dục đổi mới sáng tạo còn nhiều hạn chế. Từ những vấn đề nêu trên, chúng tôi đề xuất một số định hướng phát triển truyền thông và giáo dục đại học thông minh ở Việt Nam như sau:

- Xây dựng nền tảng số hóa giáo dục, bao gồm kho học

liệu số tích hợp hệ thống bài giảng, video, sách điện tử phù hợp cho từng ngành học. Bên cạnh đó, ứng dụng trí tuệ nhân tạo AI để phân tích, đo lường hiệu quả truyền thông nhằm tối ưu hóa thông điệp truyền thông cá nhân hóa, khai thác Big Data thu thập và phân tích dữ liệu học tập để thiết kế nội dung truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng. Ngoài ra, cần xây dựng hệ thống truyền thông đa kênh và đồng bộ để kết nối nhà quản lý, giảng viên và sinh viên. Tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp công nghệ và tổ chức giáo dục nhằm đa dạng hóa nguồn nhân lực và nội dung công nghệ truyền thông chuyển đổi số.

- Đầu tư xây dựng cơ sở dữ liệu giáo dục số, bao gồm dữ liệu điểm số, thói quen học tập, phản hồi của sinh viên, các bài viết nghiên cứu khoa học và xu hướng truyền thông giáo dục toàn cầu. Đi đôi với xây dựng cơ sở dữ liệu số, các cơ sở đào tạo cần ứng dụng AI trong cá nhân hóa giáo dục và truyền thông như hệ thống gợi ý học liệu thông minh, thiết kế nội dung truyền thông tự động, sử dụng công cụ Chatbot để tư vấn học tập và hướng nghiệp. Sử dụng công cụ AI để phân tích dữ liệu nhằm tối ưu hoá chiến lược truyền thông, như dự đoán xu hướng giáo dục, định vị nhu cầu người học, đo lường hiệu quả hoạt động truyền thông. Ngoài ra, công cụ này còn đánh giá và cải thiện chất lượng học tập như chấm điểm bài kiểm tra, bài luận, phân tích các điểm mạnh và yếu của sinh viên, đồng thời có khả năng thiết kế lộ trình học tập cho người học dựa trên dữ liệu. Việc ứng dụng công nghệ AI giúp cho giảng viên tạo được nội dung bài giảng có thể tương tác trên nền tảng thực tế ảo VR và thực tế tăng cường AR, tạo trực quan cho người học.

- Nghiên cứu ứng dụng công nghệ AI để thiết kế lộ trình học tập cho từng môn học, xây dựng hạ tầng số và phát triển khuôn viên thông minh để hỗ trợ sinh viên dễ dàng tiếp cận chương trình đào tạo và dịch vụ thông minh. Các thành phần cốt lõi của nền tảng đại học số, bao gồm hệ thống quản lý học tập thông minh (Smart LMS), kho học liệu số hóa (Digital Learning Repository) và hệ sinh thái hỗ trợ học tập (Learning Ecosystem). Nghiên cứu ứng dụng công nghệ AI để phân tích năng lực sinh viên và hỗ trợ giảng viên trong thiết kế bài giảng, phần mềm này kết nối hệ thống Big Data trong giáo dục phân tích dữ liệu học tập để tối ưu nội dung giảng dạy, cũng như dự báo nhu cầu học tập trong thời gian tới. Đồng thời, đổi mới công tác quản trị cấp phát bằng tốt nghiệp điện tử, chứng nhận khóa học trên nền tảng blockchain, giúp cho việc chống gian lận và dễ xác minh trên toàn quốc.

- Nghiên cứu thiết kế website đại học tích hợp Chatbot AI tư vấn tuyển sinh, cùng với phát triển ứng dụng di động (Mobile App) để hỗ trợ sinh viên tra cứu thời khóa biểu, kết quả học tập và học online. Đồng thời, xây dựng truyền thông đa kênh đồng bộ để quảng bá các chương trình tuyển sinh của nhà trường; ứng dụng công cụ Chatbot AI để trả lời tự động các câu hỏi tuyển sinh, ngành đào tạo, kết hợp với thăm quan thực tế ảo (Virtual Campus Tour) toàn bộ không gian và cơ sở hạ tầng của nhà trường. Đi đôi với công việc này là triển khai thực hiện đo lường hiệu quả hoạt động truyền thông, trên cơ sở số lượt truy cập và mức độ nhận diện thương hiệu thông qua khảo sát online, kết hợp với phân tích sâu dữ liệu truyền thông.

- Đẩy mạnh phát triển truyền thông nội bộ thông minh trên cơ sở ứng công cụ AI, như sử dụng phần mềm Chatbot nội bộ để trả lời về quy chế học tập, chính sách nhân sự, lịch hội thảo... được tích hợp trên các App nội bộ, Website, Microsoft Teams, Slack; phần mềm phân tích dữ liệu truyền thông nội bộ như lướt mở email nội bộ, lượng tương tác các bài đăng trên cơ sở kết nối Big Data Analytics; phần mềm tạo nội dung truyền thông tự động sản xuất nội dung để giới thiệu sự kiện và những thành tựu nổi bật của nhà trường; phần mềm thông báo nội bộ thông minh tự động gửi nhắc lịch sự kiện, deadline học kỳ, lịch học online, hoặc lịch nghỉ lễ tết; phần mềm đánh giá hiệu quả truyền thông nội bộ như tỷ lệ tham gia của cán bộ, giảng viên, người lao động đối với các hoạt động của nhà trường, mức độ hài lòng và mức độ lan tỏa thông tin (số lượt chia sẻ, phản hồi).

- Khuôn viên thông minh có vai trò quan trọng, quyết định đến sự phát triển của truyền thông và giáo dục đại học thông minh. Khuôn viên này có thể giải quyết những vấn đề quản lý, thu thập dữ liệu số từ nhiều nguồn khác nhau, như Bigdata, điện toán đám mây, mọi người có thể dễ dàng tương tác và trải nghiệm học tập, nghiên cứu trong môi trường ảo trên nền tảng chuyển đổi số và các công cụ AI. Bên cạnh đó, phát triển phòng học thông minh cũng là nhiệm vụ trọng tâm, nhằm chuyển đổi từ mô hình đại học truyền thống sang một mô hình đại học thông minh. Chúng tôi đề xuất mô hình lớp học thông minh được trang bị một số thiết bị cơ bản như bảng thông minh kết hợp máy chiếu, máy quay video HD Pro và phần mềm Capture HD, bảng điều khiển của giảng viên, máy chiếu gắn trần, micro gắn trên trần, máy ảnh tài liệu và hệ thống phần mềm Ponopto để ghi lại mọi hoạt động trong lớp. Sau khi triển khai khuôn viên thông minh và phòng học thông minh, cần thực hiện kiểm tra, đánh giá chất lượng hệ thống phần mềm và phần cứng thông minh, thiết bị thông minh, công nghệ thông minh và phương pháp sư phạm thông minh trong giảng dạy hàng ngày trong các lớp học thông minh.

- Phát triển nguồn nhân lực số dành cho mô hình đại học thông minh, như: Tổ chức các lớp tập huấn ứng dụng công nghệ các công cụ và nền tảng kỹ thuật số; tổ chức thiết kế/biên soạn lại các môn học theo mô hình dạy học hỗn hợp, hoặc mô hình học tập mở có tính tương tác cao; có hình thức khen thưởng cho cán bộ, giảng viên có thành tích giảng dạy xuất sắc, hình thành mạng lưới giảng viên giỏi để họ có thể hướng dẫn đồng nghiệp trong khoa/bộ môn của mình; xây dựng mô hình lấy người học làm trung tâm, trong đó tận dụng các công cụ và nền tảng đào tạo số để cung cấp kiến thức cho sinh viên ở mọi nơi, mọi lúc.

- Huy động các nguồn lực tài chính để phát triển truyền thông và giáo dục đại học thông minh. Bên cạnh nguồn ngân sách của nhà nước dành cho các dự án chuyển đổi số theo đề án của Chính phủ, các trường đại học cần đẩy nhanh tự chủ để tạo cơ chế thông thoáng, kết nối với các doanh nghiệp có nhu cầu đào tạo nhân lực chất lượng cao, hoặc đặt hàng các sản phẩm khoa học công nghệ để thu hút nguồn vốn dành cho phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số và công nghệ thông minh. Tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp, viện nghiên cứu trong và ngoài nước có thể mạnh về công nghệ thông minh để học hỏi, cử chuyên gia hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực số, ứng dụng công nghệ số vào

dạy và học. Xây dựng chiến lược chuyển đổi số đưa vào đề án phát triển của nhà trường, trong đó nêu cụ thể phân kỳ nguồn vốn đầu tư cho hạ tầng kỹ thuật số, phát triển nguồn nhân lực số, ứng dụng chuyển đổi số vào dạy và học, phối hợp thực hiện giữa các đơn vị liên quan.

5. Kết luận và khuyến nghị

Truyền thông và giáo dục đại học thông minh là một xu thế tất yếu trong kỷ nguyên chuyển đổi số, nó không chỉ đem lại chuyển biến tích cực trong lĩnh vực đào tạo, mà còn đem lại những trải nghiệm thú vị cho người học có khả năng tương tác trên các công cụ kỹ thuật số. Những năm gần đây, nhiều quốc gia trên thế giới có nền giáo dục tiên tiến đã tập trung nghiên cứu ứng dụng chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo AI để phát triển mô hình đại học thông minh. Trong mô hình này, lĩnh vực truyền thông và giáo dục đóng vai trò then chốt.

Việc học hỏi những kinh nghiệm thành công trên thế giới để nghiên cứu phát triển mô hình truyền thông và giáo dục đại học thông minh ở Việt Nam là vấn đề mang tính cấp thiết và mang tầm chiến lược, nhằm đáp ứng “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. Đây được xem là cơ sở vững chắc để đưa nền giáo dục của nước nhà phát triển ngang tầm khu vực. Tuy nhiên, chúng ta cũng phải nhìn nhận thực trạng ứng dụng chuyển đổi số thông qua các nền tảng thông minh ở các trường đại học còn nhiều hạn chế và nguồn lực đầu tư chưa thỏa đáng. Điều này đòi hỏi sự chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ, ngành giáo dục cần chú trọng đầu tư phát triển mô hình đại học thông minh. Đồng thời, nâng cao nhận thức của cơ quan chủ quản từ trung ương xuống địa phương về tầm quan trọng của truyền thông và giáo dục đại học thông minh trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Quang Anh (2024), “Đổi mới trong giáo dục đại học Việt Nam vì xã hội 5.0: Cơ hội, thách thức và chiến lược”. Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế về Giáo dục và Khoa học 10(4):750-760.
- [2] Doan Thị Quỳnh Anh (2023), “Chuyển đổi số trong giáo dục đại học tại Việt Nam hiện nay”. Tạp chí quốc tế về những tiến bộ trong kỹ thuật và quản lý (IJAE). Tập 5, Số 12/12/2023, tr.292-300
- [3] Nguyễn Thành Công, Nguyễn Đức Hữu, (2023), “Chuyển đổi số trong quản trị đại học: Nhu cầu và thách thức từ hệ thống đào tạo đại học Việt Nam”. huund@dhcd.edu.vn.
- [4] Nguyễn Hồng Chinh, Hoàng Thị Hồng Hạnh, Nguyễn Mạnh Hùng (2022), “Hệ thống đại học thông minh: Một số đề xuất cho các trường Đại học ở Việt Nam”, Tạp chí nghiên cứu tài chính và kế toán, số 04 (17)
- [5] Phạm Ngọc Dương, Nguyễn Đức Ca, Hoàng Thị Minh Anh, Nguyễn Lê Hằng, Nguyễn Hoàng Giang (2024), “Ứng dụng công nghệ số trong giáo dục đại học của Canada: Kinh nghiệm và khuyến nghị”. Tạp chí Giáo dục (2025), 25(2), 59-64.
- [6] Lan Hương (2013), *Truyền thông trực tuyến và sự phát triển của doanh nghiệp*. NXB. Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [7] Lê Thị Nhung (2024), *Từ một số kinh nghiệm quốc tế và trong nước, định hướng quản trị xây dựng mô hình đại học thông minh ở Trường Đại học Lao động – Xã hội*. Kỷ yếu hội thảo nâng cao hiệu quả quản trị các Trường Đại học Lao động – Xã hội.
- [8] Ngô Sỹ Trung, Nguyễn Tấn Hưng, Nguyễn Đức Hải, Trần Thành Long (2024), “Nghiên cứu về truyền thông của các trường đại học Việt Nam”. Tạp chí Chính sách và Phát triển Cơ sở hạ tầng 8(9):5899.
- [9] Phạm Đức Quang, Trần Huy Hoàng (2020), “Vài nét về ứng dụng công nghệ thông tin trong đổi mới giáo dục tại Singapore”. Tạp chí Khoa học và Giáo dục Việt Nam.
- [10] Lê Đức Quang (2023), “Giáo dục thông minh và chiến lược xây dựng

mô hình đại học thông minh ở vương quốc Thái Lan”, Tạp chí Khoa học Đại học Tân Trào.

[11] Ngô Quang Sơn, Vũ Thị Thanh Minh, Dương Thị Thảo (2024), “Xây dựng và phát triển mô hình trường đại học thông minh - Thực trạng và giải pháp tại Việt Nam”. Tạp chí quốc tế đa ngành 9(1):43-56.
[12] Dương Xuân Sơn (2011), *Cơ sở lý luận báo chí truyền thông*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
[13] Phạm Ngọc Sơn (2024), “Tình hình hiện tại của việc áp dụng Thực tế ảo và Thực tế tăng cường trong Giáo dục Việt Nam: Quan điểm của Giáo viên về việc Giảng dạy Khoa học Tự nhiên”. Tạp chí quốc tế về công nghệ thông tin và giáo dục 14(3):476-485.

II. Tài liệu nước ngoài



[14] Chu, SC, & Kim, Y. (2011), Determinants of consumer participation in electronic word of mouth (eWOM) on social networking sites (Các yếu tố quyết định sự tham gia của người tiêu dùng trong truyền miệng điện tử (eWOM) trên các trang mạng xã hội”. *International Advertising Magazine*, 30(1), 47-75.
[15] Heinemann, C., & Uskov, V. L. (2018). Smart University: Literature Review and Creative Analysis (Đại học thông minh: Tổng quan tài liệu và phân tích sáng tạo). Trong V. L. Uskov, J. P. Bakken, R. J. Howlett, & L. C. Jain, Smart Universities: Concepts, Systems, and Technologies (trang 11-46). Springer Nature.

[16] Vladimir L. Uskov, JP Bakken, A. Penumatsa, C. Heinemann, R. Rachakonda (2017), *Smart Pedagogy for Smart Universities. Smart Innovation, Systems and Technology (Phương pháp sư phạm thông minh cho các trường đại học thông minh)*. Smart Innovation, Systems and Technology, pp. 3-16.

III. Tài liệu trang web

[17] E³UDRES² (2024), Dynamic and innovative European Universities as drivers for smart and sustainable regions of Europe (Trường Đại học Châu Âu năng động và sáng tạo như động lực cho các khu vực thông minh và bền vững của Châu Âu). <https://hmis2030.at/en/example/detail/>
[18] Maastricht University (2024), Learning Analytics - LA (Phân tích học tập - LA). <https://www.maastrichtuniversity.nl/>
[19] Ivan Csaba (2022), Óbuda University Leverages Wi-Fi 7 to Build a High-Quality 10 Gbps Smart Campus Network (Đại học Óbuda tận dụng Wi-Fi 7 để xây dựng mạng lưới khuôn viên thông minh 10 Gbps chất lượng cao). <https://e.huawei.com/en/case-studies/solutions/enterpri>.
[20] Devlin Peck (2025), Online Learning Statistics: Final List 2025 (Thống kê học trực tuyến: Danh sách cuối cùng năm 2025). <https://www.devlinpeck.com/content/online-learning-statistics>

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Thị Phương Thảo:</p> <ul style="list-style-type: none">- PGS.TS. ngành Văn hóa học- Giảng viên cao cấp- Tổng biên tập tạp chí Giáo dục Nghệ thuật- Trưởng khoa Văn hóa nghệ thuật- Điện thoại: 0915 703460- Lĩnh vực nghiên cứu: Di sản văn hóa. Giáo dục di sản, công nghiệp văn hóa,...
	<p>Nguyễn Mạnh Cường:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tốt nghiệp Tiến sĩ quản lý văn hoá Viện Văn hoá Nghệ thuật quốc gia Việt Nam (Viện Văn hoá Nghệ thuật, Thể thao và Du lịch- Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch);- Giảng viên Khoa Văn hoá Nghệ thuật – Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương;- Lĩnh vực quan tâm: Di sản văn hoá, công nghiệp văn hoá, truyền đổi số di sản văn hoá hoá nghệ thuật;- Điện thoại: 0948510380 – 0919274330

KHẢO SÁT ỨNG DỤNG AI TRONG DẠY VÀ HỌC TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

SURVEY ON AI APPLICATIONS IN TEACHING AND LEARNING AT UNIVERSITIES IN HO CHI MINH CITY

Hồ Thị Minh Hiền

Trường Đại học Văn Hiến

Ho Thi Minh Hien

Van Hien University; HienHTM@vhu.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Hồ Thị Minh Hiền (email: HienHTM@vhu.edu.vn)

Tóm tắt - Sự bùng nổ của trí tuệ nhân tạo (AI) đang tạo ra những ảnh hưởng sâu rộng trên nhiều lĩnh vực, trong đó có giáo dục. Nghiên cứu này khảo sát thực trạng ứng dụng AI trong dạy và học tại 5 trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh, bao gồm cả giảng viên và sinh viên. Kết quả cho thấy nhận thức về AI khá phổ biến, đa số giảng viên và sinh viên nhìn nhận được tiềm năng to lớn của AI trong việc cải tiến và đổi mới hoạt động giáo dục. Tuy nhiên, việc ứng dụng thực tế còn nhiều hạn chế, đặc biệt là ở các trường công lập. Các ứng dụng AI phổ biến bao gồm nền tảng học tập trực tuyến, công cụ chấm điểm tự động và phần mềm hỗ trợ giảng dạy. Khó khăn chủ yếu đến từ thiếu hụt kiến thức, kỹ năng sử dụng, hạn chế về cơ sở hạ tầng và chi phí. Nghiên cứu đề xuất các giải pháp như đầu tư cơ sở hạ tầng, đào tạo, xây dựng chính sách hỗ trợ và hợp tác đa bên để thúc đẩy ứng dụng AI hiệu quả hơn, hướng tới một nền giáo dục đại học hiện đại, đáp ứng nhu cầu của người học trong thế kỷ 21.

Từ khóa - Trí tuệ nhân tạo, Ứng dụng AI, Học tập cá nhân hóa

1. Đặt vấn đề

Sự bùng nổ của trí tuệ nhân tạo (AI) trong những năm gần đây đã tạo ra một làn sóng chuyển đổi mạnh mẽ trên nhiều lĩnh vực và giáo dục không phải là ngoại lệ. Với khả năng xử lý dữ liệu khổng lồ, tự động hóa các tác vụ phức tạp và cá nhân hóa trải nghiệm người dùng, AI đang mở ra những tiềm năng to lớn cho việc cải tiến và đổi mới các hoạt động giáo dục. Từ việc thiết kế chương trình học tập cá nhân hóa, hỗ trợ giảng viên chấm điểm tự động, đến việc tạo ra môi trường học tập tương tác và hấp dẫn, AI có thể được ứng dụng vào rất nhiều khía cạnh của dạy và học. Tuy nhiên, bên cạnh những hứa hẹn đầy triển vọng, sự xâm nhập của AI vào giáo dục cũng đặt ra nhiều câu hỏi về tác động của nó đến quá trình học tập của sinh viên, vai trò của giảng viên và tương lai của giáo dục nói chung. Chính vì vậy, việc nghiên cứu sâu rộng về khả năng tác động của AI đến dạy và học là vô cùng cần thiết để tận dụng tối đa lợi ích của công nghệ này đồng thời giảm thiểu những rủi ro tiềm ẩn, hướng tới một nền giáo dục hiện đại, hiệu quả và công bằng hơn.

Nghiên cứu này nhằm làm sáng tỏ tiềm năng và thách thức của việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo AI trong giáo dục đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trong khi nhiều nghiên cứu quốc tế đã đề cập đến tiềm năng của AI, nghiên

Abstract - The rapid advancement of Artificial Intelligence (AI) is having a profound impact across various sectors, including education. This study investigates the current state of AI application in teaching and learning at five universities in Ho Chi Minh City, Vietnam, involving both lecturers and students. The findings reveal a widespread awareness of AI, with the majority of participants recognizing its immense potential to enhance and innovate educational practices. However, practical implementation remains limited, particularly in public universities. Popular AI applications include online learning platforms, automated grading tools, and teaching support software. Major challenges stem from a lack of knowledge and skills, limited infrastructure, and cost constraints. The study proposes solutions such as infrastructure investment, training programs, supportive policies, and multi-stakeholder collaborations to promote more effective AI integration, aiming towards a modern higher education system that meets the needs of 21st-century learners.

Keywords - Artificial Intelligence, AI applications, Personalized learning

cứu này mang tính độc đáo nhờ việc kết hợp phương pháp định lượng (khảo sát) và định tính (phỏng vấn) với cả giảng viên và sinh viên. Cách tiếp cận này cho phép đánh giá không chỉ mức độ ứng dụng AI mà còn cả nhận thức, thái độ và thách thức mà hai nhóm đối tượng này gặp phải. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng, từ nguồn lực tài chính và cơ sở hạ tầng đến năng lực giảng viên và nhận thức sinh viên và đưa ra các giải pháp, khuyến nghị cụ thể nhằm tối ưu hóa việc ứng dụng AI, hướng tới một môi trường giáo dục hiện đại, hiệu quả và công bằng hơn trong thế kỷ 21.

2. Cơ sở lý thuyết về tác động của AI đến dạy và học

2.1. Bản chất của trí tuệ nhân tạo (AI)

Trí tuệ nhân tạo (AI) là một lĩnh vực khoa học máy tính hướng đến việc tạo ra các hệ thống có khả năng thực hiện các nhiệm vụ đòi hỏi trí thông minh của con người. Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence – AI) được định nghĩa là khả năng mô phỏng các quy trình tư duy và hành vi của con người thông qua các máy móc và phần mềm [14]. Định nghĩa này bao hàm khả năng học tập, lập luận, giải quyết vấn đề, nhận thức và sử dụng ngôn ngữ. Nilsson [11] khẳng định AI không chỉ đơn thuần là việc lập trình máy tính theo các quy tắc cứng nhắc, mà còn là việc tạo ra các hệ thống có khả năng tự học và thích nghi với môi trường. Các kỹ thuật AI cốt lõi, như học máy (machine learning), học sâu

(deep learning), xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) và thị giác máy tính (computer vision), đóng vai trò then chốt trong việc xây dựng các hệ thống AI. Học máy cho phép máy tính học từ dữ liệu mà không cần lập trình rõ ràng, trong khi học sâu sử dụng các mạng nơ-ron nhân tạo để phân tích dữ liệu phức tạp. NLP giúp máy tính hiểu và xử lý ngôn ngữ của con người, còn thị giác máy tính cho phép máy tính “nhìn” và diễn giải hình ảnh.

Trong giáo dục, nghiên cứu của Ishida [5] cho thấy AI là công cụ hỗ trợ mạnh mẽ nhưng không thể thay thế hoàn toàn vai trò của giáo viên, vốn cần sự tương tác giữa người với người và sự thấu hiểu về mặt cảm xúc. AI và giáo viên cần bổ sung cho nhau để tạo ra một môi trường học tập hiệu quả.

2.2. Ứng dụng của AI trong dạy và học

AI đang được tích hợp vào giáo dục với nhiều ứng dụng đa dạng, nhằm mục tiêu cá nhân hóa trải nghiệm học tập, hỗ trợ giảng viên và nâng cao hiệu quả giảng dạy. Trong giáo dục, AI mang lại những đặc điểm nổi bật như hỗ trợ tối ưu hóa việc học dựa trên khả năng, nhu cầu và tốc độ học tập của từng sinh viên [15]. AI giúp cung cấp các giao diện tương tác như chatbot, gia sư ảo hay các hệ thống tư vấn học tập [1]. Ngoài ra, AI còn phân tích lượng lớn dữ liệu sinh viên để đưa ra các dự đoán và gợi ý phù hợp [8].

Holmes, Bialik & Fadel [4], Mukouda [10] đã phân loại các ứng dụng của AI trong giáo dục thành bốn nhóm chính, mỗi nhóm đều có những tiềm năng và thách thức riêng:

- Hệ thống dạy kèm thông minh (ITS): các hệ thống này hoạt động như những “gia sư ảo”, cung cấp hướng dẫn và phản hồi cá nhân hóa cho sinh viên dựa trên tiến độ và phong cách học tập của từng cá nhân. ITS có thể theo dõi quá trình học tập của sinh viên, xác định những khó khăn và cung cấp bài tập bổ trợ phù hợp.

- Đánh giá học tập dựa trên AI: AI có thể tự động chấm điểm các bài tập trắc nghiệm, bài luận và thậm chí đánh giá các kỹ năng phức tạp hơn thông qua các bài tập mô phỏng. Điều này giúp giảng viên tiết kiệm thời gian và công sức, đồng thời cung cấp phản hồi nhanh chóng và khách quan cho sinh viên.

- Phân tích học tập (Learning Analytics): bằng cách thu thập và phân tích dữ liệu học tập, AI có thể giúp hiểu rõ hơn về quá trình học tập của sinh viên, xác định các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả học tập và đưa ra các dự đoán về hiệu suất học tập trong tương lai.

- Hỗ trợ giảng viên: AI có thể hỗ trợ giảng viên trong nhiều công việc, từ việc soạn giáo án, chuẩn bị tài liệu đến việc quản lý lớp học và giao tiếp với phụ huynh. Điều này giúp giảng viên có thêm thời gian để tập trung vào việc tương tác và hỗ trợ sinh viên.

2.3. Mô hình giáo dục hiện đại với sự hỗ trợ của AI

Sự xuất hiện của AI đang thúc đẩy sự chuyển đổi từ mô hình giáo dục truyền thống, tập trung vào giảng viên, sang mô hình giáo dục hiện đại, lấy người học làm trung tâm. Christensen, Horn và Staker [3] đã thảo luận về sự gián đoạn của công nghệ trong giáo dục và tầm quan trọng của việc cá nhân hóa học tập. Trong mô hình giáo dục hiện đại, AI đóng vai trò là một công cụ hỗ trợ đắc lực, giúp cá nhân

hóa chương trình học, cung cấp các nguồn tài nguyên học tập phong phú và tạo ra môi trường học tập linh hoạt, đáp ứng nhu cầu đa dạng của người học. Giảng viên, trong vai trò mới, sẽ trở thành người hướng dẫn, cố vấn và truyền cảm hứng cho sinh viên. AI hỗ trợ tự động hóa việc chấm bài, đánh giá kết quả học tập và quản lý lớp học [7], đồng thời cung cấp tài liệu học tập phong phú và đề xuất kế hoạch dạy học phù hợp [4].

Đối với sinh viên, AI cung cấp các hệ thống học tập tự động như Khan Academy, Duolingo [9] và phản hồi ngay lập tức với các câu hỏi hoặc vấn đề [2]. Bên cạnh đó, AI còn giúp mang giáo dục đến với những người có điều kiện khó khăn, bao gồm học sinh, sinh viên khuyết tật và vùng sâu, vùng xa [18].

Một số ứng dụng AI nổi bật trong giáo dục bao gồm các hệ thống học tập thông minh như Coursera, Udemy, hỗ trợ cá nhân hóa việc học tập [17]. Chatbot giáo dục như Socrates giúp giải đáp thắc mắc học tập 24/7 [6]. Ngoài ra, phần mềm chấm điểm tự động như Gradescope giúp tiết kiệm thời gian và tăng độ chính xác [12].

2.4. Thực trạng ứng dụng AI trong giáo dục quốc tế và Việt Nam

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong giáo dục đang thể hiện sự chênh lệch đáng kể giữa các nước phát triển và đang phát triển. Các nước phát triển như Hoa Kỳ, Canada, Anh, Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore và các nước Bắc Âu đang dẫn đầu, tích hợp AI vào giáo dục một cách rộng rãi, từ nền tảng học tập trực tuyến thông minh đến các công cụ phân tích dữ liệu sinh viên quy mô lớn.

Ngược lại, các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam, gặp nhiều thách thức. Thiếu hụt cơ sở hạ tầng: kết nối internet, thiết bị điện tử, điện năng ổn định [18], nguồn lực tài chính hạn chế và thiếu hụt nguồn nhân lực có kỹ năng công nghệ thông tin và sự phạm là những rào cản chính. Thêm vào đó, việc tích hợp AI đòi hỏi thay đổi tư duy và phương pháp giảng dạy, một quá trình khó khăn và cần thời gian [4].

Mặc dù AI mang lại nhiều lợi ích, việc triển khai cũng gặp nhiều thách thức. Chi phí cao để phát triển và bảo trì các hệ thống AI hiện đại [7] và vấn đề bảo mật dữ liệu cá nhân [8] là những lo ngại lớn. Thiếu kỹ năng và thiết bị phù hợp cũng gây khó khăn cho việc sử dụng AI đối với một số giảng viên và sinh viên [2]. Để ứng dụng AI hiệu quả, cần có sự cân nhắc kỹ lưỡng cả về mặt công nghệ và sự phạm, không chỉ tập trung vào khía cạnh kỹ thuật mà còn phải chú trọng đào tạo giảng viên và thiết kế chương trình học phù hợp [16].

3. Phương pháp nghiên cứu

Để giải quyết mục tiêu đặt ra, nghiên cứu được thực hiện thông qua trả lời các câu hỏi: (1) Mức độ ứng dụng AI trong dạy và học tại các trường đại học Thành phố Hồ Chí Minh hiện nay như thế nào? (2) Các hình thức ứng dụng AI phổ biến nhất là gì? (3) Những yếu tố nào thuận lợi và khó khăn cho việc ứng dụng AI? (3) Giảng viên và sinh viên đánh giá như thế nào về hiệu quả của việc ứng dụng AI? (4) Cần có những chính sách và giải pháp nào để thúc đẩy ứng dụng AI trong giáo dục đại học?

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng kết hợp định tính. Đối tượng nghiên cứu là giảng viên và sinh viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh vào cuối năm 2024 và đầu năm 2025. Dữ liệu nghiên cứu định lượng thông qua khảo sát bằng bảng hỏi, thiết kế bảng hỏi cho giảng viên và sinh viên để khảo sát mức độ ứng dụng AI, hình thức ứng dụng, đánh giá hiệu quả và các yếu tố ảnh hưởng. Nghiên cứu định tính được thực hiện bằng kỹ thuật phỏng vấn một số giảng viên, sinh viên và cán bộ quản lý để tìm hiểu sâu hơn về những thuận lợi, khó khăn và giải pháp cho việc ứng dụng AI. Ngoài ra, nghiên cứu còn thu thập và phân tích các báo cáo, tài liệu, chiến lược của các trường đại học liên quan đến ứng dụng công nghệ và AI trong giáo dục.

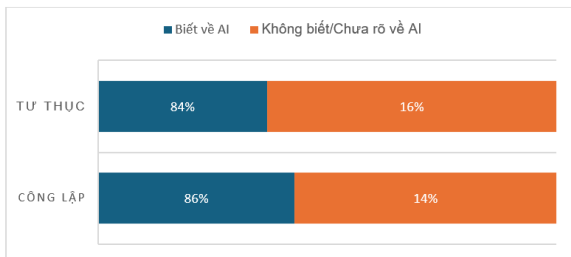
Kỹ thuật phân tích thống kê mô tả với các công cụ phân tích tần suất, tỷ lệ phần trăm, trung bình, độ lệch chuẩn để mô tả thực trạng ứng dụng AI; phân tích tương quan và hồi quy nhằm xác định mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng và mức độ ứng dụng AI. Kỹ thuật sử dụng trong nghiên cứu định tính là phân tích nội dung dữ liệu từ phỏng vấn sâu để hiểu rõ hơn về quan điểm và kinh nghiệm của các bên liên quan.

4. Kết quả

4.1. Ứng dụng AI trong giảng dạy của giảng viên

Nghiên cứu này khảo sát thực trạng ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong giảng dạy tại 5 trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh, bao gồm 2 trường công lập và 3 trường tư thục. Mẫu khảo sát gồm 165 giảng viên được chọn ngẫu nhiên nhằm đảm bảo tính đại diện. Bảng hỏi tập trung vào việc đánh giá mức độ nhận biết về AI, thực trạng sử dụng các ứng dụng AI trong giảng dạy, đánh giá hiệu quả cũng như những khó khăn và yếu tố ảnh hưởng đến quá trình ứng dụng. Kết quả như sau:

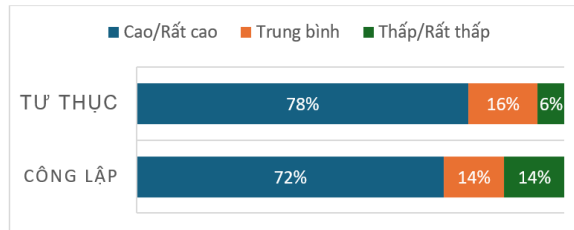
- Về mức độ nhận biết AI của giảng viên. AI đang trở nên phổ biến, được nhiều giảng viên ứng dụng phục vụ cho giảng dạy. Kết quả khảo sát cho thấy 85% giảng viên cho biết họ biết đến khái niệm AI; 15% (24/165) chưa biết hoặc chưa rõ về AI. Sự nhận biết về AI giữa giảng viên các trường công lập và tư thục không có sự khác biệt đáng kể.



Hình 1. Tỷ lệ phần trăm nhận biết về AI của giảng viên

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 165 giảng viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025.

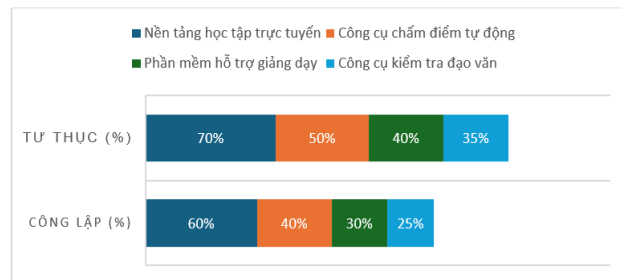
Giảng viên cũng đánh giá cao tiềm năng ứng dụng AI trong giảng dạy. Có đến 75% giảng viên đánh giá AI có tiềm năng cao hoặc rất cao trong giảng dạy; 15% đánh giá tiềm năng ở mức trung bình. Chỉ 10% cho rằng AI có tiềm năng thấp hoặc rất thấp, phần lớn nhóm này đến từ các trường công lập và lớn tuổi hơn.



Hình 2. Tỷ lệ phần trăm đánh giá tiềm năng AI của giảng viên (Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 165 giảng viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025).

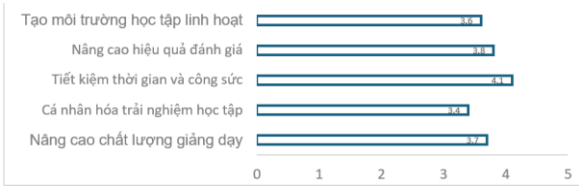
- Về thực trạng ứng dụng AI, mặc dù xuất hiện không lâu, nhưng giảng viên đã ứng dụng AI trong công tác giảng dạy, kết quả nghiên cứu cho thấy có 55% giảng viên đã từng sử dụng hoặc tiếp xúc với ứng dụng AI trong giảng dạy. Tỷ lệ này cao hơn ở các trường tư thục (65%) so với trường công lập (45%). Sự khác biệt 20% tỷ lệ giảng viên sử dụng AI giữa trường tư thục (65%) và công lập (45%) bắt nguồn từ nhiều yếu tố: Tài chính: Trường tư thục có nguồn lực dồi dào hơn để đầu tư công nghệ và đào tạo. Văn hoá tổ chức: trường tư thục năng động, thích ứng nhanh hơn; Chính sách hỗ trợ: trường tư thục chủ động hơn trong việc đào tạo giảng viên; Truy cập thông tin: trường tư thục dễ dàng tiếp cận thông tin và chuyên gia hơn. Để thúc đẩy ứng dụng AI ở trường công lập, cần tăng cường đầu tư, hỗ trợ chính sách và đào tạo bài bản.

Trong số những người đã sử dụng AI, các ứng dụng phổ biến nhất là: Nền tảng học tập trực tuyến có tích hợp AI với tỷ lệ 65%; Công cụ chấm điểm tự động (ví dụ: bài tập trắc nghiệm, tự động đánh giá bài luận) là 45%; phần mềm hỗ trợ giảng dạy tích hợp AI (ví dụ: phần mềm tạo bài giảng tương tác, phần mềm phân tích dữ liệu học tập) là 35%; và công cụ kiểm tra đạo văn là 30%.



Hình 3. Tỷ lệ các ứng dụng AI phổ biến được giảng viên sử dụng (Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 165 giảng viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025.)

- Về đánh giá hiệu quả sử dụng AI. Trong số những giảng viên đã sử dụng AI, 70% đánh giá hiệu quả ở mức hiệu quả hoặc rất hiệu quả. 20% đánh giá ở mức trung bình và 10% đánh giá không hiệu quả. Các lợi ích của AI bao gồm: Nâng cao chất lượng giảng dạy; Cá nhân hóa trải nghiệm học tập; Tiết kiệm thời gian và công sức; Nâng cao hiệu quả đánh giá; Tạo môi trường học tập linh hoạt. Trong đó, lợi ích về tiết kiệm thời gian và công sức được đánh giá cao nhất.



Hình 4. Mức độ đánh giá hiệu quả sử dụng AI của giảng viên (Đánh giá lợi ích của AI theo thang điểm 1-5 (1: Hoàn toàn không đồng ý, 5: Hoàn toàn đồng ý) Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 165 giảng viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025.

- Về khó khăn: Kết quả khảo sát cho thấy giảng viên gặp phải khó khăn khi ứng dụng AI trong giảng dạy. “Thiếu kiến thức và kỹ năng sử dụng” là khó khăn phổ biến nhất (55%), tiếp theo là “Hạn chế về cơ sở hạ tầng công nghệ” (45%). Điều này cho thấy cần tập trung vào việc đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng sử dụng AI cho giảng viên, đồng thời đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng công nghệ để hỗ trợ việc ứng dụng AI hiệu quả. “Khó khăn trong việc tích hợp vào chương trình/phương pháp giảng dạy” (35%) và “Thiếu hỗ trợ kỹ thuật” (25%) cũng là những vấn đề cần được quan tâm để đảm bảo việc ứng dụng AI diễn ra thuận lợi và đạt hiệu quả cao.

Bảng 1. Tỷ lệ khó khăn của giảng viên trong ứng dụng AI

Khó khăn	Tỷ lệ gặp phải (%)
Thiếu kiến thức và kỹ năng sử dụng	55%
Hạn chế về cơ sở hạ tầng công nghệ	45%
Khó khăn trong việc tích hợp vào chương trình/phương pháp giảng dạy	35%
Thiếu hỗ trợ kỹ thuật	25%

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 165 giảng viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025.

Giảng viên cho rằng các yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến việc ứng dụng AI (thang điểm 1-5, 1: Hoàn toàn không ảnh hưởng, 5: Ảnh hưởng rất lớn) là chính sách và quy định của nhà trường/Bộ GD&ĐT với điểm trung bình là 4.3; kế đến là nguồn lực tài chính của trường (điểm trung bình là 4.1), cơ sở hạ tầng công nghệ (điểm trung bình là 4.0), năng lực ứng dụng công nghệ của giảng viên (điểm trung bình là 3.8) và sự hỗ trợ, tập huấn từ nhà trường/ Bộ Giáo dục (điểm trung bình là 3.7).

Việc ứng dụng AI trong giảng dạy đang gặp nhiều thách thức. Giảng viên bày tỏ nhu cầu cấp thiết về các khóa đào tạo và tập huấn chuyên sâu về ứng dụng AI, cũng như hỗ trợ kỹ thuật từ nhà trường. Một giảng viên được khảo sát cho rằng: “Tôi thấy AI rất hữu ích, nhưng tôi cần được hướng dẫn cụ thể hơn về cách sử dụng”. Hạn chế về cơ sở hạ tầng, ngân sách, và nguồn tài nguyên số chất lượng cao đang là những rào cản lớn cho việc ứng dụng AI. Như ý kiến của một giảng viên cho rằng: “Trường tôi chưa có đủ máy tính và phần mềm để ứng dụng AI một cách rộng rãi”. Thêm vào đó, một số giảng viên vẫn còn e ngại về việc ứng dụng AI, lo lắng về việc AI sẽ thay thế vai trò của giảng viên. Cần có những chương trình truyền thông để thay đổi

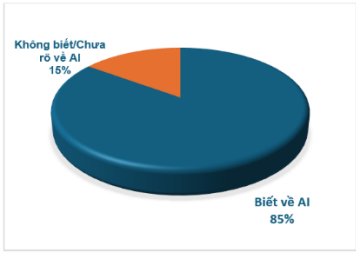
nhận thức và khuyến khích giảng viên sử dụng AI.

Để nâng cao năng lực của giảng viên cũng như ứng dụng AI hiệu quả trong giảng dạy, cần một chiến lược ba giai đoạn. Giai đoạn 1 (6 tháng): xây dựng nền tảng bằng cách triển khai chiến dịch truyền thông tích cực, khảo sát nhu cầu giảng viên và cơ sở hạ tầng, đầu tư vào hạ tầng công nghệ thông tin (ưu tiên giải pháp đám mây) và phát triển kho tài nguyên số chất lượng cao về AI trong giáo dục. Giai đoạn 2 (12 tháng): đào tạo và hỗ trợ giảng viên thông qua các chương trình đa dạng, linh hoạt: khóa học trực tuyến chất lượng cao, tập huấn ngắn hạn tại chỗ với chuyên gia và tư vấn trực tuyến. Nội dung đào tạo cần ngắn gọn, dễ hiểu, thực hành nhiều và đáp ứng nhu cầu của giảng viên. Giai đoạn 3 (liên tục): thực hiện, hỗ trợ, đánh giá và điều chỉnh liên tục việc ứng dụng AI, dựa trên phản hồi từ giảng viên và kết quả thực tế. Thành công của chiến lược này phụ thuộc vào sự hợp tác chặt chẽ giữa nhà trường và giảng viên.

4.2. Thực trạng sử dụng AI của sinh viên

Để khảo sát về nhận thức, thực trạng sử dụng và đánh giá của sinh viên về ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong học tập. Mẫu khảo sát gồm 200 sinh viên từ các trường đại học, được lựa chọn ngẫu nhiên. Bảng hỏi tập trung khai thác thông tin về mức độ nhận biết về AI, kinh nghiệm sử dụng các ứng dụng AI hỗ trợ học tập, đánh giá hiệu quả cũng như những khó khăn và mong đợi của sinh viên. Kết quả như sau:

- Về mức độ nhận biết và đánh giá tiềm năng AI: Kết quả khảo sát cho thấy đa số sinh viên (85%) đã biết đến khái niệm Trí tuệ Nhân tạo (AI). Điều này cho thấy mức độ phổ biến của thuật ngữ AI trong giới trẻ hiện nay. Tuy nhiên, vẫn còn một bộ phận nhỏ sinh viên (15%) chưa biết hoặc chưa hiểu rõ về AI, cho thấy cần tăng cường các hoạt động giới thiệu và phổ biến kiến thức về AI cho sinh viên.



Hình 5. Tỷ lệ phần trăm nhận biết về AI của sinh viên

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 200 sinh viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025.

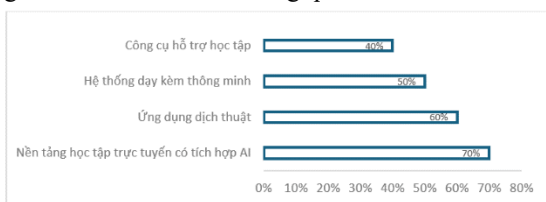
Đáng chú ý, tỷ lệ sinh viên đánh giá cao tiềm năng ứng dụng của AI trong học tập (75%) chiếm đa số. Điều này phản ánh sự kỳ vọng của sinh viên vào việc AI có thể hỗ trợ và cải thiện quá trình học tập của họ. Tuy nhiên, vẫn có 25% sinh viên đánh giá tiềm năng của AI ở mức trung bình hoặc thấp. Sự khác biệt này có thể đến từ nhiều nguyên nhân, bao gồm trải nghiệm thực tế khi sử dụng các ứng dụng AI, hiểu biết về khả năng và hạn chế của AI, cũng như quan điểm cá nhân về vai trò của công nghệ trong giáo dục. Việc tìm hiểu sâu hơn về nguyên nhân của những đánh giá khác nhau này sẽ giúp định hướng cho việc phát triển và ứng dụng AI trong học tập một cách hiệu quả hơn.



Hình 6. Tỷ lệ phần trăm đánh giá tiềm năng AI của sinh viên. Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 200 sinh viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025.

- Về thực trạng ứng dụng AI của sinh viên: Khảo sát cho thấy 60% sinh viên (120/200) đã từng sử dụng hoặc tiếp xúc với ứng dụng AI trong học tập. Con số này cho thấy AI đang dần được ứng dụng vào quá trình học tập của sinh viên. Tuy nhiên, vẫn còn 40% sinh viên chưa có cơ hội trải nghiệm các công cụ này. Điều này có thể xuất phát từ nhiều nguyên nhân như thiếu kiến thức về các ứng dụng AI, hạn chế về thiết bị hoặc kết nối internet, hoặc chưa nhận thức được lợi ích của việc ứng dụng AI trong học tập.

Trong số các sinh viên đã sử dụng AI, nền tảng học tập trực tuyến có tích hợp AI là loại ứng dụng phổ biến nhất (70%), tiếp theo là ứng dụng dịch thuật (60%), hệ thống dạy kèm thông minh (50%) và công cụ hỗ trợ học tập (40%). Sự phổ biến của nền tảng học tập trực tuyến có tích hợp AI cho thấy xu hướng học tập trực tuyến ngày càng phát triển và sinh viên đang dần làm quen với việc sử dụng các công cụ hỗ trợ học tập thông minh. Việc ứng dụng dịch thuật và các hệ thống dạy kèm thông minh cũng khá phổ biến, cho thấy nhu cầu hỗ trợ trong việc học ngoại ngữ và các môn học cụ thể. Tuy nhiên, tỷ lệ sử dụng các công cụ hỗ trợ học tập khác như Grammarly còn tương đối thấp, có thể do sinh viên chưa nhận thức đầy đủ về lợi ích của các công cụ này hoặc do hạn chế về chi phí sử dụng. Cần có những chương trình giới thiệu và khuyến khích sử dụng các công cụ hỗ trợ học tập đa dạng hơn để sinh viên có thể tận dụng tối đa lợi ích của AI trong quá trình học.



Hình 7. Ứng dụng AI trong học tập của sinh viên (tỷ lệ %) Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 200 sinh viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025.

- Về hiệu quả của việc ứng dụng AI trong học tập: Kết quả khảo sát cho thấy phần lớn sinh viên (70%) đánh giá việc ứng dụng AI trong học tập là hiệu quả hoặc rất hiệu quả. Điều này cho thấy AI đang được nhìn nhận như một công cụ hữu ích, có thể hỗ trợ tích cực cho quá trình học tập.

Sinh viên trong mẫu khảo sát đồng ý nhiều rằng AI giúp nâng cao hiệu quả học tập (4.0/5) và tiết kiệm thời gian, công sức (4.2/5). Việc cá nhân hóa trải nghiệm học tập (3.8/5) và tạo môi trường học tập linh hoạt hơn (3.9/5) cũng được đánh giá cao. Tuy nhiên, mức độ đồng ý về việc AI giúp nâng cao khả năng tự học (3.5/5) thấp hơn so với các

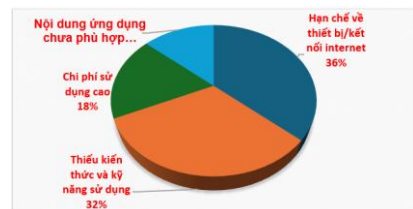
lợi ích khác. Điều này cho thấy, mặc dù AI có thể hỗ trợ sinh viên trong nhiều khía cạnh, nhưng khả năng tự học vẫn là yếu tố quan trọng và cần được rèn luyện chủ động bởi chính người học. Các ứng dụng AI hiện tại có thể chưa được thiết kế tối ưu để hỗ trợ phát triển kỹ năng tự học, hoặc sinh viên chưa biết cách khai thác triệt để tính năng này của các ứng dụng.



Hình 8. Đánh giá của sinh viên về lợi ích của AI trong việc học tập. Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 200 sinh viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025.

Để việc ứng dụng AI trong học tập đạt hiệu quả cao hơn, cần có cơ chế tài trợ, hỗ trợ sinh viên: 1) Nâng cấp cơ sở hạ tầng: đầu tư internet, cung cấp hoặc cho mượn thiết bị cho sinh viên khó khăn; 2) Tăng cường kỹ năng: tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn, hỗ trợ trực tuyến; 3) Hỗ trợ chi phí: hợp tác công tư, cấp học bổng/trợ cấp; 4) Phát triển ứng dụng: nghiên cứu nhu cầu sinh viên, phát triển ứng dụng hỗ trợ tự học. Việc triển khai đồng bộ các giải pháp này sẽ thúc đẩy chuyển đổi số trong giáo dục.

Theo như bảng trên thì khó khăn chính mà sinh viên gặp phải là hạn chế về thiết bị, kết nối internet (40%), cho thấy vấn đề về cơ sở hạ tầng và khả năng tiếp cận công nghệ vẫn là một rào cản đối với nhiều sinh viên. Tiếp theo là “Thiếu kiến thức và kỹ năng sử dụng” (35%), điều này cho thấy cần có các chương trình đào tạo và hướng dẫn sử dụng các công cụ AI hiệu quả hơn cho sinh viên. “Chi phí sử dụng cao” (20%) cũng là một yếu tố đáng lưu ý, đặc biệt là đối với những ứng dụng, phần mềm trả phí. Cuối cùng, “Nội dung ứng dụng chưa phù hợp” (15%) chỉ ra rằng các ứng dụng AI cần được thiết kế và điều chỉnh sao cho phù hợp hơn với chương trình học và nhu cầu cụ thể của sinh viên.



Hình 9. Tỷ lệ % sinh viên đánh giá khó khăn trong sử dụng AI. Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát 200 sinh viên tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh năm 2024, 2025.

5. Vấn đề đạo đức và công bằng trong ứng dụng AI

Sự phát triển thần tốc của trí tuệ nhân tạo (AI) đã mở ra vô vàn tiềm năng, tác động sâu rộng đến mọi lĩnh vực của đời sống, trong đó có giáo dục. Tuy nhiên, cùng với những lợi ích to lớn, việc ứng dụng AI cũng đặt ra những thách thức về đạo đức và công bằng, đòi hỏi sự cân nhắc kỹ lưỡng và giải pháp toàn diện.

Một trong những vấn đề đạo đức đáng quan tâm nhất là bảo mật và quyền riêng tư dữ liệu. Hệ thống AI trong giáo

dục thường thu thập và phân tích một lượng lớn dữ liệu cá nhân của người học, bao gồm thành tích học tập, thói quen học tập, thậm chí cả thông tin sinh trắc học. Việc quản lý và bảo vệ dữ liệu này một cách an toàn và minh bạch là vô cùng quan trọng để tránh rủi ro về việc tiết lộ thông tin cá nhân, sử dụng sai mục đích hoặc bị tấn công mạng. Thiếu những quy định và cơ chế bảo mật chặt chẽ có thể dẫn đến vi phạm quyền riêng tư của người học và gây ra những hậu quả nghiêm trọng. Việc xây dựng khuôn khổ pháp lý và các tiêu chuẩn đạo đức rõ ràng về việc thu thập, sử dụng và lưu trữ dữ liệu là cần thiết.

Thêm vào đó, việc ứng dụng AI trong giáo dục cũng đặt ra vấn đề về công bằng và tiếp cận công nghệ. Không phải tất cả người học đều có cơ hội tiếp cận công nghệ một cách bình đẳng. Sự chênh lệch về điều kiện kinh tế xã hội, khu vực địa lý và khả năng tiếp cận internet có thể tạo ra bất bình đẳng trong việc sử dụng các công nghệ AI trong giáo dục. Những sinh viên ở vùng sâu, vùng xa, hoặc có hoàn cảnh khó khăn có thể bị bỏ lại phía sau, tạo ra khoảng cách về cơ hội học tập. Để đảm bảo tính công bằng, cần có các chính sách hỗ trợ cụ thể, nhằm giảm thiểu khoảng cách này, chẳng hạn như cung cấp thiết bị học tập, kết nối internet miễn phí hoặc giảm giá cho sinh viên có hoàn cảnh khó khăn, đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ tại các vùng khó khăn.

Một vấn đề đạo đức khác là thiên vị thuật toán. Các hệ thống AI được huấn luyện dựa trên dữ liệu, và nếu dữ liệu này bị thiên vị, hệ thống AI cũng sẽ phản ánh sự thiên vị đó. Điều này có thể dẫn đến kết quả không công bằng, chẳng hạn như hệ thống AI chấm điểm bài thi thiên vị đối với một nhóm sinh viên nhất định. Để giảm thiểu rủi ro này, cần phải đảm bảo dữ liệu huấn luyện đa dạng, đại diện cho nhiều nhóm sinh viên khác nhau và kiểm tra, đánh giá thường xuyên các thuật toán AI để phát hiện và khắc phục sự thiên vị. Sự minh bạch trong quá trình thiết kế và triển khai thuật toán cũng rất quan trọng để tạo niềm tin và đảm bảo tính công bằng.

Cuối cùng, vai trò của giảng viên cần được tôn trọng, AI chỉ nên là công cụ hỗ trợ, không thay thế sự tương tác và hướng dẫn cá nhân của giảng viên. Để ứng dụng AI hiệu quả và công bằng trong giáo dục, cần có khuôn khổ pháp lý, chính sách hỗ trợ và giải pháp kỹ thuật thích hợp.

6. Kết luận

Kết quả khảo sát cho thấy sinh viên nhìn chung có nhận thức tốt về AI và tiềm năng ứng dụng của nó trong học tập bậc đại học. Tuy nhiên, vẫn còn một số khó khăn cần được giải quyết, đặc biệt là về cơ sở hạ tầng, kỹ năng sử dụng và chi phí. Do vậy, cần một chiến lược tổng thể về ứng dụng AI trong phát triển giáo dục với sự tham gia của nhiều bên liên quan. Tính mới mẻ của nghiên cứu này nằm ở việc cung cấp bằng chứng thực tiễn về thực trạng ứng dụng AI tại các trường đại học Thành phố Hồ Chí Minh, thông qua khảo sát và phỏng vấn cả giảng viên và sinh viên, bổ sung cho các nghiên cứu quốc tế chủ yếu tập trung vào tiềm năng lý thuyết.

Để thúc đẩy ứng dụng AI hiệu quả, các trường đại học cần chủ động đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng công nghệ, cung cấp phần mềm AI miễn phí hoặc giảm giá cho sinh

viên, đồng thời tổ chức các khóa tập huấn về AI cho cả giảng viên và sinh viên. Nội dung đào tạo cần bao gồm kiến thức cơ bản về AI, kỹ năng sử dụng công cụ AI trong dạy và học, cũng như các vấn đề đạo đức và an ninh mạng. Bên cạnh đó, việc xây dựng chính sách khuyến khích ứng dụng AI và quy định rõ ràng về sử dụng dữ liệu, bảo mật thông tin là rất quan trọng. Hợp tác giữa các trường đại học, viện nghiên cứu và doanh nghiệp công nghệ cũng cần được đẩy mạnh để cùng nghiên cứu, phát triển và ứng dụng AI trong giáo dục, tạo điều kiện chia sẻ kinh nghiệm và tài nguyên. Việc cập nhật chương trình đào tạo để tích hợp kiến thức và kỹ năng về AI, đáp ứng nhu cầu thị trường lao động trong tương lai cũng là một yếu tố then chốt.

Giảng viên cần chủ động học tập, cập nhật kiến thức và trải nghiệm các ứng dụng AI, đồng thời linh hoạt kết hợp AI vào phương pháp giảng dạy truyền thống để tạo ra môi trường học tập tương tác và cá nhân hóa. Chia sẻ kinh nghiệm và bài học thực tiễn về ứng dụng AI với đồng nghiệp cũng sẽ góp phần lan tỏa và nhân rộng những mô hình hiệu quả. Sinh viên cần nâng cao nhận thức về AI và tiềm năng ứng dụng của nó, chủ động trải nghiệm các công cụ AI hỗ trợ học tập và tích cực phản hồi, đóng góp ý kiến để cải thiện chất lượng ứng dụng.

Ở cấp độ vĩ mô, các cơ quan quản lý giáo dục cần xây dựng chiến lược quốc gia về AI trong giáo dục, định hướng và hỗ trợ các trường đại học trong việc ứng dụng AI. Việc đầu tư ngân sách cho nghiên cứu và phát triển ứng dụng AI cho giảng viên và sinh viên là những yếu tố quan trọng để đảm bảo chất lượng đào tạo và đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động. Sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan sẽ tạo nên sức mạnh tổng hợp, thúc đẩy ứng dụng AI hiệu quả, góp phần xây dựng một nền giáo dục đại học hiện đại, hiệu quả và phù hợp với nhu cầu của người học trong thế kỷ 21.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Anderson, C. "Intelligent Interaction in Education." *AI in Education Journal*, vol. 34, no. 1, 2019, pp. 67-82.
- [2] Baker, T., and R. Smith. "Rapid Feedback Systems Using AI in Classrooms." *Teaching Innovations Quarterly*, vol. 12, no. 4, 2019, pp. 89-97.
- [3] Christensen, Clayton M., Michael B. Horn, and Curtis W. Johnson. *Disrupting Class: How Disruptive Innovation Will Change the Way the World Learns*. John Wiley & Sons, 2008.
- [4] Holmes, Wayne, Maya Bialik, and Charles Fadel. *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*. Center for Curriculum Redesign, 2019.
- [5] Ishida, Masato, and Sota Watanabe. "教員志望学生が見る人工知能 (AI) 開発と今後の教職の在り方." *大阪教育大学紀要. 総合教育科学*, vol. 67, 2019, pp. 295-303. <https://doi.org/10.32287/td00031080>.
- [6] Kerly, A., P. Hall, and S. Bull. "Bringing Chatbots into Education: Towards Natural Language Negotiation of Open Learner Models." *Knowledge-Based Systems*, vol. 20, no. 2, 2007, pp. 177-185.
- [7] Luckin, R., et al. *Intelligence Unleashed: An Argument for AI in Education*. Pearson Education, 2016.
- [8] Mayer-Schönberger, Viktor, and Kenneth Cukier. *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*. Houghton Mifflin Harcourt, 2013.
- [9] McCarthy, J. "AI Tutors and Their Impact on Student Learning." *Education Today*, vol. 29, no. 3, 2020, pp. 45-52.
- [10] Mukouda, Shigehiro. "AI リテラシー教育における AI との向き

合い方を考える授業の検討."AI時代の教育論文誌, vol. 5, 2022, pp. 9-15. https://doi.org/10.50948/esae.5.0_9.

[11] Nilsson, Nils J. *Artificial Intelligence: A New Synthesis*. Morgan Kaufmann, 1998.

[12] Piech, C., et al. "*Gradescope: A Platform for Scalable and Consistent Assessment in Education*." *Proceedings of the Learning at Scale Conference*, vol. 13, no. 1, 2015, pp. 123-129.

[13] Russell, Stuart J., and Peter Norvig. *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Prentice Hall, 2010.

[14] Russell, Stuart, and Peter Norvig. *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson, 2021.

[15] Smith, A., and J. Sung. "Personalized Learning Using AI Systems." *Journal of Educational Technology*, vol. 45, no. 2, 2020, pp. 123-135.

[16] Suzuki, Naoki. "体育における人工知能 (AI) 活用に対する展望." *東京学芸大学紀要：芸術・スポーツ科学系*, vol. 73, 2021, pp. 243-249. http://purl.org/coar/version/c_970fb48d4fbd8a85.

[17] Woolf, Beverly Park. *Building Intelligent Interactive Tutors: Student-Centered Strategies for Revolutionizing E-learning*. Morgan Kaufmann, 2010.

[18] World Bank. "*AI and Accessibility in Education*." World Bank, <https://www.worldbank.org/>. Truy cập ngày 17 tháng 12 năm 2024)

Thông tin về tác giả



Họ và tên: HỒ THỊ MINH HIỀN. Giới tính: Nữ.
Sinh tháng năm sinh: 10/07/1985.
Học vị cao nhất: Thạc sĩ
Năm, nước nhận học vị: 2022 (Việt Nam).
Chức vụ: Giảng viên
Nơi công tác: Trường Đại học Văn Hiến
Lĩnh vực quan tâm: Ngôn ngữ, văn hoá, lịch sử, quan hệ quốc tế
Di động: 0985 711 662

KHUYNH HƯỚNG ÁP DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI) TRONG TUYỂN SINH VÀ ĐÀO TẠO Ở MỘT SỐ TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÊN THẾ GIỚI VÀ ĐỀ XUẤT CHO VIỆT NAM

TRENDS TO APPLY ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) IN ADMISSIONS AND TRAINING AT SOME UNIVERSITIES IN THE WORLD

Trần Ngọc Thuý

Trường Đại học Luật, Đại học Huế

Tran Ngoc Thuy

Hue University of Law; thuytn@hul.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Tran Ngoc Thuy (email: thuytn@hul.edu.vn)*

Tóm tắt - Số lượng người dùng tăng vọt trong thời gian ngắn sau khi ra mắt đã chứng minh những lợi ích không thể phủ nhận của AI. Trong giáo dục và nghiên cứu, AI có thể thu hẹp khoảng cách về khả năng tiếp cận kiến thức và thúc đẩy cơ hội giáo dục cho nhiều học sinh, sinh viên, giáo viên và nhà nghiên cứu ở các quốc gia và tầng lớp xã hội khác nhau thông qua quá trình học tập chủ động. Tuy nhiên, việc ứng dụng AI trong quá trình tuyển sinh và đào tạo ở một số Trường Đại học hiện nay đã đặt ra câu hỏi là liệu con người hay máy móc đang quyết định số phận của họ? Và AI sẽ được sử dụng như thế nào? Bài viết phân tích cách thức mà AI được áp dụng trong quá trình tuyển sinh và đào tạo đại học trên thế giới hiện nay.

Từ khóa - AI; chatGPT; tuyển sinh đại học; giảng dạy đại học.

Abstract - The skyrocketing number of users in a short time after launch has proven the undeniable benefits of AI. In education and research, AI can close the gap in access to knowledge and promote educational opportunities for more pupils, students, teachers and researchers across countries and walks of life. However, the application of AI in the admission and training process at some universities today has raised the question of whether people or machines are deciding their fate? And how will AI be used? The article analyzes how AI is applied in the university admission and training process in the world today.

Keywords - AI; ChatGPT; university admission; university teaching.

1. Khái niệm trí tuệ nhân tạo và những lợi thế và thách thức khi sử dụng trí tuệ nhân tạo

Trí tuệ nhân tạo hay trí thông minh nhân tạo (Artificial Intelligence – viết tắt là AI) là một ngành thuộc lĩnh vực khoa học máy tính (Computer science). Đây là loại trí tuệ do con người lập trình, giúp máy móc, đặc biệt là các hệ thống máy tính có thể mô phỏng các quá trình suy nghĩ và học tập của con người. Cụ thể, trí tuệ nhân tạo giúp máy tính có được những trí tuệ của con người như: biết suy nghĩ và lập luận để giải quyết vấn đề, biết giao tiếp để hiểu ngôn ngữ, tiếng nói, biết học và tự thích nghi... [1]

Trí tuệ nhân tạo đang được sử dụng rộng rãi vào mọi lĩnh vực trong đời sống như oto tự lái của Google và Tesla, hệ thống tự tag khuôn mặt trong ảnh của Facebook, trợ lý ảo Siri của Apple, hệ thống gợi ý sản phẩm của Amazon, hệ thống gợi ý phim của Netflix, máy chơi cờ vây AlphaGo của Google DeepMind... chỉ là một vài trong vô vàn những ứng dụng của AI/Machine Learning.

Số lượng người dùng tăng vọt trong thời gian ngắn sau khi ra mắt đã chứng minh những lợi ích không thể phủ nhận của AI. Với các tính năng phân tích và tạo văn bản, hình ảnh, AI tăng cường hiệu suất và năng suất thông qua tự động hóa công việc, cho phép con người tập trung vào công việc phức tạp và sáng tạo hơn. Trong giáo dục và nghiên cứu, AI được áp dụng dưới hình thức tự động hóa các quy trình và nhiệm vụ hành chính, phát triển chương trình giảng dạy và nội dung, hướng dẫn quá trình học tập của học sinh. AI được áp dụng để đánh giá bài tập của học sinh, chấm điểm và cung cấp phản hồi về bài tập thông qua việc tự

động hoá bằng chương trình máy tính. Nội dung giảng dạy của giảng viên ngày càng thu hút hơn khi có sự trợ giúp của AI thông qua các tệp nghe nhìn, công nghệ 3D... AI cũng đã phá vỡ các rào cản biên giới khi mà tài liệu học tập có thể được lưu trữ trên Internet. Quy trình học trực tuyến và sử dụng các nền tảng học tập dựa trên trang thông tin điện tử giúp học sinh có thể truy cập một cách dễ dàng dù đang ở đâu.

Đồng thời, ứng dụng AI có thể giúp các nhà quản lý giáo dục phân tích dữ liệu và đưa ra quyết định thông minh, hiệu quả hơn trong việc quản lý các hoạt động giáo dục. Ví dụ, họ có thể sử dụng công nghệ AI để phân tích dữ liệu về kết quả học tập của sinh viên và đưa ra các chương trình giảng dạy phù hợp, cá thể hóa đối với từng sinh viên. Họ cũng có thể ứng dụng công nghệ AI để dự đoán nhu cầu tuyển sinh trong tương lai và đưa ra các kế hoạch phát triển giáo dục.

2. Ứng dụng AI trong công tác tuyển sinh

2.1. Lợi ích của AI đối với cơ sở giáo dục đại học

Chiến lược phát triển AI trong giáo dục đại học của các quốc gia trên thế giới hiện nay, đều đề xuất phát triển một chương trình giáo dục mới cho các cấp độ khác nhau trong hệ thống giáo dục. AI đã và đang ngày càng trở thành một công cụ hữu hiệu trong việc quản trị đại học thông minh, giúp các trường đại học nâng cao chất lượng giáo dục, cải thiện quản lý và tối ưu hóa nguồn lực. Các trường đại học trên thế giới đang không ngừng nghiên cứu và ứng dụng công nghệ AI để đáp ứng nhu cầu giáo dục ngày càng cao của xã hội.

Theo Jerome Lucido, người sáng lập Trung tâm Nghiên cứu, chính sách và Thực hành tuyển sinh (CERPP) của USC Rossier: “Đây không phải là lần đầu tiên các trường tuyển sinh cân nhắc cách sử dụng các thuật toán hoặc công thức trong quy trình của mình”. Thuật toán tuyển sinh đại học là một bộ quy tắc hoặc hướng dẫn được các tổ chức giáo dục sử dụng để đánh giá và lựa chọn ứng viên nhập học. Các trường cao đẳng và đại học thường có quy trình tuyển sinh riêng và đánh giá dựa trên tiêu chí của trường. Nhiều tổ chức thường sử dụng cách tiếp cận toàn diện, xem xét sự kết hợp của nhiều yếu tố bao gồm hồ sơ học tập, điểm kiểm tra tiêu chuẩn, hoạt động ngoại khóa, thư giới thiệu và phỏng vấn. Học máy, một tập hợp con của AI, là một công nghệ cụ thể có thể được sử dụng để cải thiện khả năng phân tích dữ liệu và ra quyết định. Theo các nhà nghiên cứu tại Viện Khoa học thông tin của Trường Kỹ thuật Viterbi USC, máy móc được dạy cách cư xử, phân ứng và phản ứng tương tự như con người bằng cách sử dụng dữ liệu được thu thập. Khi áp dụng cho tuyển sinh đại học, học máy kết hợp với thuật toán tuyển sinh sẽ hợp lý hóa quy trình, xác định các mô hình và đưa ra quyết định sáng suốt để hình thành dự đoán dựa trên dữ liệu lịch sử. Cách tiếp cận dựa trên dữ liệu này có khả năng giúp các trường đại học xác định những ứng viên sở hữu những đặc điểm được trường xác định để thành công trong học tập [2].

Hiện nay, ngày càng nhiều trường cao đẳng và đại học sử dụng AI để hỗ trợ các văn phòng tuyển sinh khi họ đánh giá các ứng viên. Theo một cuộc khảo sát từ Intelligence, vào năm 2023, 50% văn phòng tuyển sinh ở giáo dục đại học đã báo cáo sử dụng AI để xem xét đơn đăng ký. Vào năm 2024, 80% quan chức trong lĩnh vực giáo dục đại học cho biết họ sẽ tích hợp AI vào quá trình đánh giá của mình trong năm nay. AI đang được sử dụng để làm gì? Các nhà nghiên cứu tại Đại học Colorado Boulder và Đại học Pennsylvania đã phát triển một “loạt công cụ trí tuệ nhân tạo có thể quét qua các bài luận trong đơn đăng ký vào đại học, chọn ra bằng chứng về những đặc điểm cá nhân quan trọng” [3]. Hay như Trường Đại học Texas A&M – Thương mại và Đại học bang North Carolina đã sử dụng các công cụ AI như Sía để xử lý nhanh chóng bằng điểm đại học bằng cách trích xuất thông tin như bài tập của sinh viên và tín chỉ chuyên tiếp đại học. Georgia Tech đã thử nghiệm AI để tái tạo các quyết định tuyển sinh bằng kỹ thuật trí tuệ nhân tạo. Công nghệ này cho phép các Trường sàng lọc các tập dữ liệu lớn, giúp nhân viên tuyển sinh có nhiều thời gian hơn để xem xét kỹ lưỡng các khía cạnh khác trong tài liệu đã nộp của người nộp đơn [4].

Sử dụng AI trong tuyển sinh đại học mang lại một số lợi ích như xử lý nhanh chóng một số lượng lớn đơn đăng ký. Trong khi cán bộ tuyển sinh thường phải đối mặt với những hạn chế về thời gian khi xem xét đơn đăng ký thì thời gian để trung bình của một ứng dụng chỉ là 6 phút. Các công cụ AI có thể phân tích đơn đăng ký với tốc độ nhanh hơn, tiết kiệm thời gian và cho phép các chuyên gia tuyển sinh đưa ra những đánh giá kỹ lưỡng hơn. Với sự ra đời của AI, các tổ chức giáo dục có cơ hội cách mạng hoá quy trình tuyển sinh của họ.

Thứ nhất, các hệ thống được hỗ trợ bởi AI có thể nhanh chóng quét và phân tích sơ yếu lý lịch, trích xuất thông tin

liên quan đến trình độ học vấn, kinh nghiệm, kỹ năng và thành tích. Điều này giúp đơn giản hoá quá trình sàng lọc ban đầu, tiết kiệm thời gian và nhân lực. Tuy nhiên, các trường phải cung cấp hướng dẫn và thông tin rõ ràng về việc sử dụng AI trong quá trình tuyển sinh nhằm đảm bảo sự công bằng, minh bạch. Thông qua AI, việc đánh giá ban đầu đối với các ứng cử viên được thực hiện bởi các hệ thống thông minh được trang bị thang đánh giá tính điểm, đảm bảo việc đánh giá đúng tiêu chuẩn đã đề ra.

Thứ hai, AI có thể phân tích lượng lớn dữ liệu từ các chu kỳ tuyển sinh trước đó để xác định các mô hình và xu hướng. Điều này cho phép các tổ chức dự đoán sự thành công của ứng viên dựa trên nhiều yếu tố khác nhau như kết quả học tập và hoạt động ngoại khóa. Cách tiếp cận dựa trên dữ liệu này cho phép các trường đại học đưa ra quyết định khách quan dựa trên thành tích và tiềm năng, thay vì chỉ dựa vào đánh giá chủ quan. Từ đó, các trường đại học có thể giảm thiểu sự thiên vị và đảm bảo thủ tục tuyển sinh công bằng và minh bạch.

Thứ ba, các chatbox được hỗ trợ bởi AI có thể thực hiện các cuộc phỏng vấn tự động, cho phép các tổ chức đánh giá ứng viên từ xa và trên quy mô lớn. Những chatbox này có thể đặt những câu hỏi được xác định trước và phân tích câu trả lời, cung cấp những hiểu biết có giá trị về mức độ phù hợp của ứng viên đối với chương trình đào tạo.

Thứ tư, các thuật toán của AI có thể phân tích khối lượng lớn thông tin một cách chính xác, giảm lỗi của con người và nâng cao độ chính xác của các đánh giá. Vì vậy, các trường đại học có thể thu thập và phân tích lượng lớn dữ liệu về người nộp đơn. Cách tiếp cận dựa trên dữ liệu này cho phép các trường đại học xác định xu hướng và cải thiện chiến lược tuyển sinh.

Khi thực hiện quy trình xây dựng, đánh giá chương trình đào tạo phục vụ cho hoạt động tuyển sinh và giảng dạy, các trường đại học có thể sử dụng AI để phân tích, nghiên cứu, đánh giá các ý kiến đóng góp, quan điểm và mong muốn của nhà tuyển dụng, nhu cầu của thị trường lao động, các bên liên quan khác; đồng thời để kiểm tra, đánh giá về sự phù hợp, tính khoa học, hợp lý về nội dung, kết cấu, dung lượng các kiến thức lý thuyết, kỹ năng, thực hành, năng lực và trách nhiệm của người học chương trình..., nhằm bảo đảm tính khách quan, đa chiều.

Với việc áp dụng AI trong tuyển sinh đại học, các cơ sở đào tạo có thể chuyển đổi quy trình tuyển sinh, sử dụng công nghệ mới để quản lý khối lượng đơn đăng ký ngày càng tăng, giảm gánh nặng hành chính và cung cấp trải nghiệm tốt cho sinh viên tương lai.

2.2. Lợi ích của AI đối với học sinh

Khi bàn về vai trò mới của sinh viên với tư cách là người học, và các trường đại học, với tư cách là nhà giáo dục, trong bối cảnh công nghệ hiện đại, GS. Scott Fritzen, Chủ tịch Đại học Fulbright Việt Nam, đã từng chia sẻ: “AI đang phát triển một cách toàn diện và sẽ có những sự thay đổi tác động lên thị trường lao động. Sinh viên đang chuẩn bị vào đại học nên suy nghĩ liệu ngành mình học sẽ có khả năng thay đổi như thế nào trong tương lai. Bên cạnh đó, sinh viên và phụ huynh nên chuẩn bị cho mình một tư duy phân biện, học cách chủ động nâng cấp khả năng của mình.

Bởi lẽ không ai có thể hình dung được ngành nghề nào sẽ biến mất trong 07 năm tới, vì vậy, việc phát triển khả năng thích nghi nhanh chóng để sẵn sàng cho những sự thay đổi là một kỹ năng quan trọng” [5].

Đối với sinh viên tương lai khi đăng ký vào một trường đại học bất kỳ, việc ứng dụng AI đem lại rất nhiều tiện ích:

Thứ nhất, thuật toán của AI có thể phân tích hồ sơ học tập, sở thích và hoạt động ngoại khoá của học sinh để đưa ra đề xuất phù hợp về các trường đại học và các khoá học phù hợp nhất. Điều này sẽ giúp sinh viên đưa ra được quyết định sáng suốt về việc nộp đơn vào trường đại học nào, tăng cơ hội được chấp nhận.

Thứ hai, với sự hạn chế về việc đi lại, thông qua ứng dụng AI, các sinh viên tương lai có thể khám phá các trường đại học từ xa về quá trình tuyển sinh, chương trình đào tạo, đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất, học bổng...

Thứ ba, chatbot được hỗ trợ bởi AI đang trở nên phổ biến hơn, cung cấp cho sinh viên sự hỗ trợ 24/7. Những chatbot này được trang bị để trả lời hàng trăm câu hỏi thường gặp và đưa ra hướng dẫn ở từng bước. Việc có quyền truy cập vào thông tin này làm cho thủ tục nhập học bớt khó khăn hơn và thân thiện hơn với người dùng.

Thứ tư, AI cũng có thể cá nhân hóa quá trình nhập học cho mỗi học sinh. Bằng cách thu thập thông tin và sử dụng thuật toán AI để phân tích sở thích, học sinh có thể nhận được thông tin phù hợp với sở thích của mình. Điều này có thể bao gồm thông tin chi tiết về các khóa học cụ thể, cơ hội nghiên cứu, cuộc sống sinh viên, học bổng, v.v. Việc tùy chỉnh này cải thiện sự kết nối của sinh viên với Trường Đại học, ảnh hưởng đến quyết định đăng ký và nâng cao trải nghiệm tổng thể của họ.

Trong bối cảnh công nghiệp 4.0, sự phát triển của giáo dục đại học không thể không kể đến vai trò của AI trong quá trình tuyển sinh. Bằng việc khai thác sức mạnh của AI, các trường đại học có thể nâng cao phương pháp đánh giá của mình và đảm bảo quy trình tuyển sinh công bằng, toàn diện cho tất cả sinh viên tương lai.

3. Đào tạo đại học thông qua việc ứng dụng AI

Trên thế giới hiện nay, AI đang được ứng dụng ngày càng nhiều trong giảng dạy và học tập đại học. Một số trường đại học đã sử dụng AI để tạo ra các bài giảng tự động, hỗ trợ sinh viên học tập như Đại học Stanford, Đại học Harvard hay Đại học Oxford... Tại Việt Nam, AI đang được ứng dụng trong giảng dạy đại học ở quy mô nhỏ. Một số Trường Đại học đã sử dụng ChatGPT, AI để tạo ra các bài giảng tự động, hỗ trợ sinh viên học tập.

Trước sự tác động của AI, Đảng và Nhà nước Việt Nam đã thể hiện quan điểm về sự đổi mới toàn diện, vạch ra một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Trong Nghị quyết số 52 – NQ/TW năm 2019 [1], Bộ chính trị đã ban hành một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: “Rà soát tổng thể, thực hiện đổi mới nội dung và chương trình giáo dục, đào tạo theo hướng phát triển năng lực tiếp cận, tư duy sáng tạo và khả năng thích ứng với môi trường công nghệ liên tục thay đổi và phát triển;... Đổi mới cách dạy và học trên cơ sở áp dụng công nghệ

số;... Khuyến khích các mô hình giáo dục, đào tạo mới dựa trên các nền tảng số” [6].

Công nghệ AI có thể được sử dụng để tạo ra các phần mềm học tập thông minh. Các trường đại học có thể sử dụng công cụ AI để tạo ra các khoá học trực tuyến, hỗ trợ sinh viên trong việc học tập và giải quyết các vấn đề khó khăn. Ngoài ra, AI cũng có thể giúp tự động hoá quá trình đánh giá và phản hồi, giúp giảm bớt gánh nặng cho giảng viên và tăng cường hiệu quả của quá trình học tập. Như vậy, AI được áp dụng rộng rãi trong quy trình đào tạo đại học để cải thiện chất lượng giáo dục và tạo ra môi trường học tập hiệu quả hơn.

Thứ nhất, AI tạo ra hệ thống học tập thông minh:

Trong giáo dục đại học, ChatGPT và các hình thức AI đã tác động mạnh mẽ đến việc giảng dạy, học tập của giảng viên và người học. Đặc biệt, đối với lĩnh vực pháp luật, giảng viên và người học có thể sử dụng AI như các công cụ hỗ trợ cho nghiên cứu pháp lý, chuẩn bị tài liệu và thậm chí mô phỏng các kịch bản nghiên cứu ứng dụng, các tình huống giả định pháp lý. Sinh viên luật có thể tham gia các cuộc tranh luận thực tế với các chatbox hoặc truy cập vào cơ sở dữ liệu về các vụ án khác nhau được phân tích bởi AI. Đồng thời, giảng viên và sinh viên cần tiếp nhận sự thay đổi về nội dung các quy định pháp luật của Nhà nước điều chỉnh về hành vi của con người trước các công nghệ mới này; họ buộc phải rèn luyện để hình thành nhiều kỹ năng, trách nhiệm nghề nghiệp mới trước sự hiện diện của AI và các yêu cầu số hoá, tự động hoá trong đời sống. [7] Trí tuệ nhân tạo AI mang lại nhiều lợi ích cho giảng dạy đại học, giúp nâng cao chất lượng giảng dạy trên nhiều phương diện như: Tăng cường tương tác giữa giảng viên và sinh viên, giảng viên dễ dàng tiếp cận và tương tác với sinh viên, tạo ra môi trường học tập tích cực và hiệu quả.

Bên cạnh đó, các cơ sở giáo dục đại học cần có kế hoạch cụ thể để thúc đẩy nghiên cứu, tiến hành các hoạt động đổi mới nội dung, phương pháp dạy và học pháp luật có ứng dụng các công nghệ mới. Đồng thời phải có tổng kết, đánh giá thường xuyên về hiệu quả, những tác động của các công nghệ mới cần được tổng hợp và phân tích cụ thể trong các tình huống giảng dạy, học tập các học phần cơ sở (lý thuyết), các học phần kỹ năng, thực hành, thực tập. Từ đó khẳng định sự đúng đắn, phù hợp của đổi mới, ứng biến và thích nghi một cách khoa học trước các công nghệ mới. [8]

Thứ hai, Chatbot hỗ trợ sinh viên:

Các trường đại học có thể sử dụng chatbot dựa trên công nghệ AI để hỗ trợ sinh viên trong việc giải đáp câu hỏi, tìm kiếm thông tin và hỗ trợ trong quá trình học tập.

(i) Giải đáp các câu hỏi: Chatbot có thể được lập trình để giải đáp các câu hỏi thường gặp của sinh viên về chương trình học, lịch học, học phí, thời gian thi... Sinh viên có thể tương tác với chatbot để nhận được thông tin cần thiết một cách nhanh chóng.

(ii) Hướng dẫn học tập: Chatbot có thể cung cấp hướng dẫn học tập cá nhân hoá cho sinh viên dựa trên nhu cầu học tập và mục tiêu cá nhân. Chatbot có thể gợi ý tài liệu học tập, bài tập và phương pháp học tập phù hợp với từng sinh viên để giúp họ tiến bộ trong học tập.

(iii) Hỗ trợ kỹ thuật: Chatbot có thể hỗ trợ sinh viên trong việc sử dụng các hệ thống học tập trực tuyến, phần mềm học tập và giải quyết các vấn đề kỹ thuật liên quan đến việc truy cập học liệu và nộp bài tập trực tuyến.

(iv) Nhắc nhở lịch học: Chatbot có thể giúp sinh viên lên lịch học, nhắc nhở sinh viên về các sự kiện quan trọng trong quá trình học tập như thời gian kiểm tra, thảo luận nhóm hoặc lịch thi.

(v) Phản hồi sau học tập: Chatbot cũng có thể tự động gửi phản hồi và đánh giá sau mỗi bài tập hoặc bài kiểm tra để sinh viên hiểu rõ hơn về kết quả học tập và cải thiện kỹ năng học tập của mình.

Thứ ba, tự động hoá quá trình đánh giá và phản hồi:

AI có thể được sử dụng để tự động hoá quá trình đánh giá bài tập, bài kiểm tra và cung cấp phản hồi cho sinh viên. Điều này giúp tiết kiệm thời gian cho giảng viên và giúp sinh viên nhận phản hồi nhanh chóng để cải thiện kỹ năng học tập của mình.

AI có thể được lập trình để xử lý dữ liệu từ bài tập mà sinh viên nộp lại bằng cách phân tích văn bản, hình ảnh, âm thanh hoặc dữ liệu số. AI có thể nhận diện và trích xuất thông tin quan trọng để đánh giá bài tập của sinh viên dựa trên các tiêu chí như độ chính xác, logic, sáng tạo... Đồng thời, AI có thể so sánh bài tập của sinh viên với các bài mẫu hoặc bài tập đã được đánh giá trước đó để đưa ra điểm số và phản hồi.

Thứ tư, AI giúp dự đoán học lực và tư vấn hướng nghiệp:

AI có thể được sử dụng để dự đoán học lực của sinh viên dựa trên dữ liệu học tập và điểm rèn luyện. Điều này giúp cho các trường đại học có thể cung cấp thông tin hướng nghiệp và hỗ trợ sinh viên trong việc lựa chọn ngành nghề phù hợp.

Thông qua kết quả học tập của sinh viên: điểm chuyên cần, điểm kiểm tra, điểm thi, điểm rèn luyện... để phân tích học lực hiện tại của sinh viên. AI cũng có thể sử dụng dữ liệu về sở thích, kỹ năng, mục tiêu học tập của sinh viên để hiểu rõ về nhu cầu và khả năng học tập của họ. Dựa trên kết quả dự đoán học lực và thông tin cá nhân của sinh viên, AI có thể cung cấp tư vấn hướng nghiệp để giúp sinh viên chọn lựa ngành nghề hoặc công việc phù hợp. Nhờ vào khả năng phân tích dữ liệu và áp dụng các thuật toán máy học, AI có thể hỗ trợ sinh viên trong việc dự đoán học lực và tư vấn hướng nghiệp một cách chính xác và giúp họ định hình mục tiêu học tập và nghề nghiệp một cách hiệu quả.

Như vậy, sinh viên và giáo viên sẽ cần phát triển song hành cùng công nghệ AI trong thời đại mới. Sinh viên sẽ tiếp thu các kỹ năng có thể kiểm tra được qua các nền tảng học tập do AI hỗ trợ, kết nối người học thông qua các hình thức làm việc nhóm, thảo luận.

4. Xu hướng phát triển AI trong tuyển sinh và đào tạo ở Việt Nam

Hiện nay, Thủ tướng Chính phủ Việt Nam đã 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”, khuyến khích đưa ứng dụng AI trong giảng dạy và học tập. “Việt Nam đã hoàn

thành xây dựng cơ sở dữ liệu ngành giáo dục và ứng dụng mạnh mẽ trong quản lý điều hành. Trong đó, đối với phổ thông, cơ sở dữ liệu đã số hóa, gắn mã định danh hầu hết các đối tượng cần quản lý (51.000 trường học mầm non, phổ thông; gần 24 triệu học sinh, hơn 1,4 triệu giáo viên. Đối với bậc đại học, cơ sở dữ liệu đại học (HEMIS) đã số hóa thông tin của gần tất cả các cơ sở đào tạo đại học và cao đẳng sư phạm (hơn 400 đơn vị) với 2,6 triệu hồ sơ sinh viên và hơn 156.000 hồ sơ đội ngũ cán bộ, giảng viên, nhân viên. Nhằm tăng cường dạy học trực tuyến, kho học hiệu số chia sẻ dùng chung miễn phí toàn ngành (bao gồm cả học liệu mở) cũng đã được đưa vào khai thác sử dụng, chia sẻ hơn 7.000 bài giảng e-learning, hơn 2.000 video bài giảng dạy trên truyền hình, 200 thí nghiệm ảo, 35.000 câu hỏi trắc nghiệm, gần 200 đầu sách giáo khoa theo chương trình giáo dục phổ thông.” [9]

Đồng thời, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ban hành bộ tiêu chí đánh giá ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số cho các cơ sở giáo dục phổ thông và giáo dục thường xuyên, bộ tiêu chí đánh giá ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số cho các cơ sở giáo dục đại học. Qua đó, nhằm thúc đẩy chuyển đổi số trong các cơ sở giáo dục, giúp cơ quan quản lý đánh giá thực trạng triển khai ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số; đồng thời, có các biện pháp quản lý, đầu tư cho ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số có hiệu quả. Bên cạnh đó, hàng năm, Bộ Giáo dục và Đào tạo đều có văn bản hướng dẫn các cơ sở giáo dục triển khai nhiệm vụ ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số để phù hợp với mục tiêu, nhiệm vụ năm học của ngành giáo dục.

Chính phủ cũng tổ chức nhiều hội thảo và chương trình nhằm nâng cao nhận thức về tiềm năng của trí tuệ nhân tạo trong giáo dục. Nhiều công ty công nghệ lớn như FPT, Viettel... đang hợp tác với các Trường học để triển khai các giải pháp AI như hệ thống quản lý học tập thông minh và trợ lý ảo hỗ trợ giáo viên. Ví dụ chương trình VioEdu được phát triển bởi tập đoàn FPT cung cấp các bài giảng cá nhân hoá dựa trên năng lực học sinh. Dựa trên câu trả lời và kết quả học tập, hệ thống sẽ chấm điểm, đo lường mức độ hiểu bài của từng môn, chỉ rõ điểm mạnh và những điểm yếu cần cải thiện. Nhờ đó học sinh có thể tập trung vào những kiến thức trọng tâm, tránh học lan man và tiết kiệm được thời gian.

Việc ứng dụng AI trong giáo dục có thể giúp giảm chi phí đào tạo, cho phép các tổ chức giáo dục tiết kiệm ngân sách và đầu tư vào các hoạt động học tập khác có tác động cao hơn. Mặc dù AI mang lại nhiều tiềm năng nhưng việc triển khai AI trong tuyển sinh và đào tạo ở các trường đại học vẫn còn nhiều hạn chế bởi vì chi phí đầu tư cao, AI thu thập và phân tích lượng lớn dữ liệu nên dễ bị lộ thông tin và xâm phạm quyền riêng tư.

Do đó, Bộ Giáo dục và Đào tạo cũng như các trường cần tổ chức các khoá đào tạo chuyên sâu về AI cho giáo viên. Đồng thời đề xuất những dự án AI trong giáo dục thông qua các gói đầu tư công của Chính phủ.

5. Kết luận

Qua những phân tích ở trên, có thể thấy ứng dụng trí

tuệ nhân tạo đem lại rất nhiều lợi ích cho hoạt động đào tạo và tuyển sinh của các Trường Đại học. AI có thể giúp các cơ sở giáo dục quản lý thông tin sinh viên, tư vấn chọn ngành, hỗ trợ học tập và tìm kiếm việc làm sau khi tốt nghiệp. Hơn nữa, AI có thể phân tích dữ liệu đa chiều để dự đoán nhu cầu tuyển sinh cho từng ngành học cụ thể, giúp Trường Đại học xác định chiến lược tuyển sinh hiệu quả. Bên cạnh đó, các chức năng mới của trí tuệ nhân tạo cũng góp phần tăng tương tác giữa người với người, phát triển của các năng lực xã hội trong giáo dục. Việc xây dựng hệ thống hỗ trợ học trực tuyến dựa trên AI có thể cung cấp các tài liệu học tập, bài giảng trực tuyến, hỗ trợ đánh giá và phản hồi sau khi học tập, giúp sinh viên có thể học tập linh hoạt và hiệu quả hơn. Vì vậy, các cơ sở giáo dục cần điều chỉnh triết lý giáo dục để đáp ứng các cơ hội và thách thức mà AI mang lại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Trí tuệ nhân tạo (AI) là gì?, [https://aws.amazon.com/vi/what-is/artificial-intelligence/#:~:text=Tr%C3%AD%20tu%E1%BB%87%20nh%C3%A2n%20t%E1%BA%A1o%20\(AI\)%20l%C3%A0%20l%C4%A9nh%20v%E1%BB%B1c%20khoa%20h%E1%BB%8Dc,v%C3%A0%20nh%E1%BA%ADn%20di%E1%BB%87n%20h%C3%ACnh%20%E1%BA%A3nh](https://aws.amazon.com/vi/what-is/artificial-intelligence/#:~:text=Tr%C3%AD%20tu%E1%BB%87%20nh%C3%A2n%20t%E1%BA%A1o%20(AI)%20l%C3%A0%20l%C4%A9nh%20v%E1%BB%B1c%20khoa%20h%E1%BB%8Dc,v%C3%A0%20nh%E1%BA%ADn%20di%E1%BB%87n%20h%C3%ACnh%20%E1%BA%A3nh), truy cập ngày 10/5/2024.

[2] Ellen Evaristo, *Balancing the potentials and pitfalls of AI in college admissions*, published on December 4, 2023

<https://rossier.usc.edu/news-insights/news/balancing-potentials-and-pitfalls-ai-college-admissions>, truy cập ngày 24/4/2024

[3] Arush Chandna, *College Admissions Trends: AI, College Essays and Going International*;

[4] <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2024/02/23/college-admissions-trends-ai-college-essays-and-going-international/?sh=2fde18f6242d>, truy cập ngày 20/4/2024

[5] Ellen Evaristo, *Balancing the potentials and pitfalls of AI in college admissions*, published on December 4, 2023

[6] <https://rossier.usc.edu/news-insights/news/balancing-potentials-and-pitfalls-ai-college-admissions>, truy cập ngày 24/4/2024

[7] Thuỳ Vân, *Thích ứng trong thời đại AI: Đổi mới giáo dục vì một thế giới phát triển*, <https://fulbright.edu.vn/vi/thich-ung-trong-thoi-dai-ai-doi-moi-giao-duc-vi-mot-the-gioi-phat-trien/>, truy cập ngày 17/5/2024.


[8] Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư

[9] PGS.TS. Lê Mạnh Hùng, *Tác động của ChatGPT, trí tuệ nhân tạo và công nghệ 4.0 đến đổi mới dạy và học Luật tại các trường đại học*, Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia: *Đổi mới dạy và học ngành Luật dưới tác động của ChatGPT*

[10] PGS.TS. Lê Mạnh Hùng, *Tác động của ChatGPT, trí tuệ nhân tạo và công nghệ 4.0 đến đổi mới dạy và học Luật tại các trường đại học*, Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia: *Đổi mới dạy và học ngành Luật dưới tác động của ChatGPT*

[11] Việt Nam chia sẻ nỗ lực chung thực hiện chuyển đổi số trong giáo dục ASEAN <https://moet.gov.vn/giaoducquocdan/tang-cuong-ung-dung-cntt/pages/default.aspx?ItemID=9748>.

Thông tin về tác giả

	<p>Trần Ngọc Thuý</p> <ul style="list-style-type: none">- Tốt nghiệp đại học ngành cử nhân Luật Tốt nghiệp xuất sắc cử nhân Luật - Trường Đại học Luật - Đại học Huế năm 2014. Tốt nghiệp thạc sỹ Luật tại Trường Đại học Luật Hà Nội năm 2018.- Cơ quan công tác: Giảng viên Khoa Luật quốc tế - Trường Đại học Luật, Đại học Huế.- Lĩnh vực quan tâm: Luật học so sánh, Luật thương mại quốc tế.- Số điện thoại liên hệ: 0398685939.
---	---

LÝ THUYẾT VỀ THƯƠNG HIỆU TRƯỜNG ĐẠI HỌC VÀ VẬN DỤNG TRONG XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU SỐ

UNIVERSITY BRAND: THEORY AND APPLICATIONS IN DIGITAL BRANDING

Nguyễn Thị Trường Hàn

Trường Đại học Tài chính - Marketing

Nguyen Thi Truong Han

University of Finance – Marketing; ntt.han@ufm.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Thi Truong Han (email ntt.han@ufm.edu.vn)*

Tóm tắt - Nhiều nghiên cứu cho thấy các cơ sở giáo dục đại học phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt do sự gia tăng của các trường đại học. Các trường đại học đang tăng cường nỗ lực thu hút nhiều sinh viên hơn, đặc biệt để ứng phó với áp lực thị trường hóa và toàn cầu hóa. Trong bối cảnh kỷ nguyên số, các trường đại học càng nhận thức sâu sắc về ý nghĩa của việc xây dựng thương hiệu. Thương hiệu trường đại học đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút sinh viên mới, tài năng học thuật, sinh viên quốc tế; ảnh hưởng đến sự hài lòng, lòng trung thành, sự tin tưởng và ý định hành vi của sinh viên; thúc đẩy trải nghiệm học tập của sinh viên cũng như duy trì lợi thế cạnh tranh. Bằng phương pháp phân tích tài liệu, bài viết trình bày lý thuyết về thương hiệu trường đại học và vận dụng xây dựng thương hiệu số trong bối cảnh hiện nay.

Từ khóa - Đại học; Thương hiệu; Thương hiệu trường đại học; Thương hiệu số; Kỷ nguyên số

Abstract - Many studies show that higher education institutions are facing fierce competition due to the increase of universities. Universities are increasing their efforts to attract more students, especially to cope with the pressure of marketization and globalization. In the digital age, universities are increasingly aware of the significance of branding. University branding plays an important role in attracting new students, academic talents, international students; influencing students' satisfaction, loyalty, trust and behavioral intentions; promoting students' learning experience as well as maintaining competitive advantage. By means of document analysis, the article presents some theories on university branding and discusses the applications in digital branding.

Keywords - University; Brand; University Brand; Digital Brand; Digital Age.

1. Đặt vấn đề

Theo Yaping và cộng sự [8], gần đây, các trường đại học đã phát triển các chiến lược xây dựng thương hiệu tốt hơn để ứng phó với những thách thức cạnh tranh toàn cầu ngày càng gia tăng. Điều đáng chú ý là giáo dục đại học hiện được các học giả từ nhiều nền tảng khác nhau gọi rộng rãi là một “thị trường”. Đã có sự cạnh tranh tương đối khốc liệt để tuyển sinh giữa các cơ sở giáo dục đại học. Để duy trì thành công và mở rộng hoạt động của các trường đại học, điều bắt buộc là phải phát triển và duy trì bản sắc thương hiệu riêng biệt thông qua việc cải thiện chiến lược xây dựng thương hiệu tổng thể.

Xây dựng thương hiệu không phải là khái niệm mới đối với các trường đại học, nhưng các nghiên cứu cho thấy một hệ thống lý thuyết chưa hoàn chỉnh. Trên thực tế, không phải trường đại học nào cũng nhận thức đầy đủ tầm quan trọng của xây dựng thương hiệu, các giai đoạn xây dựng và phát triển thương hiệu, cách phân bổ nguồn lực... Nhiều trường đại học vẫn còn bối rối khi xây dựng và phát triển thương hiệu [2].

Do đó, bài viết này không chỉ chú ý đến ảnh hưởng của thương hiệu trường đại học mà còn có những phân tích về đặc điểm và ứng dụng của các lý thuyết trong việc tăng lợi thế cạnh tranh của trường đại học, đặc biệt trong bối cảnh kỷ nguyên số.

2. Tổng quan tài liệu về lý thuyết thương hiệu trường đại học và thương hiệu số

2.1. Tổng quan thương hiệu trường đại học

Một định nghĩa đơn giản, lâu đời về thương hiệu (brand) thì đó là một biểu tượng hoặc từ ngữ để phân biệt, đại diện cho một sản phẩm hoặc tổ chức; nhưng, các thương hiệu dễ nhận biết nhất hiện nay bao gồm con người, địa điểm, dịch vụ, sự kiện và thậm chí cả ý tưởng hoặc meme (tức là các biến thể văn hóa của gen) (ví dụ: #MeToo) [9].

Thương hiệu trường đại học (University Brand) là tổng hợp mức độ khẳng định và nhận thức của công chúng về trường đại học, được tích lũy từng bước trong suốt quá trình phát triển của trường [2]. Thương hiệu trường đại học là một tài sản đáng kể mà thông qua đó, các hoạt động truyền thông tiếp thị với công chúng được thực hiện, các hướng dẫn đến các bên liên quan trong thị trường dịch vụ giáo dục được hình thành; hơn nữa, một thương hiệu mạnh góp phần mở rộng ra quốc tế [1].

Hình ảnh thương hiệu được nhiều nhà nghiên cứu xem là trạng thái, là tuyên bố của tổ chức vì nó đóng vai trò quan trọng trong việc tác động đến các bên liên quan để họ tiếp tục sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ. Việc có được hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ rất quan trọng theo quan điểm của người sử dụng vì nó thúc đẩy thái độ tích cực và ý định hành vi của họ. Ý định hành vi của sinh viên làm sáng tỏ khuynh hướng đăng ký vào một trường đại học nhất định của họ, đây là một kết quả có chủ đích [3]).

2.2. Tổng quan thương hiệu số và xây dựng thương hiệu số

Yoganathan, Roper, McLeay & Machado [9] nhận định

rằng, sự phát triển của phương tiện truyền thông kỹ thuật số, cùng với kết nối internet di động ngày càng tăng, có thể được coi là ảnh hưởng quan trọng nhất đến các thương hiệu và quản lý thương hiệu trong hai thập kỷ đầu tiên của thiên niên kỷ này.

Khái niệm thương hiệu kỹ thuật số (hay thương hiệu số - “Digital brand”) là sự kết hợp của hai khái niệm “thương hiệu” và “kỹ thuật số”. Theo Nguyễn Hồng Quân và cộng sự [5], thương hiệu số là khái niệm có nhiều cách tiếp cận và định nghĩa khác nhau phụ thuộc vào góc nhìn của mỗi nhà nghiên cứu, doanh nghiệp. Tuy nhiên, điểm chung nhất là sự hiện diện, tồn tại (hiển thị, lưu trữ và kết nối) của thương hiệu thông qua các phương tiện điện tử được phân phối hoặc kết nối qua mạng internet, mạng viễn thông và các mạng mở có thể thể hiện ở nhân hiệu của sản phẩm số, nhân hiệu trên internet, các yếu tố thuộc website, nền tảng tìm kiếm, mạng xã hội và các nền tảng khác.

Theo Pacheco [7], hiện nay, sự kết hợp của khái niệm xây dựng thương hiệu số là hình thức và quy trình cung cấp các giá trị của thương hiệu tiếp cận người dùng hoặc đối tượng mục tiêu và như một cách để đạt được uy tín bằng cách trở thành một thương hiệu tự thân trong môi trường hoặc hệ thống tương tác kỹ thuật số, điều này đòi hỏi phải sử dụng phương tiện truyền thông xã hội, blog, trang web (thương hiệu điện tử), email (tiếp thị qua email), ứng dụng, quảng cáo kỹ thuật số, tiếp thị người có sức ảnh hưởng, SEO, SEM... Tương tự, Escamilla [10] giải thích xây dựng thương hiệu số là việc tạo ra và quản lý bản sắc và sự hiện diện của thương hiệu trên nhiều nền tảng trực tuyến khác nhau. Nó bao gồm việc phát triển một thông điệp và trải nghiệm nhất quán để xây dựng mối quan hệ với khách hàng và tạo ra nhận thức tích cực về thương hiệu. Điều này có thể đạt được thông qua nhiều chiến lược khác nhau, bao gồm tiếp thị nội dung, tương tác trên phương tiện truyền thông xã hội và tối ưu hóa trang web, tất cả đều nhằm mục đích thiết lập hình ảnh thương hiệu dễ nhận biết và đáng tin cậy.

Tổng hợp từ nhiều nghiên cứu khác nhau, Irshad. M [3] khái quát rằng, sự ra đời của các công nghệ mới, bao gồm các trang web, nền tảng truyền thông xã hội và các trang web đánh giá, đã định hình lại đáng kể các chiến lược tuyển dụng và phương pháp truyền thông thương hiệu. Một cách để tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp thị và xây dựng thương hiệu của các trường đại học là thông qua việc phát triển một trang web trường đại học được thiết kế tốt. Sinh viên thường sử dụng trang web của trường đại học để tìm kiếm thông tin và quyết định tuyển sinh. Một trang web học thuật được thiết kế tốt có thể đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hình ảnh thương hiệu và giá trị thương hiệu của một trường đại học, bởi đó là một công cụ tiếp thị mạnh mẽ thu hút và giữ chân khách truy cập. Kết quả nghiên cứu của Irshad. M [3] cũng khẳng định thông tin đa dạng (Diversity information), thông tin xuất sắc (Excellence information - hay thông tin về những thành tích), thương hiệu cá nhân của giảng viên và các chuyên tham quan ảo đều có tác động tích cực đến hình ảnh thương hiệu của trường đại học và ý định hành vi của sinh viên. Các phát hiện này đưa ra những hàm ý lý thuyết và thực tiễn để tăng cường các chiến lược marketing điện tử thông

qua website của một trường đại học.

Yoganathan, Roper, McLeay & Machado [9] xác định bốn trọng tâm cho việc xây dựng thương hiệu vốn gắn liền với bản sắc thương hiệu trong kỷ nguyên số hóa: tính minh bạch, trách nhiệm, kết nối và sự sáng tạo.

Tính minh bạch: số hóa đã thúc đẩy tính minh bạch hướng tới 100%. Trong thời đại kỹ thuật số, nhu cầu về các thương hiệu truyền đạt rõ ràng các giá trị, nguồn gốc, mối liên hệ và sở thích của họ ngày càng cao. Sự minh bạch đến từ việc rõ ràng về những gì một thương hiệu đại diện là nền tảng để phát triển lòng tin giữa một thương hiệu và các bên liên quan.

Trách nhiệm: một thương hiệu có cách tiếp cận rõ ràng về trách nhiệm như một phần trong chiến lược của họ, trao quyền cho các bên liên quan nội bộ làm điều đúng đắn và thúc đẩy lòng trung thành. Ngược lại, một sáng kiến bền vững không chân thực hoặc đạo đức giả dễ dàng bị phát hiện trong sự cạnh tranh giữa các thương hiệu trên nền tảng số hiện nay. Trách nhiệm gắn liền với bản sắc của thương hiệu và với sự minh bạch ngày càng tăng, trở thành nền tảng cho các mối quan hệ và lòng tin của các bên liên quan.

Kết nối: bản chất của các chuyển đổi xung quanh các thương hiệu ngày nay rất khó định hình hoặc chỉ đạo bởi chủ sở hữu thương hiệu, một phần là do vô số nền tảng trực tuyến có thể đưa ra nhiều ý kiến và biểu đạt của các bên liên quan thay đổi nhanh chóng. Nhận thức của các bên liên quan về một thương hiệu có thể bị ảnh hưởng sớm hơn cả khi các nhà quản lý thương hiệu có thể phản ứng với một tình huống, đó là ảnh hưởng của nội dung do người dùng tạo ra. Một cách khác để xem xét điều này là các thương hiệu cần phải được kết nối liên tục - nghĩa là, họ sẽ luôn phải hiện diện và tích cực trong việc tương tác với người dùng, khách hàng, khách hàng tiềm năng và các bên liên quan khác thông qua các kênh truyền thông trực tuyến và ngoại tuyến, nhưng cũng phải nhất quán trong cách thức thương hiệu được truyền tải trên các kênh này. Sự tương tác của người dùng rất tinh tế và các thương hiệu cần đóng vai trò tích cực trong các cuộc trò chuyện với người dùng. Vì phản hồi từ khách hàng hiện nay là thời gian thực trên phương tiện truyền thông xã hội, các tổ chức cần đảm bảo rằng tất cả các bộ phận riêng lẻ trong tổ chức đều được xây dựng vững chắc. Tính nhất quán trên các kênh là quan trọng. Một điểm tiếp xúc yếu trong toàn hệ thống có thể dẫn đến việc khách hàng mất lòng tin.

Sự sáng tạo: những tiến bộ công nghệ không phải là sự thay thế mà là sự bổ sung cho các quy trình sáng tạo cơ bản giúp các thương hiệu nổi bật trong môi trường cạnh tranh cao và xây dựng mối quan hệ bền chặt với người dùng hoặc khách hàng. Một câu chuyện hay, được kể hay, có thể thu hút người dùng. Tác động của một sáng tạo tuyệt vời đối với thành công của chiến dịch gấp nhiều lần tác động của việc tối ưu hóa kênh. Vì vậy, nên chú ý đến khả năng của công nghệ trong việc tạo ra các giải pháp sáng tạo mới mang tính đột phá.

2.3. Một số lý thuyết về thương hiệu trường đại học

Có nhiều cách tiếp cận lý thuyết khác nhau về nghiên cứu thương hiệu đại học trong bài viết này, tác giả đề cập các lý thuyết phổ biến nhất được sử dụng trong nhiều tài

liệu về thương hiệu đại học, trong đó tập trung vào lý thuyết giá trị thương hiệu, lý thuyết bản sắc xã hội, lý thuyết trao đổi xã hội, cũng như sơ lược một số lý thuyết khác. Các lý thuyết trong bài viết này sẽ được trình bày rút gọn trong bối cảnh giáo dục đại học, tham khảo chủ yếu từ nghiên cứu chi tiết của Yaping và cộng sự [8].

2.3.1. Lý thuyết giá trị thương hiệu (Brand equity theory - BET)

Theo Aaker [11], giá trị thương hiệu gồm nhận biết thương hiệu, liên tưởng thương hiệu, chất lượng cảm nhận, trung thành thương hiệu và các tài sản khác [11].

Giá trị thương hiệu của trường đại học được cấu thành từ nhiều thành phần khác nhau, bao gồm chất lượng được cảm nhận của sinh viên, nhận thức về thương hiệu, sự tin tưởng, lòng trung thành và sự liên tưởng đến những giá trị của thương hiệu trường. Đây là những yếu tố cốt lõi quyết định trong việc phát triển giá trị và giá trị thương hiệu góp phần vào trải nghiệm thương hiệu của sinh viên. Hơn nữa, các dịch vụ hỗ trợ bao gồm cách thức tuyển sinh, tùy chọn thanh toán, cơ sở vật chất trong khuôn viên trường và nhà ở của sinh viên đều quan trọng trong việc tăng cường trải nghiệm dịch vụ cốt lõi. Mặc dù các hoạt động hỗ trợ này có thể không đủ để tạo ra trải nghiệm đại học vượt trội, nhưng chúng đóng vai trò quan trọng để đạt được mục tiêu đó và hai lớp hoạt động (cốt lõi và hỗ trợ) có mối liên hệ chặt chẽ với nhau trong việc tạo ra toàn bộ trải nghiệm đại học cho người dùng.

2.3.2. Lý thuyết bản sắc xã hội (Social identity theory - SIT)

Lý thuyết bản sắc xã hội của Tajfel dựa trên tiền đề rằng các cá nhân xác định bản sắc riêng của họ trong sự liên quan với các nhóm nhất định và bản sắc của nhóm này sẽ nâng cao bản sắc bản thân của họ [4].

Trong bối cảnh giáo dục đại học, bản sắc trường đại học được coi là cảm nhận của người học về sự thân thuộc hoặc hòa hợp với trường sau sự tương tác trực tiếp của họ. Lòng tự trọng và niềm tin vào năng lực bản thân của sinh viên và cựu sinh viên bị ảnh hưởng bởi bản sắc trường đại học, cuối cùng tác động đến hành vi hướng tới mục tiêu của họ. Do đó, bản sắc của trường đại học là điều cần thiết để củng cố các hành vi tích cực của sinh viên đối với trường đại học.

2.3.3. Lý thuyết trao đổi xã hội (Social Exchange Theory - SET)

Lý thuyết trao đổi xã hội đã được giới thiệu những năm 1960 bởi Homans. Cốt lõi của lý thuyết này là qui tắc tương hỗ, nghĩa là có qua có lại trong mối quan hệ cá nhân. Phần thưởng cho việc trao đổi không chỉ bao gồm giá trị vật chất, mà còn bao gồm giá trị tinh thần như là: sự hỗ trợ, sự tin cậy, lòng tự trọng và uy tín [6].

Trong bối cảnh giáo dục đại học, theo lý thuyết trao đổi xã hội, một tổ chức phải thể hiện nghĩa vụ cung cấp sự hoàn thiện về mặt cá nhân và chuyên môn, được nhân viên và sinh viên đáp lại thông qua tỷ lệ giữ chân cao, hiệu suất vượt trội, mức độ cam kết cao hơn và sự ủng hộ. Việc phát triển thương hiệu trường đại học dựa trên cam kết nhằm cung cấp trải nghiệm làm việc độc đáo cho nhân viên của mình với chế độ đãi ngộ vật chất và phi vật chất, cũng như cung cấp những trải nghiệm hấp dẫn và có giá trị cho sinh

viên của trường.

Ngoài 3 lý thuyết trên, khi nghiên cứu về thương hiệu trường đại học, một số lý thuyết khác cũng thường đề cập trong các nghiên cứu khác nhau như: lý thuyết đại diện xã hội (Social representations theory) với phát hiện rằng thương hiệu là một biểu tượng xã hội cho phép giao tiếp và tương tác giữa các nhóm xã hội và thiết lập các cấu trúc xã hội tiếp tuyến, chẳng hạn như khi logo của trường đại học đã ăn sâu vào ý thức của các bên liên quan, nó sẽ hoạt động như một lăng kính mà qua đó người ta có thể quan sát thương hiệu và những hàm ý liên quan đến tổ chức; lý thuyết cộng đồng thương hiệu (Brand community theory) với hàm ý rằng một cộng đồng thương hiệu được tạo ra bởi các mối liên kết xã hội giữa những người dùng thương hiệu thông qua sự công nhận các giá trị, nghi lễ, phong tục chung và ý thức trung thành đối với thương hiệu. Nuôi dưỡng và phát triển một cộng đồng thương hiệu trường đại học, và rằng họ hoàn thiện hơn với một mạng lưới kết nối các tổ chức liên quan với sinh viên, cũng như một thương hiệu, các sản phẩm và dịch vụ của thương hiệu đó; lý thuyết hành động hợp lý (Theory of reasoned action) khám phá ra mối liên hệ giữa thành công của trường đại học và lòng trung thành với thương hiệu theo cấp độ trường đại học và cấp độ khoa; lý thuyết nhu cầu được thuộc về (Need to belong theory) cung cấp nền tảng lý thuyết để giải thích lý do tại sao sinh viên phát triển mối quan hệ với các sinh viên và nhân viên khác, những người tham gia vào các hoạt động tăng cường xã hội của trường đại học, và điều gì khiến họ đầu tư và dành nhiều thời gian và công sức hơn cho các mối quan hệ này; lý thuyết tự nhất quán và động lực về khái niệm bản thân (Selfcongruity theory and self-concept motivations) cho thấy sự nhất quán về giá trị có tác động tích cực đáng kể đến kết quả hành vi, chẳng hạn như lòng tin, sự hài lòng, cam kết tình cảm và lòng trung thành của sinh viên.

2.4. Các yếu tố trong sự hình thành và phát triển thương hiệu trường đại học

Nghiên cứu của Bulgakova, Vertinova, Pashuk [1] chỉ ra 6 nhóm yếu tố trong sự phát triển thương hiệu trường đại học:

- Yếu tố lịch sử (Historical): gồm tuổi của trường đại học, quốc gia nơi trường đại học có trụ sở. Nhóm yếu tố này được hình thành do kết quả của các hoạt động không chỉ của trường đại học mà còn của những thực thể kinh tế khác.

- Yếu tố tổ chức (Corporate): gồm nhân sự, thiết kế cơ sở, các thuộc tính bên ngoài, tài chính, hình ảnh của người đứng đầu, truyền thông, kiến trúc thương hiệu. Những yếu tố này đặc trưng cho các giá trị và văn hóa của một trường đại học.

- Sự liên kết (Associative): gồm hình ảnh cảm xúc của Trường Đại học, bản sắc thương hiệu. Nhóm này có liên quan đến việc định vị trường đại học so với các đối thủ cạnh tranh trong tâm trí của người học cũng như các bên liên quan khác.

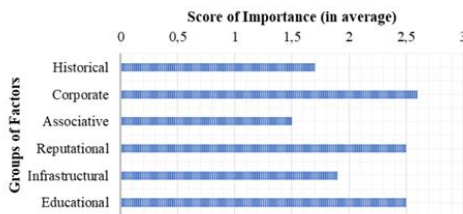
- Uy tín (Reputational): gồm nhu cầu của các chủ thể hoạt động giáo dục, bằng cấp được đánh giá cao trên thị trường, uy tín tốt với các nhà tuyển dụng, có mặt trong bảng

xếp hạng thế giới. Nhóm này được phản ánh trong các đánh giá về trường đại học, cũng như trong sự công nhận các hoạt động của trường tại các diễn đàn quốc gia, khu vực và quốc tế.

- Cơ sở hạ tầng (Infrastructural): gồm khung tổ chức, hỗ trợ vật chất và kỹ thuật. Nhóm này được xác định bởi sự hiện diện của cơ sở hạ tầng bên ngoài và bên trong của trường đại học.

- Yếu tố giáo dục (Educational): Áp dụng công nghệ giáo dục, số hóa quá trình giáo dục, tính liên tục của việc học tập, hoạt động xuất bản. Nhóm này bao gồm các yếu tố góp phần vào hoạt động đổi mới của trường đại học.

Nghiên cứu của Bulgakova. A. M, Vertinova. A. A, Pashuk. R. N [1] cũng khảo sát các nhà quản lý giáo dục đại học để đánh giá tầm quan trọng của 6 nhóm yếu tố trên trong sự hình thành và phát triển thương hiệu trường đại học. Kết quả thể hiện ở Hình 1.

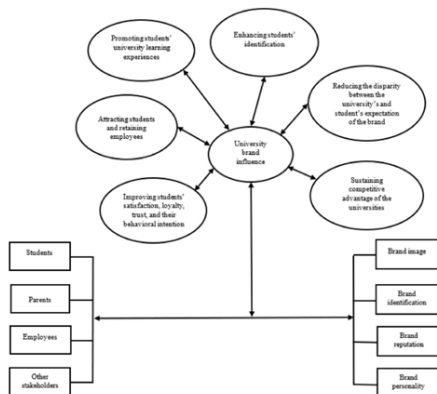


Hình 1. Tầm quan trọng của các nhóm yếu tố trong sự hình thành và phát triển thương hiệu Trường Đại học (Nguồn: Bulgakova. A. M, Vertinova. A. A, Pashuk. R. N, 2022)

Kết quả nghiên cứu của Bulgakova. A. M, Vertinova. A. A, Pashuk. R. N [1] cho thấy yếu tố tổ chức (Corporate) được đánh giá là quan trọng nhất trong sự hình thành và phát triển thương hiệu trường đại học. Trong nhóm yếu tố này, các chuyên gia (tức các nhà quản lý giáo dục đại học tham gia vào khảo sát) đặc biệt lưu ý, cần phải tính đến hình ảnh của người đứng đầu, truyền thông của trường đại học và năng lực của nhân viên. Tiếp đến là 2 nhóm yếu tố: Uy tín trường đại học (Reputational) và yếu tố giáo dục (Educational).

2.5. Ảnh hưởng của thương hiệu trường đại học

Tổng hợp từ nhiều nghiên cứu khác nhau, Yaping và cộng sự [8] đã chỉ ra ảnh hưởng của thương hiệu trường đại học, được thể hiện ở Hình 2.



Hình 2. Ảnh hưởng của thương hiệu Trường Đại học (Nguồn: Yaping. X et al, 2023)

- Cải thiện sự hài lòng, lòng trung thành, sự tin tưởng

và ý định hành vi của người học (Improving students' satisfaction, loyalty, trust, and their behavioral intention): thương hiệu trường đại học ảnh hưởng đến lòng tin, chất lượng dịch vụ của sinh viên, danh tiếng của trường đại học ảnh hưởng đến lòng trung thành của sinh viên và ý định hành vi của họ.

- Thu hút sinh viên và giữ chân giảng viên, nhân viên (Attracting students and retaining employees): trách nhiệm xã hội, đạo đức và cơ hội phát triển nghề nghiệp là những yếu tố chính ảnh hưởng đến sự lựa chọn trường học của sinh viên và hình ảnh của nhà tuyển dụng, sự công nhận, khả năng thăng tiến và an toàn việc làm là công cụ để duy trì tỷ lệ giữ chân giảng viên, nhân viên.

- Thúc đẩy trải nghiệm học tập của sinh viên (Promoting students' university learning experiences): nhận thức về thương hiệu, cảm nhận về chất lượng, sự liên kết với thương hiệu cũng như môi trường học tập và cảm xúc, niềm tin vào thương hiệu, lòng trung thành với thương hiệu và danh tiếng của trường thúc đẩy trải nghiệm học tập tại trường đại học của sinh viên.

- Nâng cao mối liên kết của người học (Enhancing students' identification): xây dựng thương hiệu cho trường đại học đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố mối liên kết của sinh viên với bản sắc thương hiệu của trường. Người học quảng bá trường đại học bằng cách truyền miệng tích cực, tham gia vào các hoạt động tuyển dụng và mặc trang phục liên quan đến trường.

- Thu hẹp khoảng cách giữa kỳ vọng của sinh viên và của trường về thương hiệu (Reducing the disparity between the university's and student's expectation of the brand): thương hiệu trường đại học có thể hỗ trợ kiểm soát kỳ vọng về thương hiệu bằng cách giảm thiểu sự khác biệt giữa hình ảnh dự kiến của trường đại học và ấn tượng của trường đối với sinh viên.

- Duy trì lợi thế cạnh tranh của các trường đại học (Sustaining competitive advantage of universities): xây dựng thương hiệu trường đại học đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố sự khác biệt cạnh tranh giữa các trường đại học về danh tiếng, độ tin cậy và sức hấp dẫn.

3. Bàn luận về việc vận dụng lý thuyết thương hiệu trường đại học trong việc xây dựng thương hiệu số

Dựa trên những nội dung lý thuyết đã trình bày như lý thuyết giá trị thương hiệu (thương hiệu mạnh dựa trên nhận thức, sự tin tưởng, lòng trung thành và chất lượng cảm nhận), lý thuyết bản sắc xã hội (bản sắc thương hiệu gắn với cảm giác thuộc về trường của sinh viên, cựu sinh viên), lý thuyết trao đổi xã hội (nhấn mạnh sự cam kết hai chiều giữa tổ chức (trường) và các cá nhân (nhân viên, sinh viên) và các lý thuyết khác như: lý thuyết cộng đồng thương hiệu, lý thuyết đại diện xã hội, lý thuyết nhu cầu được thuộc về... cùng nội dung về thương hiệu số (việc xây dựng và quản lý bản sắc thương hiệu trên nền tảng số như web, mạng xã hội, email, SEO, SEM...), tác giả trình bày một số điểm vận dụng trong xây dựng thương hiệu số đối với trường đại học như sau:

- Xây dựng bản sắc thương hiệu số: trong bối cảnh kỷ nguyên số, bản sắc thương hiệu trường đại học cần được

chuyển hóa thành bản sắc kỹ thuật số bằng cách xây dựng hình ảnh nhất quán trên các nền tảng số (website, social media, email...), cũng như khai thác logo, slogan của trường trong toàn bộ môi trường trực tuyến, giúp thương hiệu "ăn sâu" vào nhận thức số của sinh viên và xã hội, đẩy mạnh truyền thông các giá trị cốt lõi: sứ mệnh, tầm nhìn, chất lượng đào tạo.

- Nâng cao giá trị thương hiệu trong môi trường số: cải thiện trải nghiệm website bằng cách tối ưu giao diện, tăng tốc độ tải, hỗ trợ trải nghiệm người dùng, phát triển nội dung số thông qua việc cung cấp thông tin đa dạng (danh tiếng giảng viên, thành tích, hoạt động nổi bật), qua đó củng cố chất lượng cảm nhận của sinh viên và xã hội; xây dựng hệ thống tương tác trực tuyến như chatbot hỗ trợ tuyển sinh, các buổi hội thảo trực tuyến (webinar) tư vấn ảo giúp gia tăng mức độ tin tưởng và lòng trung thành của sinh viên và các bên liên quan khác.

- Tạo dựng cộng đồng thương hiệu trực tuyến: khuyến khích sinh viên và cựu sinh viên chia sẻ trải nghiệm học tập lên mạng xã hội, phát động các chiến dịch hashtag liên quan đến thương hiệu trường (#WeAreXUniversity); tổ chức sự kiện trực tuyến kết nối sinh viên, cựu sinh viên, tạo cảm giác thuộc về.

- Tối ưu hóa kênh số hóa và truyền thông kỹ thuật số: tận dụng hình thức tiếp thị sử dụng nền tảng social media, người ảnh hưởng, email, SEO, SEM... để mở rộng sự hiện diện; thúc đẩy các giá trị: minh bạch, trách nhiệm xã hội, kết nối và sáng tạo trong toàn bộ các hoạt động truyền thông số; chú trọng phản hồi thời gian thực từ sinh viên qua mạng xã hội, từ đó điều chỉnh thông điệp và dịch vụ phù hợp.

- Quản trị thương hiệu số theo hướng toàn diện: từ các yếu tố nền (lịch sử, tổ chức, sự liên kết, uy tín, cơ sở hạ tầng, giáo dục) được phân tích trong bài viết này, việc quản trị thương hiệu số nên ưu tiên truyền thông hình ảnh ban lãnh đạo trường, những giảng viên nổi bật và có sức ảnh hưởng; tăng cường nội dung giáo dục số hóa (hội thảo online, chứng chỉ quốc tế...); định kỳ đánh giá thương hiệu số thông qua công cụ phân tích mạng xã hội, Google Analytics, khảo sát sinh viên...

Bên cạnh đó, các trường đại học cũng có thể đổi mới với một số thách thức trong xây dựng thương hiệu số như nội dung do người dùng tạo trên mạng xã hội có thể ảnh hưởng tiêu cực đến thương hiệu trường đại học nếu không được theo dõi sát và xử lý kịp thời, hiệu quả; để duy trì các hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu số hiệu quả, Trường cần đầu tư vào nhân sự chuyên trách digital marketing và công nghệ; thương hiệu số trường đại học không chỉ cạnh tranh trong nước mà còn quốc tế, đòi hỏi

chiến lược sáng tạo liên tục.

4. Kết luận

Đại học là đại diện của khu vực tri thức chuyên sâu của nền kinh tế. Vận dụng lý thuyết thương hiệu trường đại học trong xây dựng thương hiệu số không chỉ là chuyển đổi hình thức mà còn là tái định nghĩa cách thức quản trị bản sắc, giá trị và trải nghiệm. Để xây dựng một thương hiệu mạnh, các trường đại học cần nâng cao nhận thức về sự tồn tại và chất lượng dịch vụ giáo dục của mình để tạo sự khác biệt nhằm gia tăng lợi thế cạnh tranh. Trong bối cảnh chuyển đổi số, việc này cần được chuyển hóa thành hành động cụ thể trên nền tảng số, tích hợp chặt chẽ giữa quản trị tổ chức và công nghệ truyền thông hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bulgakova. A. M, Vertinova. A. A, Pashuk. R. N (2022). *University brand: Factors, tools and main tendencies of development information about authors*. Independent journal of management & production (IJM&P). v.13, n.4, Special Edition CIMEE - June 2022. <http://dx.doi.org/10.14807/ijmp.v13i4.1915>
- [2] Hue Minh Thi Hoang, Loc My Thi Nguyen, Kien Trung Nguyen, Truong Quang Dinh, Lua Thi Tran (2023). *Factors Affecting University Brand Management in Vietnam: An Exploratory Study at Private Universities in Hanoi*. Vietnam Journal of Education, Volume 7, Special Issue, 252-262. <https://doi.org/10.52296/vje.2023.261>
- [3] Irshad. M (2024). *An examination of website factors affecting branding of universities*. <https://www.emerald.com/insight/2050-7003.htm>
- [4] Nguyễn Thu Hương & Nguyễn Thị Thu Hương (2021). *Những yếu tố của thương hiệu trường đại học và sự ảnh hưởng tới bản sắc nhà trường: Nghiên cứu trường hợp khoa Các khoa học liên ngành, Đại học Quốc gia Hà Nội (VNU-SIS)*. Khoa học Thương mại. Số 160/2021
- [5] Nguyễn Hồng Quân và cộng sự (2020). *Xây dựng thương hiệu số của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0*. Báo cáo Tổng kết đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ.
- [6] Nguyễn Thanh Phong, Nguyễn Mạnh Tuấn (2017). *Tiếp cận trao đổi xã hội trong chia sẻ tri thức ở cộng đồng trực tuyến – Tình huống tại cộng đồng sức khỏe ở Thành phố Hồ Chí Minh*. Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ, tập 20, số Q4-2017.
- [7] Pacheco. A. Y (2024). *Branding in the Digital Age (2024)*. https://www.researchgate.net/publication/377063549_Branding_in_the_Digital_Age_2024.
- [8] Yaping. X et al (2023). *University brand: A systematic literature review*. Heliyon 9 (2023) e16825. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16825>
- [9] Yoganathan, V., Roper, S., McLeay, F. and Machado, J.C. (2020). *Branding in the Digital Age: A '2020' Vision for Brand Management*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/intr-02-2020-555/full/html>
- [10] Escamilla, O. (2018). *Digital branding: What is it and how can it be developed?* <https://enosta.com/insights/digital-branding>
- [11] Steenkamp. P (2019). *Aaker versus Keller's models: much ado about branding*. <https://www.researchgate.net/publication/341909107>

Thông tin về tác giả



Nguyễn Thị Trường Hân:

- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu)
- + Cử nhân Tâm lý Giáo dục - 2004 (Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh);
- + Thạc sĩ Tâm lý học - 2010 (Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh);
- + Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh (Hiện đang học - Dự kiến tốt nghiệp: tháng 4/2026) (Đại học Tài chính - Marketing).
- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan):
- + Giảng viên cơ hữu Trường Đại học Tài chính - Marketing (Khoa Quản trị Kinh doanh);
- + Thỉnh giảng một số Trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh: Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Bách khoa Thành phố Hồ Chí Minh (chương trình Liên kết quốc tế), Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh...
- Lĩnh vực quan tâm: Tâm lý học ứng dụng, Quản trị Nhân sự, Phát triển bền vững;
- Điện thoại: 0938356435

NGƯỜI DẪN CHƯƠNG TRÌNH ẢO (MC ẢO) TRONG GIÁO DỤC THỜI KỲ 4.0

VIRTUAL MC IN EDUCATION IN ERA 4.0

Dương Khánh Chen¹, Võ Khương Duy², Nguyễn Anh Duy², Ngô Hồ Anh Khoa¹

¹Trường Đại học Nam Cần Thơ, Việt Nam;

²Adhightech Ltd, Viet Nam

Duong Khanh Chen¹, Vo Khuong Duy², Nguyen Anh Duy², Ngo Ho Anh Khoa¹

¹Nam Can Tho University, Viet Nam

²Adhightech Ltd, Viet Nam

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Dương Khánh Chen (email: duongchen211@gmail.com)

Tóm tắt - Trong bối cảnh công nghệ 4.0, giáo dục truyền thống bộc lộ hạn chế trong việc đáp ứng nhu cầu học tập linh hoạt và cá nhân hóa. Công nghệ tạo MC ảo (Virtual MC technology) nổi lên như một giải pháp giáo dục hiện đại, hỗ trợ tạo lớp học ảo tương tác, dễ tiếp cận, đặc biệt trong giáo dục trực tuyến. Bài báo tổng quan về công nghệ MC ảo, bao gồm nguyên lý hoạt động và các thành phần như xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP), chuyển văn bản thành giọng nói (TTS), đồng bộ hóa khẩu hình (Lip-Sync), mô hình ngôn ngữ lớn (LLM), và Hoạt họa khuôn mặt (Face Animation). Ba công nghệ tiêu biểu được phân tích là Roop (face swap), VietTTS (TTS tiếng Việt), và SadTalker (hoạt ảnh khuôn mặt). Nghiên cứu tổng hợp tài liệu khoa học và ứng dụng thực tế, chỉ ra lợi ích của MC ảo như cá nhân hóa bài giảng, tiết kiệm chi phí, mở rộng cơ hội học tập, và tái sử dụng nội dung. Tuy nhiên, thách thức bao gồm hạ tầng kỹ thuật, tính sẵn sàng của người học, và chất lượng nội dung. Báo cáo này giới thiệu về công nghệ tiên tiến và ứng dụng của nó vào giáo dục không chỉ sâu vào cải tiến của trong kỹ thuật, đề xuất hướng triển khai bền vững tạo MC ảo từ ảnh thành video, nhấn mạnh tiềm năng của MC ảo trong nâng cao chất lượng giáo dục hiện đại

Từ khóa - Công nghệ tạo MC ảo (Virtual MC technology), giáo dục trực tuyến, công nghệ giáo dục, trí tuệ nhân tạo

1. Giới thiệu

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, với trí tuệ nhân tạo (AI) là động lực cốt lõi, đang tạo ra những thay đổi sâu sắc trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, và giáo dục không phải là ngoại lệ [26]. Bối cảnh giáo dục hiện đại đối mặt với nhiều thách thức và cơ hội mới trong kỷ nguyên số. Các phương pháp giảng dạy truyền thống, mặc dù vẫn giữ vai trò nền tảng, đôi khi gặp khó khăn trong việc thu hút sự chú ý, duy trì động lực và đáp ứng nhu cầu học tập đa dạng của người học trong một thế giới ngày càng kết nối và phụ thuộc vào công nghệ [19]. Nhu cầu đổi mới phương pháp giảng dạy, tăng cường tính tương tác, cá nhân hóa lộ trình học tập và mở rộng khả năng tiếp cận giáo dục chất lượng cao trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết [39]

Trong bối cảnh đó, sự trỗi dậy của các công nghệ AI tiên tiến đã mở ra những hướng đi mới đầy hứa hẹn. Các công cụ AI đang dần được tích hợp vào môi trường giáo dục dưới nhiều hình thức, từ hệ thống quản lý học tập thông minh, công cụ chấm điểm tự động, đến các trợ lý ảo và gia sư AI [12]. Một trong những ứng dụng nổi bật và thu hút

Abstract - In the context of Industry 4.0, traditional education shows limitations in meeting the needs of flexible and personalized learning. Virtual MC technology has emerged as a modern educational solution, supporting the creation of interactive, accessible virtual classrooms, especially in online education. This report introduces advanced technology and its application in education without going into my technical innovations. The article provides an overview of virtual MC technology, including its operating principles and components such as natural language processing (NLP), text-to-speech (TTS), lip-sync (Lip-Sync), large language modeling (LLM), and Face Animation. The three typical technologies analyzed are Roop (face swap), VietTTS (Vietnamese TTS), and SadTalker (face animation). The study synthesizes scientific documents and practical applications, indicating the benefits of virtual MC such as personalizing lectures, saving costs, expanding learning opportunities, and reusing content. However, challenges include technical infrastructure, learner readiness, and content quality. The article proposes a sustainable implementation direction for creating virtual MC from photos to videos, emphasizing the potential of virtual MC in improving the quality of modern education

Keywords - Virtual MC technology, online education, educational technology, artificial intelligence

sự quan tâm gần đây là công nghệ MC ảo (Virtual Master of Ceremonies) hay avatar AI, được tạo ra bằng cách chuyển đổi hình ảnh tĩnh thành video động có khả năng trình bày, biểu cảm và tương tác [17]. Sự phát triển của các mô hình học sâu, đặc biệt là trong lĩnh vực thị giác máy tính và xử lý ngôn ngữ tự nhiên, đã cho phép tạo ra các MC ảo ngày càng chân thực và linh hoạt, hứa hẹn mang lại những thay đổi đáng kể trong cách thức truyền đạt và tiếp nhận kiến thức.

MC ảo, trong ngữ cảnh giáo dục, có thể được hiểu rộng hơn là một dạng của "Tác nhân Sư phạm" (Pedagogical Agent - PA). PA được định nghĩa là các nhân vật ảo được thể hiện trên màn hình, được thiết kế để tương tác với người học nhằm mục đích hỗ trợ và thúc đẩy quá trình học tập [21]. Các tác nhân này có thể đảm nhận nhiều vai trò khác nhau trong môi trường học tập, chẳng hạn như người hướng dẫn (tutor), người tạo động lực (motivator), người bạn học (peer), hoặc người điều phối (facilitator), cung cấp các góc nhìn đa dạng và tạo ra một môi trường học tập phong phú, hấp dẫn [35]. Mục tiêu chính của PA là tạo ra một không

gian học tập thú vị, an toàn và sáng tạo, đồng thời hỗ trợ người học vượt qua khó khăn, đạt được mục tiêu học tập và nâng cao năng lực tự chủ [35].

Nghiên cứu trong nhiều thập kỷ qua đã chỉ ra rằng PA có thể mang lại những tác động tích cực đến kết quả học tập của học sinh [40]; [34]), đặc biệt là đối với học sinh K-12 và những người có kiến thức nền tảng thấp [34]. Chúng cũng được chứng minh là có khả năng cải thiện sự tham gia và động lực học tập của người học [34]. Hiệu ứng "Persona Effect" cho thấy rằng sự hiện diện của một tác nhân hoạt hình có thể tác động tích cực đến cảm xúc và khả năng ghi nhớ của người học [23].

Tuy nhiên, cần nhận thấy rằng vai trò của AI trong giáo dục đang phát triển vượt ra ngoài các tác nhân trình bày đơn thuần. Sự tiến bộ của AI đang làm mờ ranh giới giữa một MC ảo chỉ đọc kịch bản và một gia sư AI có khả năng tương tác, cung cấp phản hồi cá nhân hóa và thích ứng với tiến độ của người học [12]. Do đó, khi thảo luận về "MC ảo" trong báo cáo này, khái niệm này được đặt trong bối cảnh rộng hơn của các tác nhân AI giáo dục, bao hàm cả tiềm năng phát triển từ vai trò trình bày thụ động sang vai trò tương tác sự phạm chủ động hơn.

Việc tạo ra một MC ảo từ một hình ảnh tĩnh duy nhất là một thành tựu kỹ thuật phức tạp, đòi hỏi sự kết hợp của nhiều công nghệ AI tiên tiến, chủ yếu dựa trên các mô hình học sâu (Deep Learning). Quy trình này thường bao gồm các thành phần công nghệ cốt lõi sau.

Một trong những yếu tố quan trọng giúp tăng tính cá nhân hóa và sự hấp dẫn của MC ảo là khả năng thay đổi diện mạo khuôn mặt theo yêu cầu người dùng. Điều này đặc biệt hữu ích trong các tình huống như giảng dạy, truyền thông cá nhân hóa hoặc nội dung giải trí, nơi khuôn mặt của MC có thể được thay thế bằng khuôn mặt của giáo viên, người dùng hoặc một nhân vật cụ thể. Hoán đổi/Tạo khuôn mặt (Face Swap/Generation). Nếu cần thay đổi khuôn mặt của MC ảo bằng một khuôn mặt cụ thể, công nghệ hoán đổi khuôn mặt (face swap) như Roop sẽ được sử dụng. Công nghệ này thường dựa trên Mạng đối nghịch Sinh tạo (Generative Adversarial Networks - GANs) để tạo ra các hình ảnh khuôn mặt tổng hợp một cách chân thực.

Bên cạnh hình ảnh, yếu tố âm thanh đóng vai trò then chốt trong việc tạo nên trải nghiệm chân thực cho MC ảo. Khả năng phát ngôn nội dung một cách tự nhiên giúp MC ảo dễ tiếp cận hơn với người xem, đồng thời tạo cảm giác giao tiếp hai chiều. Tổng hợp giọng nói (Text-to-Speech - TTS). Để MC ảo có thể "nói", văn bản kịch bản cần được chuyển đổi thành âm thanh giọng nói. Các hệ thống TTS hiện đại, như VietTTS cho tiếng Việt, sử dụng các mô hình học sâu để tạo ra giọng nói tự nhiên, có ngữ điệu và cảm xúc.

Tuy nhiên, văn bản đầu vào cho TTS không phải lúc nào cũng được viết sẵn. Đây là lúc các mô hình ngôn ngữ lớn (LLM) như Gemini của Google phát huy vai trò quan trọng. Gemini không chỉ có khả năng hiểu ngữ cảnh, mà còn có thể tạo ra nội dung linh hoạt, phù hợp với người dùng hoặc tình huống cụ thể. Khi kết hợp với TTS, MC ảo có thể tự động tạo ra lời dẫn, kịch bản, hoặc mô phỏng hội thoại, thay vì chỉ phát lại nội dung có sẵn.

Để tạo ra trải nghiệm MC ảo sống động và chân thực, việc đồng bộ chuyển động khuôn mặt với giọng nói là một yếu tố then chốt. Khi MC ảo "nói", khán giả không chỉ nghe thấy âm thanh mà còn kỳ vọng thấy được biểu cảm khuôn mặt phù hợp, như khẩu hình miệng, ánh mắt, hoặc nhướn mày. Đây chính là vai trò của công nghệ hoạt hình khuôn mặt điều khiển bằng âm thanh. Các hệ thống hiện đại như SadTalker có thể nhận đầu vào là một ảnh tĩnh (chân dung) và một tệp âm thanh TTS, sau đó tạo ra video hoạt hình khuôn mặt với các cử động tự nhiên và đồng bộ hoàn toàn với nội dung âm thanh. Công nghệ này hoạt động bằng cách ánh xạ các đặc trưng âm thanh (như độ cao, năng lượng, tốc độ nói) sang các tham số chuyển động khuôn mặt, bao gồm khẩu hình, chuyển động mắt, nhúu mày, và cả chuyển động đầu. Nền tảng kỹ thuật phía sau thường là các mô hình 3D như 3D Morphable Models (3DMM) kết hợp với mạng nơ-ron học sâu.

Sự kết hợp của các công nghệ này cho phép tạo ra các video MC ảo từ một hình ảnh duy nhất, mở ra khả năng sản xuất nội dung video giáo dục nhanh chóng và linh hoạt hơn so với các phương pháp truyền thống. Báo cáo này giới thiệu về công nghệ tiên tiến và ứng dụng của nó vào giáo dục không đi sâu vào cải tiến của tôi trong kỹ thuật. Sự kết hợp của các công nghệ này cho phép tạo ra các video MC ảo từ một hình ảnh duy nhất, mở ra khả năng sản xuất nội dung video giáo dục nhanh chóng và linh hoạt hơn so với các phương pháp truyền thống.

2. Các hệ thống MC ảo hiện nay

Lịch sử của MC ảo trong giáo dục gắn liền với sự phát triển của các tác nhân sự phạm (PA) và công nghệ tổng hợp giọng nói (TTS). Những nghiên cứu tiên phong về PA từ cuối những năm 1990 đã khám phá tác động của các nhân vật ảo lên cảm xúc và hiệu quả học tập của sinh viên. Các hệ thống TTS ban đầu, mặc dù còn hạn chế về tính tự nhiên, đã đặt nền móng cho việc tạo ra các giao diện học tập có khả năng "nói" [37]. Sự phát triển của đồ họa máy tính và hoạt hình 3D cũng đóng góp vào việc tạo ra các nhân vật ảo ngày càng phức tạp và biểu cảm hơn [43].

Bước ngoặt quan trọng đến với sự bùng nổ của học sâu (Deep Learning) trong thập kỷ qua. Các mô hình như Mạng đối nghịch Sinh tạo (GANs) đã cách mạng hóa khả năng tổng hợp hình ảnh chân thực, bao gồm cả khuôn mặt người (Goodfellow et al, 2014), tạo tiền đề cho công nghệ face swap và tạo avatar thực tế. Đồng thời, các mô hình TTS dựa trên mạng nơ-ron sâu như Tacotron 2 [31] và WaveNet [30] đã đạt được chất lượng giọng nói gần như tương đương với con người. Trong lĩnh vực hoạt hình khuôn mặt, các phương pháp học sâu mới cho phép tạo ra chuyển động môi và biểu cảm đồng bộ với âm thanh một cách tinh vi hơn từ một hình ảnh duy nhất. Các nghiên cứu gần đây tập trung vào việc tạo ra các chuyển động toàn diện hơn, bao gồm cả cử chỉ đầu và các sắc thái biểu cảm tinh tế, nhằm tăng cường tính chân thực và hấp dẫn.

Trên thế giới, các tập đoàn công nghệ lớn như Meta , Microsoft , Google và các công ty khởi nghiệp như Hour One , D-ID , HeyGen đang tích cực phát triển và thương mại hóa công nghệ tạo avatar AI cho nhiều lĩnh vực, bao gồm cả đào tạo và giáo dục. Các nghiên cứu học thuật tiếp

tục khám phá hiệu quả sự phạm của các tác nhân ảo này, tập trung vào các yếu tố như thiết kế tác nhân , loại phản hồi (nhận thức và cảm xúc) , và tác động lên kết quả học tập, động lực và tải nhận thức. Vai trò của AI trong việc hỗ trợ gia sư con người cũng đang được nghiên cứu, cho thấy tiềm năng hợp tác giữa người và máy.

Các nền tảng mã nguồn mở cung cấp khả năng linh hoạt, tùy biến cao và chi phí thấp, thích hợp cho nghiên cứu, thử nghiệm hoặc phát triển sản phẩm nội bộ.

Bảng 2: Tổng quan về các mã nguồn mở

Công nghệ	Ưu điểm chính	Hạn chế	Giá cả
Avatarify	Real-time face animation	Không có TTS	Miễn phí
Wav2Lip	Lip-sync chính xác	Không real-time	Miễn phí
OpenTalk	Avatar 3D, AI chat	Cần máy mạnh	Miễn phí
Rasa	NLP mạnh mẽ	Không hỗ trợ hình ảnh	Miễn phí
Tacotron 2	TTS chất lượng cao	Khó tích hợp real-time	Miễn phí
DeepFaceLive	Face swap real-time	Cấu hình cao, khó dùng	Miễn phí
FaceFX (free)	Lip sync cho game	Giới hạn tính năng	Miễn phí

Các sản phẩm thương mại thường nhắm đến người dùng cuối hoặc doanh nghiệp, cung cấp giao diện thân thiện, tính năng trọn gói và hỗ trợ kỹ thuật.

Bảng 3: Tổng quan về các nền tảng thương mại

Sản phẩm	Ưu điểm chính	Hạn chế	Giá cả
Synthesia	Đề dùng, nhiều ngôn ngữ	Ít tùy chỉnh, phụ thuộc cloud	30–500 USD/tháng
Hour One	MC từ hình ảnh người thật	Giới hạn bản miễn phí	Từ 30 USD/tháng
D-ID	Animation từ ảnh tĩnh	Không hỗ trợ avatar 3D	Có gói free
HeyGen	Video + TTS đề dùng	Giới hạn template, tự thể	29–225 USD/tháng
iClone + Character Creator	MC 3D chuyên nghiệp	Yêu cầu kỹ năng đồ họa	199–799 USD + add-ons
DeepBrain AI	MC siêu thực truyền hình	Không công khai	Theo hợp đồng doanh nghiệp

		giá	
Synthesys	TTS + video AI đề dùng	Thiếu tùy chỉnh 3D	Từ 27 USD/tháng
MocapX/Rokoko	Motion capture chính xác	Cần phần mềm hỗ trợ	Phải mua thiết bị riêng
MetaHuman + Live Link	Nhân vật siêu thực miễn phí	Yêu cầu kỹ thuật cao	Yêu cầu kỹ thuật cao

Đề tài này với khả năng tạo MC ảo từ ảnh tĩnh và tính linh hoạt trong việc tổng hợp hình ảnh và giọng nói, các công nghệ này không chỉ thay đổi cách thức giảng dạy mà còn mang lại những giải pháp sáng tạo và hiệu quả vượt trội so với các mã nguồn khác trong việc phát triển các tác nhân sự phạm ảo. Báo cáo này giới thiệu về công nghệ tiên tiến và ứng dụng của nó vào giáo dục không đi sâu vào cải tiến của tôi trong kỹ thuật.

3. Cơ sở lý thuyết của công nghệ MC ảo

Công nghệ MC ảo, một bước đột phá trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo và xử lý hình ảnh, cho phép tạo ra các video chân thực với khuôn mặt được hoán đổi hoặc tái tạo, mang lại trải nghiệm sống động và ứng dụng đa dạng trong giải trí, truyền thông và giáo dục. Công nghệ hoán đổi khuôn mặt (FaceSwap), nền tảng cho các công cụ như Roop, chủ yếu dựa vào kiến trúc Mạng đối nghịch sinh tạo (Generative Adversarial Networks - GANs) được giới thiệu bởi Goodfellow và cộng sự [38].

Nguyên lý cơ bản Một mô hình GAN bao gồm hai mạng nơ-ron cạnh tranh nhau. Mạng Sinh (Generator - G) cố gắng tạo ra dữ liệu giả (ví dụ hình ảnh khuôn mặt hoán đổi) trông giống như dữ liệu thật. Nó học cách ánh xạ từ một không gian nhiễu tiềm ẩn (latent noise space) hoặc từ dữ liệu đầu vào có điều kiện (ví dụ đặc trưng khuôn mặt nguồn và đích) sang không gian dữ liệu thực. Mạng Phân biệt (Discriminator - D) cố gắng phân biệt giữa dữ liệu thật (từ tập huấn luyện) và dữ liệu giả do Mạng Sinh tạo ra. Nó được huấn luyện như một bộ phân loại nhị phân.

Quá trình huấn luyện đối kháng hai mạng được huấn luyện đồng thời. Mạng Sinh học cách tạo ra dữ liệu ngày càng tốt hơn để "đánh lừa" Mạng Phân biệt, trong khi Mạng Phân biệt học cách trở nên giỏi hơn trong việc phát hiện hàng giả. Quá trình này đạt đến trạng thái cân bằng (Nash equilibrium) khi Mạng Sinh tạo ra dữ liệu giả không thể phân biệt được với dữ liệu thật. Hàm mục tiêu (objective function) của GAN thường được biểu diễn dưới dạng một trò chơi minimax

$$V(D,G)=E_{x\sim p_{\text{data}}(x)}[\log \log D(x)]+E_{z\sim p_z(z)}\left[\log \log \left(1-D(G(z))\right)\right]$$

Trong đó x là dữ liệu thật, z là nhiễu đầu vào, G(z) là dữ liệu do Mạng Sinh tạo ra, D(x) là xác suất Mạng Phân biệt dự đoán x là thật, và D(G(z)) là xác suất Mạng Phân biệt dự đoán G(z) là thật.

Ứng dụng trong FaceSwap Trong face swap, GANs [1] được huấn luyện để tách biệt đặc trưng nhận dạng (identity features) khỏi các đặc trưng khác như biểu cảm, tư thế, ánh sáng (attribute features). Sau đó, chúng kết hợp đặc trưng nhận dạng của khuôn mặt nguồn với các đặc trưng thuộc tính của khuôn mặt đích để tạo ra khuôn mặt hoán đổi [20].

Bên cạnh hình ảnh, giọng nói cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra các nhân vật ảo chân thực. Công nghệ Tổng hợp tiếng nói (Text-to-Speech - TTS), như VietTTS, đã đạt được những bước tiến đáng kể nhờ các mô hình học sâu [42]. Khác với các hệ thống truyền thống dựa trên nối đoạn âm thanh (unit selection) hoặc mô hình thống kê tham số như Hidden Markov Models (HMMs), vốn tạo ra giọng nói thiếu tự nhiên hoặc giống "robot" [31], các mô hình end-to-end hiện đại ánh xạ trực tiếp từ văn bản sang biểu diễn âm thanh như mel-spectrogram, sau đó tổng hợp sóng âm. Các mô hình như Tacotron và Tacotron 2 sử dụng kiến trúc sequence-to-sequence với cơ chế tập trung (attention) để học tương ứng giữa văn bản và âm thanh [31], trong khi FastSpeech và FastSpeech 2 cải thiện tốc độ tổng hợp bằng kiến trúc Transformer và dự đoán độ dài âm vị song song (Ren et al., 2019). Đồng thời, các bộ vocoder nơ-ron như WaveNet, WaveGlow và HiFi-GAN nâng cao chất lượng sóng âm, với WaveNet sử dụng mạng tích chập nhân quả để mô hình hóa phân phối xác suất của mẫu âm thanh tiếp theo dựa trên các mẫu trước đó [30].

$$p(x) = \prod_{t=1}^T p(x_1, \dots, x_{t-1})$$

Trong đó $x=(x_1,\dots,x_T)$ $x = (x_1, \dots, x_T)$ $x=(x_1,\dots,x_T)$ là chuỗi sóng âm. Các mô hình vocoder dựa trên GAN (như HiFi-GAN) hoặc Flow (như WaveGlow) đạt được tốc độ tổng hợp nhanh hơn nhiều so với WaveNet. Thích ứng cho Ngôn ngữ Ít Tài nguyên Đối với tiếng Việt, việc huấn luyện các mô hình lớn này từ đầu đòi hỏi lượng lớn dữ liệu chất lượng cao, vốn rất tốn kém để thu thập [42]. Kỹ thuật tinh chỉnh (fine-tuning) hoặc thích ứng (adaptation) từ các mô hình được huấn luyện trước trên ngôn ngữ nhiều tài nguyên (như tiếng Anh) đã chứng tỏ hiệu quả cao, giúp giảm đáng kể yêu cầu về dữ liệu mà vẫn đạt được chất lượng tốt [42].

Về mặt ngôn ngữ, việc xây dựng kịch bản tự nhiên và linh hoạt cho MC ảo đòi hỏi các mô hình ngôn ngữ mạnh mẽ có khả năng hiểu và tạo sinh văn bản theo ngữ cảnh. Để tạo nội dung, kịch bản cho MC, sử dụng công nghệ mô hình ngôn ngữ lớn (Large Language Models – LLM) đa phương thức do Google AI phát triển dựa trên kiến trúc Transformer và Mixture of Experts (MoE). Không chỉ là một mô hình đơn lẻ, Gemini bao gồm nhiều phiên bản với kích thước và năng lực khác nhau như Gemini Ultra, Gemini Pro, và Gemini Nano, được tối ưu cho các môi trường từ trung tâm dữ liệu hiệu năng cao đến các thiết bị di động tiết kiệm tài nguyên.

Việc tạo ra hoạt hình khuôn mặt đồng bộ với âm thanh (lip-sync và biểu cảm) là yếu tố then chốt cho tính chân thực của MC ảo [20]. Mục tiêu Ánh xạ các đặc trưng âm thanh [27] sang các chuyển động khuôn mặt tương ứng (hình dạng miệng, chuyển động hàm, biểu cảm mắt, chuyển động đầu).

Dựa trên Landmark 2D/Flow Các phương pháp ban đầu hoặc một số phương pháp hiện tại dự đoán trực tiếp vị trí các điểm mốc (landmarks) trên khuôn mặt 2D hoặc các trường dòng chảy quang học (optical flow) từ âm thanh, sau đó sử dụng các điểm mốc/flow này để làm biến dạng hình ảnh [33]. Hạn chế là không gian 2D này thường phức tạp và các chuyển động dễ bị rời (coupled) [33].

Dựa trên Mô hình tham số 3D (3DMM) Các phương pháp như SadTalker [33] sử dụng Mô hình khuôn mặt biến đổi 3D (3D Morphable Model - 3DMM) [8]. 3DMM biểu diễn khuôn mặt 3D bằng một tập hợp các tham số cho hình dạng (shape), biểu cảm (expression), và tư thế (pose). Ưu điểm là các tham số này thường tách biệt (disentangled) hơn so với không gian 2D. Nhiệm vụ trở thành việc học cách dự đoán các tham số 3DMM (đặc biệt là biểu cảm và tư thế) từ âm thanh. SadTalker sử dụng các mạng riêng biệt (ExpNet, PoseVAE) cho việc này [33].

Mô hình sinh toàn diện (Holistic Generation) Các phương pháp mới nhất như VASA-1 [33] sử dụng các mô hình sinh mạnh mẽ (như diffusion models) để tạo ra động lực học khuôn mặt và chuyển động đầu một cách toàn diện hơn trong không gian tiềm ẩn, thay vì cố gắng tách biệt hoàn toàn các yếu tố.

Với sự phát triển mạnh mẽ của các công nghệ như FaceSwap dựa trên GANs, tổng hợp tiếng nói TTS, LLM, và mô hình hoạt ảnh khuôn mặt 3DMM, chúng ta đã chứng kiến sự tiến bộ vượt bậc trong việc tạo ra các MC ảo chân thực và sống động. Báo cáo này giới thiệu về công nghệ tiên tiến và ứng dụng của nó vào giáo dục không chỉ sâu vào cải tiến của tôi trong kỹ thuật. Các công nghệ này không chỉ giúp tách biệt các đặc trưng nhận dạng, biểu cảm và tư thế mà còn cho phép đồng bộ hoàn hảo giữa âm thanh và hình ảnh. Kết hợp lại, tổng hòa các công nghệ trên đã mở ra khả năng tạo ra MC ảo từ một bức ảnh tĩnh, không chỉ có khuôn mặt giống thật mà còn biết nói, biểu cảm và tương tác linh hoạt như con người.

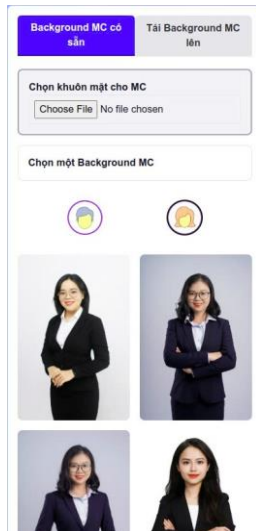
4. Ứng dụng công nghệ vào giáo dục

MC ảo có thể đóng vai trò là người thuyết trình chính hoặc phụ trợ trong việc cung cấp bài giảng, giới thiệu chủ đề mới, giải thích các khái niệm phức tạp, hoặc tóm tắt nội dung chính [24]. Việc sử dụng hình ảnh và giọng nói có thể làm cho bài học trở nên hấp dẫn và dễ tiếp cận hơn, đặc biệt trong môi trường học trực tuyến hoặc kết hợp. Các nền tảng thương mại như Synthesia và HeyGen được thiết kế chủ yếu cho mục đích này. Sự hiện diện của một MC ảo, ngay cả khi không tương tác phức tạp, có thể làm tăng sự chú ý và hứng thú của người học. Các avatar có biểu cảm và giọng nói truyền cảm có thể tạo ra kết nối cảm xúc tốt hơn. Khả năng tương tác làm tăng mức độ tham gia chủ động của học sinh. Các yếu tố trò chơi hóa (gamification) tích hợp với avatar cũng có thể nâng cao động lực.

Ứng dụng MC ảo tận dụng công nghệ hoán đổi khuôn mặt (FaceSwap), Công nghệ tổng hợp tiếng nói (Text-to-Speech - TTS) và đồng bộ với âm thanh (lip-sync và biểu cảm) để tạo ra một giảng viên ảo sinh động với giọng nói tự nhiên hỗ trợ việc giảng dạy. Cho phép người dùng tạo các MC ảo từ hình ảnh thành video. Với giao diện thân thiện, ứng dụng tạo MC ảo hỗ trợ upload hình ảnh để tạo

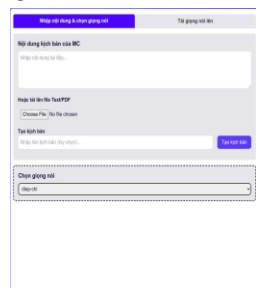
MC và cho phép người dùng upload hình ảnh để thay đổi khuôn mặt của MC đó, hỗ trợ tạo giọng nói từ văn bản.

Để thực hiện tạo MC ảo từ ảnh, đầu tiên người dùng chọn background MC có sẵn hoặc nạp background MC mong muốn. Sau đó người dùng có thể chọn khuôn mặt cho MC để thực hiện hoán đổi khuôn mặt (FaceSwap) cho background MC đã chọn.



Hình 1: Chọn ảnh MC và khuôn mặt cần đổi cho MC

Bước tiếp theo người dùng có thể tự soạn kịch bản cho MC, nạp kịch bản có sẵn hoặc sử dụng hoặc tạo kịch bản dựa vào mô hình ngôn ngữ lớn (LLM) của Gemini. Khi đã có kịch bản người dùng có thể chọn các giọng AI có sẵn để hoàn thành quá trình tạo nội dung cho MC.



Hình 2: Giao diện chuyển đổi văn bản thành giọng nói

Cuối cùng chúng ta được kết quả đầu ra là một video MC như sau.



Hình 3: kết quả

Công nghệ tạo MC ảo từ ảnh thành video, dù là dưới dạng tác nhân sự phạm phức tạp hay người trình bày ảo đơn giản, đều mang lại nhiều tiềm năng ứng dụng trong các khía cạnh khác nhau của giáo dục, từ giảng dạy trực tiếp đến quản lý và

hướng nghiệp. Báo cáo này giới thiệu về công nghệ tiên tiến và ứng dụng của nó vào giáo dục không đi sâu vào cải tiến của tôi trong kỹ thuật. Công nghệ này không chỉ hỗ trợ việc giảng dạy mà còn mở ra khả năng cá nhân hóa trải nghiệm học tập, tạo điều kiện cho các phương pháp học tập linh hoạt và sáng tạo.

5. Kết luận

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, công nghệ MC ảo đã và đang khẳng định vai trò quan trọng trong lĩnh vực giáo dục. Với sự kết hợp của các công nghệ tiên tiến như AI, TTS, LLM, FaceSwap, Lip-sync và NLP, MC ảo không chỉ là một công cụ hỗ trợ giảng dạy mà còn là một nhân tố đổi mới trong cách thức truyền đạt và tiếp cận tri thức. Việc ứng dụng MC ảo mang lại nhiều lợi ích thiết thực như tăng tính tương tác, cá nhân hóa trải nghiệm học tập, hỗ trợ quản lý lớp học, tiết kiệm chi phí và mở rộng khả năng tiếp cận giáo dục ở mọi vùng miền. Tuy nhiên, để công nghệ này phát huy tối đa hiệu quả, cần có sự đầu tư đúng mức về hạ tầng, đào tạo kỹ năng công nghệ cho giáo viên và học sinh, đồng thời chú trọng đến khía cạnh đạo đức, bảo mật và tính minh bạch trong sử dụng dữ liệu. Trong tương lai gần, MC ảo hứa hẹn sẽ trở thành một phần không thể thiếu trong hệ sinh thái giáo dục số, giúp hiện thực hóa mục tiêu học tập suốt đời và giáo dục mọi lúc, mọi nơi. Đặc biệt, khả năng tạo MC ảo từ ảnh thông qua các công nghệ như FaceSwap và Lip-sync đã mở ra một hướng tiếp cận sáng tạo, cho phép tùy chỉnh hình ảnh và giọng nói để phù hợp với từng bối cảnh giảng dạy. Báo cáo này giới thiệu về công nghệ tiên tiến và ứng dụng của nó vào giáo dục, không đi sâu vào cải tiến của tôi trong kỹ thuật. Việc nghiên cứu và triển khai MC ảo trong giáo dục không chỉ là xu thế tất yếu, mà còn là một bước tiến quan trọng để nâng cao chất lượng dạy và học, đáp ứng nhu cầu của thời đại mới. Với sự hỗ trợ từ các công cụ mã nguồn mở và nền tảng thương mại đang phát triển nhanh chóng, MC ảo sẽ ngày càng trở nên phổ biến, dễ tiếp cận và hữu ích hơn trong thực tiễn giáo dục hiện đại.





TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Agarwal, P., Bansal, M., Cheema, M. A., & Mittal, A. "DeepFaceLab: A Tool For Realistic Face Swapping." arXiv, 2019, <https://arxiv.org/abs/1912.00018>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [2] Appel, M., & Prietzel, F. "Fake News, Deepfakes, and the Digital Self." Current Opinion in Psychology, 2022, <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101330>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [3] Arguedas, M., & Daradoumis, T. "The effect of pedagogical agents on student engagement and motivation in online learning environments." Computers & Education, 2021, <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104283>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [4] Babiker, A., Hewage, C., & Corn, D. "Deepfakes, Misinformation, and Disinformation in Digital Media: A Review." Journal of Cyber Security and Privacy, 2024, <https://doi.org/10.3390/jcp4010001>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [5] Baker, R. S. "Data mining for education." International Encyclopedia of Education, 2010, <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-044894-7.01318-X>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [6] Barnes, E. "Open-Source AI Is Changing Higher Ed For Better or Worse." VKTR, 2025, <https://www.vktr.com/ai-disruption/open-source-ai-is-changing-higher-ed-for-better-or-worse/>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [7] Baylor, A. L., & Plant, E. A. "Pedagogical agents as learning companions." Educational Technology Research and Development,

- 2005, <https://doi.org/10.1007/BF02504685>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [8] Blanz, V., & Vetter, T. "A morphable model for the synthesis of 3D faces." *Proceedings of the 26th Annual Conference on Computer Graphics and Interactive Techniques*, 1999, <https://doi.org/10.1145/311535.311556>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [9] Bocklisch, T., Faulkner, J., Pawlowski, N., & Nichol, A. "Rasa: Open source language understanding and dialogue management." *arXiv*, 2017, <https://arxiv.org/abs/1712.05109>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [10] Bower, M., Howe, C., McCredie, N., Robinson, A., & Grover, D. "Augmented reality in education—cases, places and potentials." *Educational Media International*, 2014, <https://doi.org/10.1080/09523987.2014.889400>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [11] Brown, T. B., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J., Dhariwal, P., ... & Amodei, D. "Language models are few-shot learners." *Advances in Neural Information Processing Systems*, 2020, <https://papers.nips.cc/paper/2020/file/1457c0d6bfc4967418bfb8ac142f64a-Paper.pdf>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [12] Chine, P., Hmelo-Silver, C. E., & Ertmer, P. A. "Promoting teacher learning about AI-supported learning environments: A review of the literature." *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 2022, <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2022.100061>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [13] Clark, R. C., & Mayer, R. E. "E-learning and the science of instruction: Proven guidelines for consumers and designers of multimedia learning." *John Wiley & Sons*, 2016, <https://doi.org/10.1002/9781119239086>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [14] Devlin, J., Chang, M. W., Lee, K., & Toutanova, K. "Bert: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding." *arXiv*, 2019, <https://arxiv.org/abs/1810.04805>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [15] Floridi, L., Cows, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., ... & Vayena, E. "AI4People—An Ethical Framework for a Good AI Society: Opportunities, Risks, Principles, and Recommendations." *Minds and Machines*, 2018, <https://doi.org/10.1007/s11023-018-9482-5>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [16] Fryer, R. G., & Howard-Noveck, M. "High-dosage tutoring and reading achievement: A randomized controlled trial." *NBER Working Paper No. 27977*, 2020, <https://doi.org/10.3386/w27977>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [17] HeyGen. "AI Video Generator." *AutoGPT*, 2024, <https://autogpt.net/heygen-review-is-it-worth-it/>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [18] Hochreiter, S., & Schmidhuber, J. "Long short-term memory." *Neural Computation*, 1997, <https://doi.org/10.1162/neco.1997.9.8.1735>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [19] Hwang, G. J., Wu, P. H., & Chen, C. C. "An online game approach for improving students' learning performance in science courses." *Computers & Education*, 2012, <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.05.008>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [20] Jiang, D., Chang, J., You, L., Bian, S., Kosk, R., & Maguire, G. "Audio-Driven Facial Animation with Deep Learning: A Survey." *Information*, 2024, <https://doi.org/10.3390/info15110675>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [21] Johnson, W. L., & Lester, J. C. "Face-to-face pedagogical agents." *International Handbook of the Learning Sciences*, 2016, <https://doi.org/10.4324/9781315617572>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [22] Jurafsky, D., & Martin, J. H. "Speech and language processing (3rd ed.)." *Pearson*, 2023, <https://web.stanford.edu/~jurafsky/slp3/>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [23] Lester, J. C., Converse, S. A., Kahler, S. E., Barlow, S. T., Stone, B. A., & Bhogal, R. S. "The personaYEAR effect: Affective impact of animated pedagogical agents." *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1997, <https://doi.org/10.1145/258549.258797>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [24] Moreno, R., & Mayer, R. E. "Interactive multimodal learning environments." *Educational Psychology Review*, 2007, <https://doi.org/10.1007/s10648-007-9047-2>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [25] Pai, J. C., Chen, H. L., & Ko, C. C. "Effects of an intelligent tutoring system on students' mathematics learning performance and learning motivation." *Interactive Learning Environments*, 2020, <https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1593199>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [26] Popenici, S. A., & Kerr, S. "Exploring the impact of artificial intelligence on teaching and learning in higher education." *Research and Practice in Technology Enhanced Learning*, 2017, <https://doi.org/10.1186/s41039-017-0062-8>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [27] Prajwal, K. R., Mukhopadhyay, R., Namboodiri, V. P., & Jawahar, C. V. "A lip sync expert is all you need for speech to talking head synthesis in the wild." *Proceedings of the 28th ACM International Conference on Multimedia*, 2020, <https://doi.org/10.1145/3394171.3413536>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [28] Russell, S., & Norvig, P. "Artificial intelligence: A modern approach (4th ed.)." *Pearson Education*, 2020, <https://www.pearson.com/store/p/artificial-intelligence-a-modern-approach/P100000143964>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [29] Selwyn, N. "Is technology good for education?" *John Wiley & Sons*, 2016, <https://doi.org/10.1002/9781118768747>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [30] van den Oord, A., Dieleman, S., Zen, H., Simonyan, K., Vinyals, O., Graves, A., ... & Kavukcuoglu, K. "Wavenet: A generative model for raw audio." *arXiv*, 2016, <https://arxiv.org/abs/1609.03499>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [31] Wang, Y., Skerry-Ryan, R., Stanton, D., Wu, Y., Weiss, R. J., Jaitly, N., ... & Chorowski, J. "Tacotron: Towards end-to-end speech synthesis." *arXiv*, 2017, <https://arxiv.org/abs/1703.10135>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [32] Westerlund, M. "The Emergence of Deepfake Technology: A Review." *Technology Innovation Management Review*, 2019, <https://doi.org/10.22215/timreview/1282>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [33] Zhang, E., Song, Y., Tan, X., Liu, J., Zhang, Z., Zhao, D., & Lin, L. "SadTalker: Learning Realistic 3D Motion Coefficients for Stylized Audio-Driven Single Image Talking Face Animation." *Proceedings of the IEEE/CVF Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR)*, 2023, https://openaccess.thecvf.com/content/CVPR2023/papers/Zhang_SadTalker_Learning_Realistic_3D_Motion_Coefficients_for_Stylized_Audio-Driven_Single_CVPR_2023_paper.pdf. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [34] Zhang, S., Jaldi, C. D., Schroeder, N. L., López, A. A., Gladstone, J. R., & Heidig, S. "Pedagogical agent design for K-12 education: A systematic review." *Computers & Education*, 2024, <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2024.105165>. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [35] Hsien-Sheng Hsiao, Yi-Wei Lin, Kuen-Yi Lin, Chien-Yu Lin, Jheng-Han Chen & Jyun-Chen Chen. "Using robot-based practices to develop an activity that incorporated the 6E model to improve elementary school students' learning performances." *Taylor & Francis*, 2019, Using robot-based practices to develop an activity that incorporated the 6E model to improve elementary school students' learning performances: *Interactive Learning Environments*: Vol 30 , No 1 - Get Access .Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [36] Popenici & Kerr. "Exploring the impact of artificial intelligence on teaching and learning in higher education." *pubmed*, 2017, Exploring the impact of artificial intelligence on teaching and learning in higher education - PubMed. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [37] Gibbon, D., Mertins, I., & Moore, R. K. "Handbook of Standards and Resources for Spoken Language Systems". *Walter de Gruyter*, 1998, Handbook of Standards and Resources for Spoken Language Systems - Google Sách. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [38] Ian J. Goodfellow, Jean Pouget-Abadie, Mehdi Mirza, Bing Xu, David Warde-Farley, Sherjil Ozair, Aaron Courville, Yoshua Bengio. "Generative Adversarial Networks." *Arxiv*, 2014, [1406.2661] Generative Adversarial Networks. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [39] Petare, P. A., Shamim, M., Gupta, T., Verma, R., & Singh, G. "Exploring The Impact of Virtual Learning Environments on Student Engagement and Academic Achievement." 2023, Exploring-The-Impact-of-Virtual-Learning-Environments-on-Student-Engagement-and-Academic-Achievement.pdf. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [40] Kim, Y., Baylor, A. L., & Shen, E. "Pedagogical Agents as Learning Companions: The Role of Agent Competency and Type of

- Interaction.*" Springer natur link, vol. 54, 2006,
- [41]Pedagogical Agents as Learning Companions: The Role of Agent Competency and Type of Interaction | Educational technology research and development. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [42]NGUYEN Thi Thu Trang, NGUYEN Hoang Ky, PHAM Quang Minh and VU Duy Manh. " *Vietnamese Text-To-Speech Shared Task VLSP 2020: Remaining problems with state-of-the-art techniques.*" paperswithcode, 2020, VLSP 2020-TTS. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [43]Parke, F. I., & Waters, K. Computer Facial Animation. AK Peters/CRC Press, 1996, Computer facial animation : Parke, Frederic I : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive. Truy cập 29 tháng 4, 2025.
- [44]Ren, Y., Ruan, Y., Tan, X., Qin, T., Zhao, S., Zhou, Z., & Liu, T. Y. " *Fastspeech: Fast, robust and controllable text to speech.*" Advances in Neural Information Processing Systems, vol. 32, 2019, <https://papers.nips.cc/paper/2019/file/f2a879a23dd303c47307c232a3d27d2c-Paper.pdf>. Truy cập 29 tháng 4, 2025

Thông tin về tác giả

	<p>Dương Khánh Chen:</p> <p>Trường Đại học Nam Cần Thơ</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: Khoa học máy tính, Trí tuệ nhân tạo;</p> <p>Liên lạc: duongchen211@gmail.com</p>
	<p>Võ Khương Duy:</p> <p>Cử nhân ngành CNTT (Trường Đại học Nam Cần Thơ). Giám đốc công nghệ của Adhightech Ltd., Vietnam.</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: công nghệ robotics, công nghệ AI, AI hardware.</p> <p>Liên lạc: vokhuongduy@adhigtechn.com</p>
	<p>Nguyễn Anh Duy:</p> <p>Cử nhân ngành CNTT (Trường Đại học Nam Cần Thơ). Giám đốc dự án Adhightech Ltd., Vietnam.</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: máy học (ML), công nghệ AI.</p> <p>Liên lạc: nguyenanhduy@adhigtechn.com</p>
	<p>Ngô Hồ Anh Khoa: Tiến sĩ năm 2021 và Thạc sĩ năm 2017 ngành CNTT (Đại Học Paris-Saclay, Pháp); hiện là nghiên cứu viên tại Quantmetry, Pháp.</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: ứng dụng và triển khai AI, đặc biệt là Generative AI trong các ngành.</p> <p>Liên lạc: contact@ngohoanhkhoa.info hoặc ngohoanhkhoa@gmail.com</p>

MÔ HÌNH QUẢN LÝ DỮ LIỆU ĐA PHƯƠNG THỨC TRONG TRUYỀN THÔNG GIÁO DỤC ĐẠI HỌC THỜI KỲ CHUYỂN ĐỔI SỐ

A MODEL FOR MULTIMODAL DATA MANAGEMENT IN HIGHER EDUCATION COMMUNICATION IN THE DIGITAL TRANSFORMATION ERA

Nguyễn Thanh Huy*, Đậu Huy Minh

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Thanh Huy*, Đậu Huy Minh

University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi Minh City

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyễn Thanh Huy (email: thanhhuyngh@hcmussh.edu.vn)

Tóm tắt - Sự gia tăng về khối lượng và sự đa dạng của dữ liệu đa phương thức trong truyền thông giáo dục đại học đặt ra những thách thức quản lý đáng kể trong bối cảnh chuyển đổi số, cản trở việc tích hợp và phân tích hiệu quả. Sử dụng tiếp cận diễn giải, nghiên cứu này giải quyết khoảng trống đó bằng cách đề xuất một mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức toàn diện, đặc biệt cho bối cảnh truyền thông đại học, với kiến trúc ba tầng bao gồm: (1) tầng thu thập dữ liệu tích hợp đa nguồn; (2) tầng xử lý trung tâm tập trung vào quản lý metadata chuẩn hóa và annotations phong phú, phụ thuộc thời gian; và (3) tầng ứng dụng hỗ trợ quyết định. Điểm cốt lõi của mô hình là sự phụ thuộc vào một ontology chung và hệ thống kết nối ngữ nghĩa để đảm bảo tích hợp dữ liệu có ý nghĩa giữa các định dạng và kênh. Mô hình được đề xuất cung cấp một khung cấu trúc để chuyển đổi dữ liệu đa phương thức phân mảnh thành một cơ sở tri thức tích hợp, giàu ngữ nghĩa. Điều này cho phép giám sát toàn diện hơn, phân tích sâu hơn về hiệu quả truyền thông, đồng thời hỗ trợ việc ra quyết định chiến lược dựa trên dữ liệu. Nghiên cứu này đóng góp một khung lý thuyết mới và các xem xét thực tiễn cho các cơ sở giáo dục đại học đang đối mặt với sự phức tạp của truyền thông số, mở đường cho việc quản trị dựa trên dữ liệu mạnh mẽ hơn trong truyền thông đại học và xác định các lĩnh vực chính cho nghiên cứu tương lai, bao gồm kiểm định thực nghiệm, phát triển ontology và tích hợp AI tiên tiến.

Từ khóa - Quản lý dữ liệu đa phương thức, truyền thông giáo dục đại học, chuyển đổi số đại học, ontology và tích hợp ngữ nghĩa, hỗ trợ quyết định dựa trên dữ liệu

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số là một trong bảy định hướng chiến lược đưa đất nước bước vào kỷ nguyên vươn mình của dân tộc [1]. Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ tại các cơ sở giáo dục đại học, hoạt động truyền thông ngày càng tạo ra khối lượng dữ liệu khổng lồ và đa dạng về phương thức, bao gồm văn bản, hình ảnh, âm thanh, video và các tương tác số. Sự gia tăng này mang lại cơ hội chưa từng có để hiểu sâu hơn về hiệu quả truyền thông và tác động của nó, nhưng đồng thời cũng đặt ra những thách thức quản lý đáng kể.

Dữ liệu đa phương thức thường phân mảnh, thiếu cấu trúc chuẩn hóa và nằm rải rác trên nhiều hệ thống, gây khó khăn cho việc tích hợp, phân tích và khai thác hiệu quả để hỗ trợ ra quyết định chiến lược. Các phương pháp quản lý dữ liệu truyền thống tỏ ra không đủ linh hoạt và mạnh mẽ để xử lý sự phức tạp và tính liên kết ngữ nghĩa tiềm ẩn

Abstract - The increasing volume and diversity of multimodal data in higher education communication poses significant management challenges in the context of digital transformation, hindering effective integration and analysis. Using an interpretive approach, this study addresses this gap by proposing a comprehensive multimodal data management model, specifically for the university communication context, with a three-tier architecture comprising: (1) an integrated multi-source data collection tier; (2) a central processing tier focusing on standardized metadata management and rich, time-dependent annotations; and (3) a decision-support application tier. The core of the model relies on a common ontology and semantic connection system to ensure meaningful data integration across formats and channels. The proposed model provides a structured framework for transforming fragmented multimodal data into an integrated, semantically enriched knowledge base. This enables more comprehensive monitoring, deeper analysis of communication effectiveness, while supporting data-driven strategic decision-making. This research contributes a new theoretical framework and practical considerations for higher education institutions facing digital communication complexities, paving the way for stronger data-driven governance in university communication and identifying key areas for future research, including empirical validation, ontology development, and advanced AI integration.

Keywords - Multimodal data management, higher education communication, digital transformation in higher education, ontology and semantic integration, data-driven decision support

trong loại dữ liệu này.

Nhận thức được khoảng trống đó, nghiên cứu này đề xuất một mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức toàn diện, được thiết kế đặc biệt cho bối cảnh truyền thông giáo dục đại học trong kỷ nguyên số. Mô hình này nhằm cung cấp một khung cấu trúc, dựa trên nền tảng ontology và tích hợp ngữ nghĩa, để biến đổi dữ liệu phân mảnh thành một cơ sở tri thức tích hợp, giàu ngữ nghĩa, qua đó cho phép giám sát, phân tích sâu hơn và hỗ trợ hiệu quả việc ra quyết định dựa trên dữ liệu trong hoạt động truyền thông đại học.

2. Lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Dữ liệu đa phương thức

Dữ liệu đa phương thức (multimodal data) là loại dữ liệu được tạo thành từ nhiều dạng khác nhau, bao gồm văn bản, hình ảnh, âm thanh và các dạng dữ liệu khác. Trong

bối cảnh phân tích tình cảm và truyền thông giáo dục đại học thời kỳ chuyển đổi số, việc quản lý và khai thác hiệu quả dữ liệu đa phương thức đóng vai trò quan trọng.

Dữ liệu đa phương thức được đặc trưng bởi tính đa dạng về nguồn gốc và định dạng. Dữ liệu có thể đến từ nhiều nguồn khác nhau, chẳng hạn như văn bản từ các cuộc hội thoại, hình ảnh trích xuất từ video, hoặc âm thanh từ giọng nói. Sự đa dạng này đòi hỏi phải có những phương pháp tiếp cận linh hoạt để quản lý và tích hợp hiệu quả các loại dữ liệu khác nhau vào một hệ thống chung.

Một yêu cầu quan trọng đối với dữ liệu đa phương thức là khả năng biểu diễn số hóa. Mỗi phương thức cần được chuyển đổi thành các vector đặc trưng số hóa để có thể xử lý bằng các mô hình máy học hoặc mạng neuron sâu. Ví dụ, văn bản thường được biểu diễn thông qua các mô hình như Word2Vec, GloVe hoặc BERT, giúp chuyển đổi ngữ nghĩa của từ ngữ và câu thành các vector trong không gian số. Đối với hình ảnh, các mô hình như VGG, ResNet, hoặc EfficientNet được sử dụng để trích xuất các đặc trưng quan trọng liên quan đến hình dạng, màu sắc, hoặc biểu cảm khuôn mặt. Trong khi đó, âm thanh thường được xử lý bằng các kỹ thuật như MFCC, Mel-Spectrogram, hoặc Wav2Vec để nắm bắt các đặc trưng âm học cơ bản và tần số tín hiệu.

Ngoài ra, sự tương tác giữa các phương thức cũng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì tính toàn vẹn của thông tin. Các mối quan hệ giữa các phương thức, chẳng hạn như sự đồng bộ giữa lời nói và biểu cảm khuôn mặt, cần được đảm bảo trong quá trình xử lý. Điều này giúp tạo ra một bức tranh tổng thể đầy đủ và chính xác hơn, phản ánh đúng bản chất của dữ liệu đa phương thức. Việc duy trì sự tương tác này không chỉ hỗ trợ cho việc phân tích dữ liệu mà còn nâng cao hiệu quả của các mô hình học sâu trong việc hiểu và dự đoán các hiện tượng phức tạp.

Việc biểu diễn đúng và hợp nhất hiệu quả các phương thức này không chỉ là bước tiền xử lý quan trọng mà còn quyết định hiệu quả của các mô hình học sâu như mạng tích chập đồ thị (GCN). Nếu một phương thức bị thiếu hoặc không chính xác, hiệu suất của toàn bộ hệ thống có thể bị suy giảm đáng kể.

Do đó, quản lý dữ liệu đa phương thức đòi hỏi phải có các công cụ và phương pháp tiên tiến, chẳng hạn như ontology chung và hệ thống kết nối ngữ nghĩa, để tích hợp và khai thác tối ưu các dạng dữ liệu khác nhau.

2.1.2. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan

Quản lý dữ liệu trong giáo dục đại học đã và đang là chủ đề được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm trong những năm gần đây. Nghiên cứu [2] chỉ ra rằng việc tích hợp và phân tích dữ liệu đa phương thức đang mở ra nhiều cơ hội mới để hiểu sâu hơn về quá trình dạy và học. Các tác giả khẳng định việc kết hợp nhiều nguồn dữ liệu khác nhau như dữ liệu theo dõi mắt (eye-tracking), tương tác trên hệ thống (clickstream) và video có thể giúp dự đoán kết quả học tập tốt hơn so với việc chỉ sử dụng một nguồn dữ liệu đơn lẻ.

Một nghiên cứu quan trọng [3] đề xuất khung quản lý dữ liệu đa phương thức tích hợp, kết hợp giữa các lớp dữ

liệu khoa học và các lớp quản lý. Mô hình này cho phép theo dõi nguồn gốc dữ liệu, đánh giá độ tương đồng giữa các nguồn và hỗ trợ các truy vấn phức tạp phục vụ nghiên cứu. Kết quả triển khai thực tế cho thấy khả năng xử lý hiệu quả với khối lượng lớn dữ liệu.

Về khía cạnh ứng dụng, nhiều trường đại học đã triển khai các hệ thống quản lý học tập (LMS) tích hợp phân tích học tập. Nghiên cứu [4] chỉ ra rằng việc phân tích dữ liệu tương tác của người học trên LMS có thể giúp dự đoán sớm nguy cơ bỏ học và đề xuất các can thiệp kịp thời. Tuy nhiên, các tác giả cũng chỉ ra thách thức trong việc tích hợp dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau và đảm bảo tính riêng tư của người dùng.

Mặc dù đã có nhiều tiến bộ, việc quản lý dữ liệu trong giáo dục đại học vẫn còn những thách thức cần giải quyết. Nghiên cứu [5] chỉ ra các rào cản chính bao gồm: khó khăn trong việc đồng bộ hóa dữ liệu từ nhiều nguồn, chi phí thiết bị và yêu cầu kỹ thuật cao, cũng như nhu cầu phát triển các khung phân tích phù hợp.

Xu hướng nghiên cứu hiện nay đang hướng tới việc phát triển các mô hình quản lý dữ liệu tích hợp, có khả năng mở rộng và tự động hóa cao. Nghiên cứu [6] nhấn mạnh tầm quan trọng của việc xây dựng các khung quản lý dữ liệu linh hoạt, có thể thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ và nhu cầu giáo dục. Điều này bao gồm việc tích hợp các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo và học máy vào quá trình quản lý và phân tích dữ liệu giáo dục.

2.1.3. Kiến trúc và công nghệ xử lý dữ liệu đa phương thức

Kiến trúc xử lý dữ liệu đa phương thức bao gồm nhiều giai đoạn, từ việc thu thập dữ liệu thông qua các thiết bị đa dạng (camera, micro, cảm biến) [7] cho đến giai đoạn ứng dụng. Đồng bộ hóa tín hiệu (ví dụ: MIDI Time Code) đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tính đa phương thức [7]. Quy trình ETL (Extract, Transform, Load) đã phát triển từ mô hình xử lý theo lô (batch) sang mô hình xử lý luồng (streaming) thời gian thực, bao gồm các bước: thu thập từ nguồn, nhập liệu (ingestion – ví dụ: Kafka), xử lý luồng (ví dụ: Flink, Spark), biến đổi thời gian thực và tải vào hệ thống lưu trữ [8].

Các kiến trúc thường được thiết kế theo lớp để quản lý độ phức tạp, ví dụ kiến trúc năm lớp cho cơ sở dữ liệu đám mây [9] hay bảy lớp cho quản lý năng lượng [10]. Kiến trúc FaaS (Function as a Service – ví dụ: AWS Lambdas), sử dụng các hàm riêng lẻ, mang lại tính linh hoạt và khả năng mở rộng cao hơn so với các hệ thống nguyên khối hay PaaS/SaaS truyền thống [11]. Việc triển khai thường dựa trên Infrastructure as Code (IaC) với Terraform hoặc Ansible [11].

Về lưu trữ, dữ liệu có cấu trúc thường dùng cơ sở dữ liệu quan hệ (SQL), còn dữ liệu phi cấu trúc dùng hồ dữ liệu (data lakes) hoặc NoSQL (MongoDB, Cassandra) [8,12]. Dữ liệu đồ thị ngữ nghĩa RDF được quản lý bằng RDF stores chuyên biệt, sử dụng các kỹ thuật lưu trữ khác nhau (bảng ba, phân vùng dọc, bảng thuộc tính, dựa trên đồ thị/tensor) và truy vấn bằng SPARQL [13]. Kho dữ liệu (data warehouses) lưu trữ dữ liệu đã xử lý cho phân tích [8]. Công nghệ xử lý còn bao gồm lập chỉ mục (indexing), xử lý truy vấn (query processing), phân vùng đồ thị (graph

partitioning), và các giao thức truy cập như API RESTful [10,13]. GCN cũng là một kiến trúc xử lý quan trọng cho dữ liệu đồ thị [14].

2.1.4. Học sâu và trí tuệ nhân tạo trong xử lý đa phương thức

Học sâu (Deep Learning - DL) và trí tuệ nhân tạo (AI) ngày càng quan trọng trong xử lý đa phương thức, đặc biệt là phân tích tình cảm. DL, một nhánh của học máy (ML), sử dụng mạng neuron nhiều lớp để học các biểu diễn dữ liệu phức tạp, tự động trích xuất đặc trưng từ dữ liệu thô như văn bản, hình ảnh, âm thanh [15,16].

Các mô hình DL phổ biến gồm: Mạng Neuron Tích chập (CNN) để trích xuất đặc trưng cục bộ; Mạng Neuron Hồi quy (RNN) và các biến thể như LSTM/BiLSTM để xử lý dữ liệu tuần tự và ngữ cảnh dài hạn [15,16]; Mô hình Transformer (đặc biệt là BERT) sử dụng cơ chế chú ý (attention) để nắm bắt quan hệ ngữ cảnh toàn câu [15,17]; và Mạng Tích chập Đồ thị (GCN) cho dữ liệu cấu trúc đồ thị [17,18], với cơ chế lan truyền thông tin giữa các nút lân cận thường được mô tả bởi công thức $H^{l+1} = \sigma(\tilde{D}^{-\frac{1}{2}} \tilde{A} \tilde{D}^{-\frac{1}{2}} H^{(l)} W^{(l)})$ trong đó $H^{(l)}$ là ma trận đặc trưng của các nút ở lớp l , $\tilde{A} = A + I$ là ma trận kề có thêm kết nối tự thân, \tilde{D} là ma trận bậc chuẩn hóa, $W^{(l)}$ là ma trận trọng số có thể học ở lớp l , và σ là hàm kích hoạt. Các mô hình lai kết hợp ưu điểm của nhiều kiến trúc (CNN-LSTM, BERT-BiLSTM, CNN trên BERT-GCN, Fuzzy-CNN-LSTM) cũng được đề xuất [15,17].

Hợp nhất (fusion) thông tin đa phương thức là thách thức lớn, bao gồm các kỹ thuật: Hợp nhất sớm (feature-level), Hợp nhất muộn (decision-level), Hợp nhất dựa trên Tensor, Hợp nhất mức từ (word-level), Hợp nhất dựa trên dịch (translation-based), và Hợp nhất dựa trên thao tác không gian đặc trưng [14,15]. Kỹ thuật dựa trên vật lý lượng tử cũng được khám phá [15].

AI/DL được ứng dụng trong phân tích tình cảm (cấp câu, cấp khía cạnh), nhận dạng tình cảm hội thoại, phát hiện tin giả, chủ thích siêu dữ liệu tự động [15,18–21]. Dù hiệu quả, DL đòi hỏi nhiều dữ liệu huấn luyện, nhạy cảm với dữ liệu mới, dễ overfitting và thường kém diễn giải hơn các thuật toán ML truyền thống (SVM, Naïve Bayes...) [16]. Việc lựa chọn kỹ thuật cần cân bằng giữa hiệu suất và khả năng diễn giải, đặc biệt trong giáo dục [2,16].

2.1.5. Ontology và ngữ nghĩa học trong quản lý dữ liệu

Ontology và ngữ nghĩa học là nền tảng quản lý dữ liệu, nhất là trong Web ngữ nghĩa (Semantic Web/Web 3.0), giúp máy móc "hiểu" được ý nghĩa dữ liệu, từ đó tăng khả năng chia sẻ, tái sử dụng và tích hợp [22,23].

Ontology là một đặc tả hình thức, tường minh của một khái niệm hóa được chia sẻ [22,23], định nghĩa các khái niệm, thuật ngữ và mối quan hệ trong một miền cụ thể bằng ngôn ngữ hình thức như OWL hoặc RDFS [12,22]. Công cụ như Protégé được dùng để xây dựng ontology [22]. Đồ thị tri thức (Knowledge Graphs - KGs), sử dụng RDF và URI, biểu diễn thực thể và quan hệ thể giới thực dưới dạng đồ thị [13,22], thường là các bộ ba có dạng (subject, predicate, object) hay (h, r, t) trong đó h (head)

là thực thể nguồn, t (tail) là thực thể đích và r (relation) là mối quan hệ liên kết $h \xrightarrow{r} t$; truy vấn bằng SPARQL [13].

Ngữ nghĩa siêu dữ liệu (Metadata Semantics) liên quan đến ý nghĩa các phần tử mô tả tài nguyên. Sự mơ hồ khái niệm và chồng chéo ngữ nghĩa (ví dụ: trong Dublin Core) là thách thức lớn, cản trở khả năng tương tác [24,25]. Việc áp dụng tiêu chuẩn cần có hướng dẫn sử dụng rõ ràng [24].

Tích hợp ngữ nghĩa (Semantic Integration) dùng ontologies làm mô hình chung hoặc ngôn ngữ trung gian để giải quyết sự không đồng nhất giữa các nguồn dữ liệu, đặc biệt trong khoa học vật liệu hay giao thông [12,23]. Suy luận tự động (Automated Reasoning) dựa trên quy tắc và tiên đề trong ontology để suy ra kiến thức mới, hỗ trợ trả lời câu hỏi và ra quyết định [26,27], dù việc suy luận quy mô lớn và xử lý sự không chắc chắn còn khó khăn [26]. Dữ liệu liên kết (Linked Data) sử dụng RDF và URI để xuất bản và kết nối dữ liệu có cấu trúc trên Web [13,22].

2.1.6. Hệ thống hỗ trợ quyết định trong giáo dục

Hệ thống hỗ trợ quyết định (DSS) là hệ thống thông tin tương tác được thiết kế nhằm hỗ trợ quá trình ra quyết định trong tổ chức [28]. Trong giáo dục, DSS ngày càng quan trọng do sự gia tăng dữ liệu từ các nền tảng học tập trực tuyến (LMS, MOOC) [16,29].

Phân tích dự báo (Predictive Analytics) đóng vai trò then chốt, sử dụng dữ liệu giáo dục để dự đoán hành vi hoặc kết quả học tập (nguy cơ bỏ học, hiệu suất), hỗ trợ can thiệp kịp thời [16,30]. Các kỹ thuật gồm Khai phá dữ liệu giáo dục (EDM), Phân tích học tập (LA), Học máy (ML), và Học sâu (DL) với các thuật toán như Hồi quy Logistic, Naïve Bayes, Cây quyết định [16,30].

Trực quan hóa dữ liệu (Data Visualization) giúp hiển thị thông tin và các mẫu một cách dễ hiểu, hỗ trợ giám sát hiệu suất, hiểu phong cách học, phân tích tình trạng khóa học, dự đoán bỏ học [29]. Các kỹ thuật gồm tọa độ song song, bảng điều khiển (dashboards), bản đồ nhiệt... [29,31]. Tuy nhiên, việc thiết kế các phương pháp trực quan hóa tương tác, hiệu quả và dễ hiểu còn đặt ra nhiều thách thức cần giải quyết [29].

DSS trong giáo dục còn có thể tích hợp các thành phần thông minh như Hệ thống dựa trên tri thức (KBS), Hệ chuyên gia, Tác tử thông minh để cung cấp hỗ trợ chủ động hơn [28]. Sự tích hợp giữa AI và Nghiên cứu hoạt động (OR - Operations Research) cũng là xu hướng quan trọng để giải quyết các vấn đề tối ưu hóa trong giáo dục [32].

Mục tiêu cuối cùng là hỗ trợ các bên liên quan (giảng viên, người học, quản lý) ra quyết định tốt hơn, nâng cao chất lượng dạy và học [29,30]. Tuy nhiên, quá trình triển khai đòi hỏi sự cân nhắc kỹ lưỡng về các khía cạnh kỹ thuật, đạo đức cũng như đặc thù của môi trường giáo dục [30].

2.2. Tiếp cận nghiên cứu

Nghiên cứu này áp dụng tiếp cận diễn giải (interpretive), dựa trên nền tảng lý thuyết vững chắc từ các lý thuyết về truyền thông và quản lý dữ liệu, nhằm phân tích sâu sắc các khía cạnh của dữ liệu đa phương thức trong truyền thông giáo dục đại học thời kỳ chuyển đổi số. Tiếp

cận diễn giải phù hợp với đặc thù của bài toán tích hợp dữ liệu phức tạp, vì nó cho phép xây dựng và vận dụng mô hình khái niệm một cách linh hoạt, chú trọng vào bối cảnh và ý nghĩa của thông tin, thay vì chỉ dựa vào số liệu định lượng hay các phương pháp kiểm định nghiêm ngặt. Các quan điểm diễn giải được lựa chọn nhằm hiểu rõ cách thức tổ chức và tương tác giữa các loại dữ liệu khác nhau.

Khung lý thuyết được xác lập làm nền tảng cho việc phát triển mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức, giúp định nghĩa rõ các khái niệm cốt lõi và mối liên hệ giữa chúng. Vai trò của mô hình hóa khái niệm là làm rõ các thành tố và cấu trúc cơ bản của hệ thống quản lý, góp phần hệ thống hóa kiến thức và hướng dẫn quá trình triển khai sau này. Từ đó, nghiên cứu đảm bảo tính logic và toàn vẹn trong việc phân tích và trình bày hệ thống dữ liệu phức tạp.

2.3. Phương pháp nghiên cứu cụ thể

Nghiên cứu bắt đầu bằng việc khảo sát tài liệu chuyên sâu, tổng hợp các lý thuyết và công trình liên quan đến quản lý dữ liệu đa phương thức, truyền thông giáo dục và chuyển đổi số. Trên cơ sở tổng hợp này, tác giả xây dựng khung lý thuyết cho mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức, xác định các khái niệm cơ bản, giả thuyết nghiên cứu và mối quan hệ giữa các thành phần. Khung lý thuyết đóng vai trò nền tảng để phát triển mô hình khái niệm, giúp định hướng quá trình phân tích dữ liệu và đặt ra các nguyên tắc cơ bản cho nghiên cứu.

Dựa vào khung lý thuyết, nghiên cứu tiến hành thiết kế mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức. Tiến trình thiết kế bao gồm việc xác định chi tiết các thành phần chính của mô hình như bộ thu thập dữ liệu, hệ thống lưu trữ, bộ xử lý và các lớp trình bày thông tin. Kiến trúc tổng thể của mô hình được xây dựng nhằm đảm bảo tính mở rộng, khả năng tích hợp và tối ưu hóa luồng dữ liệu. Trong bước này, mô hình cũng xác định cách thức phối hợp giữa các thành phần để đảm bảo tính linh hoạt và hiệu quả trong quản lý dữ liệu.

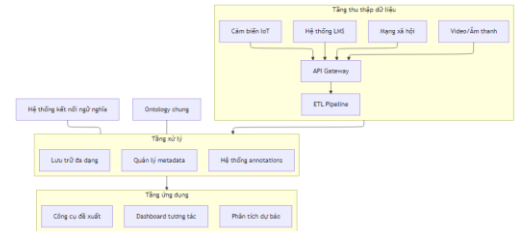
Trong quá trình phát triển mô hình, các công nghệ tiên tiến được tích hợp nhằm nâng cao năng lực xử lý dữ liệu đa phương thức. Ví dụ, kỹ thuật ontology được sử dụng để định nghĩa và quản lý hệ thống khái niệm, xác định quan hệ ngữ nghĩa giữa các loại dữ liệu. Trí tuệ nhân tạo (AI) và phương pháp học sâu (deep learning) được xem xét để xử lý các dạng dữ liệu phức tạp như hình ảnh, âm thanh và văn bản, hỗ trợ nhận dạng mẫu, phân tích ngôn ngữ tự nhiên và truy xuất thông tin thông minh. Sự kết hợp các công nghệ này nhằm tăng cường khả năng phân tích ngữ nghĩa và tự động hóa trong hệ thống, đồng thời đáp ứng yêu cầu về mở rộng và linh hoạt trong môi trường giáo dục số.

Cuối cùng, mô hình được mô phỏng và kiểm thử ở mức lý thuyết nhằm đánh giá tính khả thi và hiệu suất của thiết kế. Trong giai đoạn này, nghiên cứu sử dụng các kịch bản giả định và phương pháp mô phỏng để xác nhận luồng dữ liệu, đánh giá khả năng xử lý và tính toàn vẹn của hệ thống. Cần lưu ý rằng đây vẫn là nghiên cứu ở cấp độ khái niệm và chưa thực hiện thí nghiệm thực tế với dữ liệu thật. Kết quả bước đầu cho thấy mô hình có tính khả thi về mặt lý thuyết, đồng thời mở ra hướng nghiên cứu tương lai liên quan đến kiểm thử thực nghiệm và tối ưu hóa mô hình trong thực tế.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mô hình ba tầng quản lý dữ liệu

Mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức được thiết kế theo kiến trúc ba tầng, bao gồm tầng thu thập, tầng xử lý và tầng ứng dụng, được hỗ trợ bởi ontology chung và hệ thống kết nối ngữ nghĩa.



Hình 1. Kiến trúc tổng thể mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức

3.1.1. Tầng thu thập dữ liệu tích hợp đa nguồn

Kiến trúc đề xuất chú trọng đến tính linh hoạt, mở rộng và bảo mật thông tin. Sự đa dạng trong nguồn dữ liệu thu thập đảm bảo khả năng nắm bắt toàn diện các khía cạnh truyền thông giáo dục.

Về kiến trúc kỹ thuật, mô hình dựa trên sự kiện (event-driven architecture) với Apache Kafka làm nền tảng xử lý message broker trung tâm được áp dụng. Kiến trúc này cho phép xử lý dữ liệu theo thời gian thực với độ trễ thấp, đồng thời duy trì khả năng mở rộng cao. Mỗi nguồn dữ liệu được kết nối thông qua adapter chuyên biệt, trong khi các consumer process xử lý và định tuyến sự kiện đến tầng xử lý. Cách tiếp cận này cho phép các cơ sở giáo dục phản ứng nhanh hơn với các xu hướng truyền thông.

Để giải quyết thách thức đồng bộ hóa thông tin khi tương tác diễn ra trên nhiều kênh khác nhau, mô hình triển khai cơ chế đồng bộ hóa đa chiều dựa trên hệ thống timestamp thống nhất và vector đồng hồ. Cơ chế này đảm bảo khả năng tái tạo chính xác trình tự sự kiện trên nhiều kênh, cho phép phân tích tương quan giữa các chiến dịch truyền thông và phản hồi của đối tượng.

Về phương pháp thu thập, thu thập toàn diện áp dụng cho dữ liệu giá trị cao, thu thập chọn lọc cho dữ liệu khối lượng lớn, và thu thập lấy mẫu cho dữ liệu có chi phí thu thập cao. Cách tiếp cận này đảm bảo sử dụng hiệu quả tài nguyên mà vẫn duy trì giá trị phân tích.

Tầng thu thập triển khai API Gateway làm điểm truy cập thống nhất cho các nguồn dữ liệu API, cung cấp xác thực tập trung, hạn ngạch, chuyển đổi định dạng và ghi nhật ký. Connector framework linh hoạt được phát triển để tương tác với các hệ thống giáo dục đại học phổ biến và nền tảng truyền thông xã hội, hỗ trợ các chuẩn xác thực hiện đại và thích ứng với thay đổi API.

Sau khi thu thập, dữ liệu được xử lý qua pipeline tiền xử lý tự động thực hiện các nhiệm vụ như phát hiện dữ liệu trùng lặp, làm sạch, biến đổi định dạng, làm giàu thông tin và trích xuất đặc trưng ban đầu, chuẩn bị dữ liệu cho phân tích trong tầng xử lý.

Bảo mật và quản trị dữ liệu được thực hiện thông qua kiến trúc bảo mật đa lớp bao gồm mã hóa, xác thực đa yếu tố, kiểm soát truy cập dựa trên vai trò và giám sát toàn diện.

Cơ chế tuân thủ đáp ứng các quy định, bao gồm quản lý đồng ý, theo dõi mục đích sử dụng và ẩn danh. Hệ thống giám sát tự động đánh giá chất lượng dữ liệu theo tính đầy đủ, chính xác, kịp thời và nhất quán.

Để đảm bảo mở rộng và thích ứng, tầng thu thập được thiết kế theo kiến trúc microservices với các dịch vụ độc lập. Việc triển khai dựa trên containerization với Docker và Kubernetes cho phép quản lý hiệu quả, tự động mở rộng và tự phục hồi. Cơ chế elastic scaling tự động điều chỉnh tài nguyên theo tải, hữu ích trong các thời điểm cao điểm như đăng ký khóa học hoặc sự kiện lớn. Cơ sở hạ tầng được quản lý thông qua Infrastructure as Code, đảm bảo triển khai nhất quán.

Những đổi mới chính của tầng thu thập đề xuất bao gồm: kiến trúc hướng sự kiện thời gian thực, tích hợp đa nguồn toàn diện, cơ chế đồng bộ hóa đa chiều, phương pháp thu thập nhiều cấp độ, và tích hợp quản trị dữ liệu từ giai đoạn đầu.

3.1.2. Tầng xử lý

a. Quản lý metadata

Lược đồ metadata được thiết kế dựa trên sự kết hợp giữa tiêu chuẩn Dublin Core mở rộng và ontology chuyên biệt cho lĩnh vực giáo dục đại học. Cấu trúc này bao gồm bốn nhóm thông tin chính: metadata mô tả (tiêu đề, tác giả, chủ đề, từ khóa), metadata kỹ thuật (định dạng, độ phân giải, kích thước), metadata ngữ cảnh (thời gian, địa điểm, sự kiện liên quan) và metadata quản lý (quyền sở hữu, giấy phép, phạm vi tiếp cận). Mỗi nguồn dữ liệu được gán một định danh duy nhất để đảm bảo khả năng truy vết và liên kết chéo.

Hệ thống áp dụng các tiêu chuẩn ngành phù hợp với từng loại dữ liệu: IEEE LOM cho đối tượng học tập, Schema.org cho nội dung web, XMP cho tài liệu đa phương tiện và Apereo Caliper cho dữ liệu phân tích học tập. Việc áp dụng nhiều tiêu chuẩn được xử lý thông qua lớp trung gian chuyển đổi ngữ nghĩa, đảm bảo tính nhất quán trong toàn bộ hệ thống.

Quy trình tạo và quản lý metadata được tự động hóa ở mức độ cao. Metadata tĩnh được trích xuất trực tiếp từ dữ liệu gốc, trong khi metadata nội dung được tạo thông qua các kỹ thuật AI như nhận dạng đối tượng và trích xuất chủ đề. Công cụ Semantic Enrichment tự động phân tích ngữ nghĩa và thiết lập các liên kết giữa các đối tượng dữ liệu khác nhau, liên kết video bài giảng với tài liệu tham khảo, bình luận diễn đàn và dữ liệu phản hồi.

Cơ chế truy xuất đa dạng bao gồm API RESTful, GraphQL và SPARQL Endpoint, phục vụ nhiều mục đích khác nhau từ truy cập theo chương trình đến truy vấn ngữ nghĩa phức tạp.

b. Hệ thống annotations

Khác với metadata tĩnh, annotations thường liên quan đến các sự kiện, biểu hiện, hoặc đặc điểm cụ thể xảy ra tại một thời điểm hoặc khoảng thời gian xác định trong dữ liệu.

Kiến trúc annotations được thiết kế theo mô hình phân tầng, cho phép trích xuất thông tin từ thấp đến cao. Tầng thấp nhất bao gồm các đặc trưng cơ bản như biểu cảm

khuôn mặt, cử chỉ, và âm thanh. Tầng trung gian tập trung vào ngôn ngữ và hành vi như phiên âm lời nói, phân tích cú pháp, và phân đoạn chủ đề. Tầng cao nhất bao gồm các diễn giải ngữ cảnh như tình cảm, mức độ tương tác, và chất lượng thảo luận.

Quy trình tạo annotations kết hợp phương pháp tự động và thủ công. Các công nghệ AI tiên tiến được áp dụng cho mỗi phương thức: mô hình CNN và YOLO cho nhận dạng đối tượng và phân tích hình ảnh, BERT và XLNet cho xử lý ngôn ngữ tự nhiên, Wav2Vec 2.0 cho nhận dạng giọng nói và các mô hình đa phương thức như ViLBERT cho nội dung hỗn hợp. Giao diện gắn nhãn thủ công cho phép chuyên gia giáo dục xem xét, hiệu chỉnh và bổ sung annotations, với cơ chế phản hồi để cải thiện các mô hình tự động.

Hệ thống cấu trúc annotations theo các lớp liên kết (alignable tiers) cho phép đồng bộ hóa giữa các phương thức khác nhau. Điều này đặc biệt quan trọng khi phân tích mối tương quan giữa nội dung bài giảng, biểu cảm khuôn mặt của giảng viên và mức độ tương tác của người học. Format W3C Web Annotation Data Model được sử dụng để đảm bảo khả năng tương tác và tiêu chuẩn hóa.

Cấu trúc lưu trữ cho phép truy vấn hiệu quả các mẫu thời gian và không gian trong dữ liệu đa phương thức.

Đặc biệt, hệ thống annotations hỗ trợ kỹ thuật Multimodal Fusion, kết hợp thông tin từ nhiều phương thức để tạo ra hiểu biết toàn diện hơn. Các phương pháp được áp dụng bao gồm feature-level fusion sử dụng Transformer và Attention Mechanism, decision-level fusion kết hợp dự đoán từ các mô hình chuyên biệt và hybrid fusion cho các trường hợp phức tạp. Phương pháp này giúp phát hiện các mẫu phức tạp như sự không nhất quán giữa ngôn ngữ lời nói và ngôn ngữ cơ thể, hoặc sự chuyển đổi chủ đề trong các cuộc thảo luận.

So với các hệ thống annotations truyền thống, giải pháp đề xuất mang lại những cải tiến quan trọng: khả năng xử lý dữ liệu đa phương thức đồng bộ thay vì từng phương thức riêng biệt; tự động hóa cao với AI hiện đại; cấu trúc dữ liệu tối ưu cho truy vấn thời gian thực; và hỗ trợ phân tích mối tương quan giữa các phương thức.

3.1.3. Tầng ứng dụng hỗ trợ ra quyết định

Tầng này khai thác dữ liệu từ tầng thu thập và tầng xử lý để cung cấp các công cụ phân tích, trực quan hóa và đề xuất phục vụ nhiều đối tượng người dùng khác nhau.

Mỗi thành phần nhằm giải quyết các khía cạnh khác nhau của quá trình ra quyết định trong truyền thông giáo dục đại học.

Bảng điều khiển tương tác cung cấp giao diện trực quan hóa tổng hợp, hiển thị các chỉ số hiệu suất truyền thông theo thời gian thực. Hệ thống tích hợp các biểu đồ đa chiều cho phép phân tích xu hướng tương tác trên các kênh truyền thông khác nhau, từ website đến mạng xã hội. Bảng điều khiển được thiết kế theo nguyên tắc responsive, thích ứng với nhiều thiết bị và hỗ trợ tương tác linh hoạt như lọc (filtering), khoan sâu (drill-down) và tổng hợp (roll-up). Công nghệ D3.js và Tableau được áp dụng để tạo ra các trực quan hóa động, trong khi WebSocket đảm bảo cập nhật

dữ liệu theo thời gian thực.

Hệ thống phân tích dự báo áp dụng các mô hình học sâu để dự đoán hiệu quả chiến dịch truyền thông và các xu hướng tương lai. Kiến trúc kết hợp LSTM (Long Short-Term Memory) để nắm bắt các mẫu thời gian và GCN (Graph Convolutional Networks) để mô hình hóa mối quan hệ giữa các thực thể trong mạng lưới truyền thông. Mô hình được huấn luyện trên dữ liệu lịch sử về chiến dịch truyền thông, phản hồi của đối tượng và các yếu tố bối cảnh như thời điểm học kỳ hoặc sự kiện đặc biệt. Hệ thống có thể dự đoán các chỉ số như tỷ lệ tương tác, phạm vi tiếp cận, và tác động đến các mục tiêu chiến lược (như số lượng đăng ký, mức độ nhận thức thương hiệu). Đặc biệt, mô hình được thiết kế để xử lý dữ liệu đa phương thức, kết hợp thông tin văn bản, hình ảnh và hành vi để tạo ra dự báo toàn diện hơn.

Công cụ đề xuất thông minh dựa trên thuật toán Collaborative Filtering và Content-Based Filtering để cung cấp các đề xuất cá nhân hóa về chiến lược truyền thông. Hệ thống phân tích mẫu phản hồi từ các đối tượng truyền thông khác nhau (người học tiềm năng, người học hiện tại, cựu người học, đối tác) và đề xuất nội dung, kênh và thời điểm phù hợp nhất cho từng phân khúc. Ví dụ, dựa trên phân tích tình cảm đa phương thức từ phản hồi của người học về một chương trình đào tạo, hệ thống có thể đề xuất điều chỉnh nội dung truyền thông, nhấn mạnh các khía cạnh tích cực và giải quyết các mối quan ngại. Cơ chế học tăng cường (Reinforcement Learning) được tích hợp để tối ưu hóa các đề xuất theo thời gian dựa trên hiệu quả thực tế của các chiến dịch truyền thông.

Tầng ứng dụng cũng tích hợp các tính năng hỗ trợ quyết định chuyên biệt cho các nhóm người dùng khác nhau. Đối với nhà quản lý cấp cao, hệ thống cung cấp báo cáo tổng hợp về hiệu quả truyền thông theo các mục tiêu chiến lược của tổ chức. Đối với nhóm tiếp thị và truyền thông, công cụ phân tích chi tiết về hiệu suất chiến dịch và công cụ lập kế hoạch được cung cấp. Đối với giảng viên và nhà nghiên cứu, hệ thống hỗ trợ phân tích sâu về tương tác và phản hồi đối với nội dung học thuật.

Giao diện người dùng được phát triển với React và Angular, hỗ trợ tương tác mượt mà và thân thiện. Backend sử dụng các API RESTful và GraphQL để truy xuất dữ liệu, với bộ nhớ đệm Redis để tối ưu hóa hiệu suất. Các tính năng AI phức tạp được triển khai dưới dạng dịch vụ độc lập, có thể mở rộng theo nhu cầu tính toán. Kiến trúc này đảm bảo khả năng mở rộng, linh hoạt và dễ dàng cập nhật các tính năng mới.

Đặc điểm nổi bật của tầng ứng dụng là khả năng tích hợp ngữ cảnh giáo dục vào quá trình ra quyết định. Hệ thống không chỉ xem xét các chỉ số truyền thông thông thường (như lượt xem, lượt thích) mà còn phân tích mối tương quan với các mục tiêu giáo dục (như kết quả học tập, tỷ lệ hoàn thành khóa học). Điều này cho phép các nhà quản lý giáo dục hiểu rõ hơn về tác động thực sự của các chiến lược truyền thông đối với sứ mệnh chính của tổ chức.

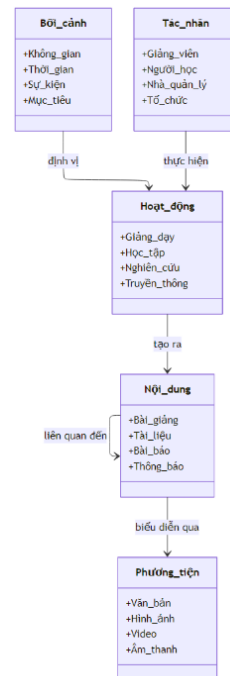
So với các hệ thống hỗ trợ quyết định truyền thống trong giáo dục, tầng ứng dụng đề xuất có những ưu điểm đáng kể: khả năng xử lý dữ liệu đa phương thức để nắm bắt

đầy đủ nội dung và ngữ cảnh truyền thông; mô hình dự báo tiên tiến kết hợp cả yếu tố thời gian và mối quan hệ mạng lưới; tính năng đề xuất cá nhân hóa dựa trên cả lịch sử tương tác và nội dung; và tích hợp chặt chẽ với các mục tiêu giáo dục của tổ chức.

3.2. Hệ thống hỗ trợ

3.2.1. Ontology chung

Ontology chung được phát triển theo phương pháp modular với năm lớp khái niệm chính tương tác với nhau như minh họa trong sơ đồ trên. Cấu trúc này cho phép mô tả toàn diện các thực thể và mối quan hệ trong hệ sinh thái truyền thông giáo dục đại học, đồng thời duy trì tính linh hoạt để phát triển và mở rộng.



Hình 2. Năm lớp khái niệm chính và mối quan hệ ngữ nghĩa giữa chúng trong ontology đề xuất

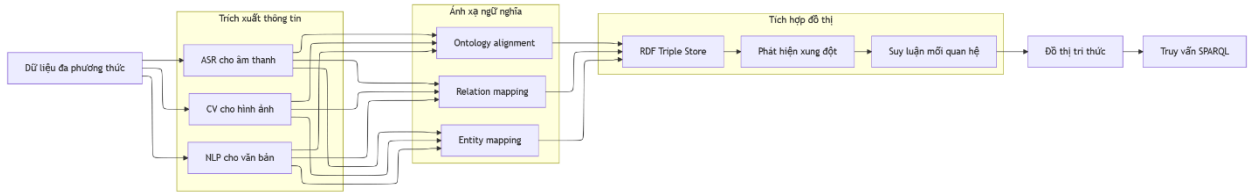
Ontology được mô hình hóa bằng OWL 2, cung cấp khả năng biểu diễn ngữ nghĩa phong phú và suy luận tự động. Công cụ Protégé được sử dụng để phát triển và quản lý ontology, với Pellet Reasoner để kiểm tra tính nhất quán và suy luận. Quy trình phát triển tuân theo phương pháp luận lặp, liên tục cải tiến dựa trên phản hồi từ các chuyên gia lĩnh vực và người dùng.

Để đảm bảo khả năng tương tác, ontology được ánh xạ với các tiêu chuẩn và từ vựng phổ biến như FOAF, Dublin Core, Schema.org và IEEE LOM. Khả năng biểu diễn mối quan hệ đa phương thức là đặc điểm nổi bật, cho phép liên kết nhiều biểu diễn khác nhau của cùng một khái niệm và truy vấn phức tạp như “Tìm tất cả các video bài giảng về học máy nhận được phản hồi tích cực từ sinh viên năm cuối ngành khoa học máy tính”.

3.2.2. Hệ thống kết nối ngữ nghĩa

Hệ thống kết nối ngữ nghĩa là thành phần then chốt trong mô hình, đóng vai trò cầu nối giữa ontology chung và các nguồn dữ liệu đa dạng. Kiến trúc của hệ thống dựa trên mô hình đồ thị tri thức, với các thực thể được biểu diễn

dưới dạng nút và mối quan hệ dưới dạng cạnh, tuân theo cấu trúc ontology.



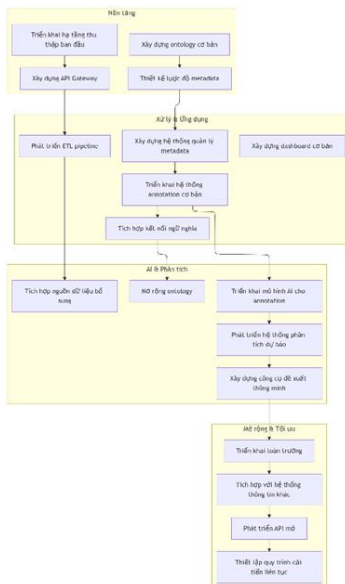
Hình 3. Ba giai đoạn xử lý chính để tạo ra đồ thị tri thức từ dữ liệu đa phương thức

Như minh họa trong sơ đồ, hệ thống xử lý dữ liệu qua ba bước chính, sử dụng các công nghệ chuyên biệt cho từng loại dữ liệu. Công nghệ cốt lõi của hệ thống là Apache Jena, một framework Java mã nguồn mở cho ứng dụng Semantic Web, cung cấp các API để xử lý dữ liệu RDF, OWL và SPARQL. Hệ thống lưu trữ kết hợp Jena TDB2 cho dữ liệu RDF và Neo4j cho truy vấn đồ thị phức tạp, với SPARQL Endpoint triển khai qua Jena Fuseki.

Một đặc điểm quan trọng là khả năng xử lý mối quan hệ phụ thuộc thời gian, với mỗi bộ ba trong đồ thị có thể được gắn thông tin thời gian. Kiến trúc này dựa trên RDF* và SPARQL, cho phép theo dõi sự tiến triển của dữ liệu theo thời gian, như phản hồi của người học đối với chương trình đào tạo hoặc xu hướng thay đổi hiệu quả các kênh truyền thông.

Hệ thống triển khai nhiều biện pháp đảm bảo chất lượng dữ liệu kết nối, từ kiểm tra tính nhất quán tự động đến quy trình phát hiện trùng lặp và cơ chế đánh giá độ tin cậy. Về giao diện truy vấn, hệ thống cung cấp SPARQL Endpoint chuẩn, giao diện trực quan hóa, API RESTful và hỗ trợ truy vấn đa phương thức, cho phép tìm kiếm dựa trên sự kết hợp văn bản, hình ảnh và âm thanh.

3.3. Lộ trình triển khai



Hình 4. Lộ trình triển khai mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức theo bốn giai đoạn

Lộ trình triển khai mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức được thiết kế theo phương pháp tiếp cận lặp và gia tăng, chia thành bốn giai đoạn chính để đảm bảo tính khả thi và hiệu quả trong bối cảnh giáo dục đại học. Mỗi giai đoạn có mục tiêu, hoạt động và kết quả cụ thể, tạo nền tảng

cho các giai đoạn tiếp theo.

Mỗi giai đoạn kết thúc với đánh giá toàn diện về tiến độ, hiệu quả và phản hồi từ người dùng, từ đó điều chỉnh kế hoạch cho các giai đoạn tiếp theo. Lộ trình này có thể được điều chỉnh linh hoạt tùy thuộc vào bối cảnh cụ thể, nguồn lực sẵn có và ưu tiên của từng cơ sở giáo dục đại học.

4. Bàn luận

4.1. So sánh với các mô hình hiện có

Mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức được đề xuất trong nghiên cứu này tạo sự khác biệt so với các cách tiếp cận hiện có thông qua việc tích hợp toàn diện và nhấn mạnh vào ngữ nghĩa trong bối cảnh đặc thù của truyền thông giáo dục đại học.

Trong khi các nghiên cứu trước đây [2,3] đã chứng minh lợi ích của việc kết hợp nhiều nguồn dữ liệu, chúng thường tập trung vào các lĩnh vực cụ thể như phân tích học tập hoặc quản lý dữ liệu khoa học nói chung, chứ chưa giải quyết trực tiếp các yêu cầu phức tạp của truyền thông đại học. Các hệ thống quản lý học tập (LMS) tích hợp phân tích [4] chủ yếu xử lý dữ liệu tương tác học tập, thiếu khả năng tích hợp và phân tích đa dạng các phương thức truyền thông khác. Các kiến trúc xử lý dữ liệu đa phương thức chung [9–11] tuy cung cấp các giải pháp kỹ thuật về lưu trữ và xử lý, nhưng thường thiếu lớp ontology chuyên biệt và cơ chế kết nối ngữ nghĩa sâu sắc cần thiết để hiểu bối cảnh truyền thông giáo dục.

Mô hình đề xuất ở đây không chỉ áp dụng kiến trúc ba tầng (thu thập, xử lý, ứng dụng) mà còn đặt trọng tâm vào việc xây dựng một ontology chung và hệ thống kết nối ngữ nghĩa làm lõi, cho phép tích hợp dữ liệu từ các nguồn và định dạng khác nhau (văn bản, hình ảnh, video, âm thanh, dữ liệu mạng xã hội, log hệ thống) một cách có ý nghĩa. Điều này vượt trội hơn các mô hình chỉ tập trung vào metadata tĩnh hoặc annotations đơn lẻ, bằng cách tạo ra một cơ sở tri thức giàu ngữ nghĩa, hỗ trợ phân tích mối quan hệ phức tạp và suy luận sâu hơn, điều mà các hệ thống dựa trên RDF stores đơn thuần [13] hay các mô hình AI/DL tập trung vào hợp nhất đặc trưng [15] có thể chưa giải quyết triệt để cho bài toán quản lý tổng thể.

4.2. Ưu điểm và hạn chế của mô hình đề xuất

Ưu điểm nổi bật của mô hình đề xuất nằm ở cách tiếp cận toàn diện và có cấu trúc, được thiết kế riêng cho truyền thông giáo dục đại học. Kiến trúc ba tầng cung cấp sự phân tách rõ ràng về chức năng, tạo điều kiện cho việc quản lý và mở rộng hệ thống. Việc tích hợp đa nguồn dữ liệu từ các kênh truyền thông khác nhau cho phép giám sát và phân tích một cách đầy đủ hơn. Đặc biệt, việc đặt trọng tâm vào

ontology chung và hệ thống kết nối ngữ nghĩa là điểm mạnh cốt lõi, giúp giải quyết thách thức về tính không đồng nhất và phân mảnh của dữ liệu đa phương thức, tạo ra một cơ sở tri thức tích hợp và giàu ngữ nghĩa, nâng cao khả năng phân tích sâu và hỗ trợ ra quyết định dựa trên bằng chứng. Tầng ứng dụng với các công cụ trực quan hóa tương tác và phân tích dự báo cung cấp giá trị trực tiếp cho các nhà quản lý và thực hành truyền thông.

Tuy nhiên, mô hình cũng có những hạn chế nhất định. Việc triển khai mô hình đòi hỏi một nỗ lực đáng kể trong việc xây dựng và duy trì ontology chung, ánh xạ ngữ nghĩa và tích hợp các nguồn dữ liệu đa dạng, yêu cầu chuyên môn kỹ thuật và sự hợp tác liên ngành. Độ phức tạp của kiến trúc, đặc biệt là tầng xử lý với quản lý metadata và annotations phong phú, có thể đặt ra thách thức về hiệu suất và khả năng mở rộng nếu không được tối ưu hóa cẩn thận. Hiện tại, mô hình chủ yếu mang tính lý thuyết và cần được kiểm định thực nghiệm trên các bộ dữ liệu thực tế quy mô lớn để đánh giá hiệu quả và tính khả thi trong các bối cảnh khác nhau. Ngoài ra, các vấn đề về đạo đức, bảo mật và quyền riêng tư liên quan đến việc thu thập và phân tích dữ liệu đa phương thức cần được xem xét kỹ lưỡng trong quá trình triển khai.

4.3. Khả năng áp dụng thực tiễn và lộ trình kiểm chứng mô hình

Nghiên cứu này tập trung đề xuất một mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức phục vụ công tác truyền thông trong giáo dục đại học, với định hướng quản trị nhà trường hiện đại, không phải là một mô hình kỹ thuật thuần túy trong lĩnh vực khoa học máy tính. Do đó, việc thực nghiệm, kiểm chứng mô hình không chỉ dừng lại ở các phép đo định lượng hay thử nghiệm thuật toán trên một tập dữ liệu nhỏ, mà đòi hỏi phải triển khai ở quy mô tổ chức, với sự tham gia của nhiều bộ phận chức năng, các hệ thống công nghệ thông tin, cũng như sự phối hợp giữa các bên liên quan trong nhà trường. Đây là một quá trình phức tạp, cần thời gian, nguồn lực và sự đồng thuận của toàn bộ tổ chức, vượt ra ngoài khả năng thực hiện trong khuôn khổ một nghiên cứu độc lập hoặc trong thời gian ngắn.

Tuy nhiên, để làm rõ tính khả thi và giá trị thực tiễn của mô hình, có thể xem xét cách áp dụng mô hình này vào bối cảnh cụ thể của Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM – một đơn vị đã có hệ thống truyền thông đa kênh, kết hợp giữa truyền thông truyền thống và hiện đại, với các phòng ban chuyên trách, chương trình đào tạo chuyên sâu về báo chí – truyền thông và mạng lưới đối tác rộng lớn.

Cụ thể, mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức có thể được triển khai như sau:

Tầng thu thập dữ liệu: Trường hiện đang vận hành nhiều kênh truyền thông như website chính thức, trang tuyển sinh, các nền tảng mạng xã hội (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube), cùng với các hoạt động báo chí, sự kiện, hội thảo. Việc tích hợp dữ liệu từ các nguồn này vào một hệ thống tập trung sẽ giúp nhà trường có cái nhìn toàn diện về hiệu quả truyền thông, mức độ tương tác của từng kênh, cũng như phản hồi của các nhóm đối tượng khác nhau (người học, giảng viên, phụ huynh, đối tác).

Tầng xử lý: Dữ liệu thu thập được sẽ được chuẩn hóa metadata, gắn nhãn (annotation) theo các tiêu chí như loại nội dung (tuyên sinh, thành tựu, sự kiện...), đối tượng hướng đến, thời gian, kênh truyền thông, mức độ tương tác... Việc này hoàn toàn phù hợp với thực tiễn của trường, nơi các hoạt động truyền thông luôn cần được phân tích, đánh giá để điều chỉnh chiến lược. Hệ thống cũng có thể tự động phát hiện các chủ đề “nóng”, các phản hồi tiêu cực để hỗ trợ xử lý khủng hoảng truyền thông kịp thời.

Tầng ứng dụng: Dữ liệu đã được xử lý sẽ phục vụ cho các bảng điều khiển (dashboard) trực quan hóa hiệu quả truyền thông, công cụ dự báo xu hướng và hệ thống đề xuất nội dung phù hợp cho từng nhóm đối tượng. Ví dụ, trong mùa tuyển sinh, hệ thống có thể phân tích phản hồi của thí sinh trên mạng xã hội để điều chỉnh thông điệp, lựa chọn kênh truyền thông tối ưu, hoặc dự báo mức độ quan tâm đến từng ngành học. Đối với các hoạt động quảng bá thành tựu, hệ thống giúp xác định nội dung nào nhận được nhiều sự quan tâm nhất, từ đó tối ưu hóa chiến lược truyền thông.

Ontology và kết nối ngữ nghĩa: Việc xây dựng một ontology chung cho các hoạt động truyền thông của trường sẽ giúp liên kết các thực thể như sự kiện, giảng viên, người học, nội dung đào tạo, thành tựu... với nhau, tạo thành một cơ sở tri thức tích hợp, phục vụ cho việc truy vấn, phân tích sâu và hỗ trợ ra quyết định chiến lược. Điều này đặc biệt hữu ích khi trường cần tổng hợp báo cáo, đánh giá tác động của truyền thông đến các mục tiêu lớn như tuyển sinh, xây dựng thương hiệu, phát triển quan hệ đối tác.

Như vậy, mô hình đề xuất không chỉ mang tính lý thuyết mà hoàn toàn có thể áp dụng vào thực tiễn quản lý truyền thông tại các trường đại học lớn như Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM. Việc triển khai mô hình này sẽ giúp nhà trường chuyển đổi từ cách quản lý truyền thông rời rạc, cảm tính sang quản trị dựa trên dữ liệu, có hệ thống, minh bạch và hiệu quả hơn.

Tuy nhiên, cũng cần nhìn nhận thực tế rằng việc triển khai thử nghiệm toàn diện mô hình này đòi hỏi sự phối hợp liên ngành, đầu tư về công nghệ, nhân lực và thời gian. Trong khuôn khổ nghiên cứu hiện tại, nhóm tác giả đã xây dựng mô hình khái niệm, phân tích tính khả thi và đề xuất lộ trình triển khai từng bước, phù hợp với điều kiện thực tế của các trường đại học Việt Nam. Việc kiểm chứng thực nghiệm và đánh giá định lượng hiệu quả mô hình sẽ là hướng nghiên cứu tiếp theo, khi có đủ điều kiện về nguồn lực và sự phối hợp từ phía nhà trường.

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã đề xuất một mô hình quản lý dữ liệu đa phương thức toàn diện cho truyền thông giáo dục đại học trong bối cảnh chuyển đổi số, với kiến trúc ba tầng và lõi là ontology chung cùng hệ thống kết nối ngữ nghĩa. Mô hình cung cấp khung cấu trúc mạnh mẽ để tích hợp, xử lý, khai thác hiệu quả dữ liệu từ nhiều nguồn, chuẩn hóa metadata, làm giàu annotations và phát triển các công cụ phân tích, trực quan hóa, dự báo tiên tiến. Đây là đóng góp khoa học quan trọng, giúp chuyển đổi dữ liệu phân mảnh thành cơ sở tri thức tích hợp, hỗ trợ giám sát toàn diện và ra quyết định chiến lược dựa trên dữ liệu.

Đối với các nhà quản lý giáo dục đại học, mô hình này

là gợi ý thiết thực để hiện đại hóa công tác truyền thông, hướng tới quản trị dựa trên dữ liệu. Các chuyên gia công nghệ thông tin và truyền thông có thể tham khảo kiến trúc, giải pháp kỹ thuật để triển khai hệ thống phù hợp với điều kiện thực tế. Đội ngũ giảng viên, người học ngành báo chí – truyền thông cũng có thể sử dụng mô hình như một nền tảng thực hành, nghiên cứu và đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực truyền thông số.

Trong thời gian tới, việc kiểm chứng thực nghiệm mô hình trên quy mô tổ chức, đánh giá định lượng hiệu quả và tối ưu hóa các thành phần sẽ là hướng nghiên cứu ưu tiên. Đặc biệt, phát triển ontology chuyên sâu, tích hợp các kỹ thuật AI hiện đại và mở rộng ứng dụng sang các lĩnh vực khác của giáo dục đại học sẽ tiếp tục được nhóm tác giả quan tâm.

Khi những nền tảng dữ liệu đa phương thức được kết nối, những dòng thông tin sẽ liên mạch, soi sáng từng quyết định, từng chiến lược của nhà trường. Một ngày không xa, truyền thông giáo dục đại học sẽ không còn là những nỗ lực rời rạc mà trở thành sự kết hợp hài hòa giữa công nghệ, tri thức và con người – nơi mỗi dữ liệu, mỗi phản hồi đều góp phần xây dựng nền tảng tương lai giáo dục thông minh, nhân văn và bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Tô Lâm. “Một số nội dung cơ bản về kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc; những định hướng chiến lược đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc”. *Tạp chí Công san*, 1 Tháng Mười-Một 2024, https://www.tapchicongsan.org.vn/media-story/-/asset_publisher/V8hhp4dK31Gf/content/ky-nguyen-moi-ky-nguyen-vuon-minh-cua-dan-toc-ky-nguyen-phat-trien-giau-manh-duoi-su-lanh-dao-cam-quyen-cua-dang-cong-san-xay-dung-thanh-cong-nuoc-vie.
- [2] Sharma, Kshitij, và Michail Giannakos. “Multimodal Data Capabilities for Learning: What Can Multimodal Data Tell Us about Learning?” *British Journal of Educational Technology*, vol 51, số p.h 5, Tháng Chín 2020, tr 1450–1484. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1111/bjet.12993>.
- [3] Esteva, Maria, và c.s. “Modeling Data Curation to Scientific Inquiry: A Case Study for Multimodal Data Integration”. *Proceedings of the ACM/IEEE Joint Conference on Digital Libraries in 2020*, ACM, 2020, tr 235–242. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1145/3383583.3398539>.
- [4] Nguyen, Quan, và c.s. “Linking Students’ Timing of Engagement to Learning Design and Academic Performance”. *Proceedings of the 8th International Conference on Learning Analytics and Knowledge*, ACM, 2018, tr 141–150. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1145/3170358.3170398>.
- [5] D’mello, Sidney K., và Jacqueline Kory. “A Review and Meta-Analysis of Multimodal Affect Detection Systems”. *ACM Computing Surveys*, vol 47, số p.h 3, Tháng Tư 2015, tr 1–36. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1145/2682899>.
- [6] Giannakos, Michail N., và c.s. “Multimodal data as a means to understand the learning experience”. *International Journal of Information Management*, vol 48, Tháng Mười 2019, tr 108–119. ScienceDirect, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.02.003>.
- [7] Popescu-Belis, Andrei. “Managing multimodal data, metadata and annotations: Challenges and solutions”. *Multimodal signal processing: Theory and applications for human-computer interaction*, biên tập bởi Jean-Philippe Thiran và c.s., Elsevier / Academic Press, 2009, tr 183–203.
- [8] Seenivasan, Dhamotharan. “Real-Time Data Processing with Streaming ETL”. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, vol 12, số p.h 11, Tháng Mười-Một 2023, tr 2185–2192. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.21275/SR24619000026>.
- [9] Alam, Bashir, và c.s. “5-Layered Architecture of Cloud Database Management System”. *AASRI Procedia*, vol 5, Tháng Giêng 2013, tr 194–199. ScienceDirect, <https://doi.org/10.1016/j.aasri.2013.10.078>.
- [10] Anthony Jnr, Bokolo, và c.s. “API deployment for big data management towards sustainable energy presumption in smart cities- a layered architecture perspective”. *International Journal of Sustainable Energy*, vol 39, số p.h 3, Tháng Ba 2020, tr 263–289. Taylor and Francis+NEJM, <https://doi.org/10.1080/14786451.2019.1684287>.
- [11] Kohler, Jens. “Comparison of a FaaS- and SaaS-Based ETL Process in a Cloud Environment”. *2023 IEEE 6th International Conference on Cloud Computing and Artificial Intelligence: Technologies and Applications (CloudTech)*, IEEE, 2023, tr 01–07. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1109/CloudTech58737.2023.10366090>.
- [12] Zhang, Xiaoming, và c.s. “A survey on knowledge representation in materials science and engineering: An ontological perspective”. *Computers in Industry*, vol 73, Tháng Mười 2015, tr 8–22. ScienceDirect, <https://doi.org/10.1016/j.compind.2015.07.005>.
- [13] Ali, Waqas, và c.s. “A Survey of RDF Stores & SPARQL Engines for Querying Knowledge Graphs”. *The VLDB Journal*, vol 31, số p.h 3, Tháng Năm 2022, tr 1–26. Springer Link, <https://doi.org/10.1007/s00778-021-00711-3>.
- [14] Lin, Guangfeng, và c.s. “Structure Fusion Based on Graph Convolutional Networks for Node Classification in Citation Networks”. *Electronics*, vol 9, số p.h 3, Tháng Ba 2020, tr 432. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.3390/electronics9030432>.
- [15] Phan, Huyen Trang, và c.s. *Fuzzy Hybrid Cnn-Lstm Model for Sentence-Level Sentiment Analysis*. 4994871, Social Science Research Network, 21 Tháng Mười 2024. papers.ssrn.com, <https://doi.org/10.2139/ssrn.4994871>.
- [16] Doleck, Tenzin, và c.s. “Predictive Analytics in Education: A Comparison of Deep Learning Frameworks”. *Education and Information Technologies*, vol 25, số p.h 3, Tháng Năm 2020, tr 1951–1963. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1007/s10639-019-10068-4>.
- [17] Phan, Huyen Trang, và c.s. “Convolutional attention neural network over graph structures for improving the performance of aspect-level sentiment analysis”. *Information Sciences*, vol 589, Tháng Tư 2022, tr 416–439. ScienceDirect, <https://doi.org/10.1016/j.ins.2021.12.127>.
- [18] ---, “MulGCN: MultiGraph Convolutional Network for Aspect-Level Sentiment Analysis”. *IEEE Access*, vol 13, Tháng Giêng 2025, tr 26304–26317. NASA ADS, <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2025.3537340>.
- [19] Ai, Wei, và c.s. *DER-GCN: Dialogue and Event Relation-Aware Graph Convolutional Neural Network for Multimodal Dialogue Emotion Recognition*. Tháng Chạp 2023, <http://arxiv.org/abs/2312.10579>.
- [20] Phan, Huyen Trang, và c.s. *Modeling Context and Content Features for Fake News Detection*. 4605932, Social Science Research Network, 18 Tháng Mười 2023. papers.ssrn.com, <https://doi.org/10.2139/ssrn.4605932>.
- [21] Wu, Mingfang, và c.s. “Automated metadata annotation: What is and is not possible with machine learning”. *Data Intelligence*, vol 5, số p.h 1, Tháng Ba 2023, tr 122–138. Silverchair, https://doi.org/10.1162/dint_a_00162.
- [22] Anwar, Adeem Ali. “A Survey of Semantic Web (Web 3.0), Its Applications, Challenges, Future and Its Relation with Internet of Things (IoT)”. *Web Intelligence*, vol 20, số p.h 3, Tháng Mười 2022, tr 173–202. SAGE Journals, <https://doi.org/10.3233/WEB-210491>.
- [23] Katsumi, Megan, và Mark Fox. “Ontologies for transportation research: A survey”. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, vol 89, Tháng Tư 2018, tr 53–82. ScienceDirect, <https://doi.org/10.1016/j.trc.2018.01.023>.
- [24] Maron, Deborah, và Melanie Feinberg. “What Does It Mean to Adopt a Metadata Standard? A Case Study of Omeka and the Dublin Core”. *Journal of Documentation*, vol 74, số p.h 4, Tháng Năm 2018, tr 674–691. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.1108/JD-06-2017-0095>.
- [25] Park, Jung-ran, và Eric Childress. “Dublin Core Metadata Semantics: An Analysis of the Perspectives of Information Professionals”. *Journal of Information Science*, vol 35, số p.h 6, Tháng Chạp 2009, tr 727–739. SAGE Journals, <https://doi.org/10.1177/0165551509337871>.
- [26] Bundy, Alan, và c.s. “Automated Reasoning in the Age of the Internet”. *Artificial Intelligence and Symbolic Computation*, biên tập bởi Jacques Fleuriot và c.s., Springer International Publishing, 2018,

tr 3–18. *Springer Link*, https://doi.org/10.1007/978-3-319-99957-9_1.

[27] Furbach, Ulrich, và c.s. “An application of automated reasoning in natural language question answering”. *AI Commun.*, vol 23, số p.h 2–3, Tháng T 2010, tr 241–265.

[28] Liu, Shaofeng, và c.s. “Integration of Decision Support Systems to Improve Decision Support Performance”. *Knowledge and Information Systems*, vol 22, số p.h 3, Tháng Ba 2010, tr 261–286. *Springer Link*, <https://doi.org/10.1007/s10115-009-0192-4>.



[29] Dewan, M. Ali Akber, và c.s. “A Review on Visualization of Educational Data in Online Learning”. *Learning Technologies and Systems*, biên tập bởi Chaoyi Pang và c.s., Springer International Publishing, 2021, tr 15–24. *Springer Link*, https://doi.org/10.1007/978-3-030-66906-5_2.

[30] Lourens, A., và D. Bleazard. “Applying Predictive Analytics in Identifying Students at Risk: A Case Study”. *South African Journal of Higher Education*, vol 30, số p.h 2, 2, Tháng Sáu 2016, tr 129–142. www.journals.ac.za, <https://doi.org/10.20853/30-2-583>.

[31] Williamson, Ben. “Digital education governance: data visualization, predictive analytics, and ‘real-time’ policy instruments”. *Journal of Education Policy*, vol 31, số p.h 2, Tháng Ba 2016, tr 123–141. *Taylor and Francis+NEJM*, <https://doi.org/10.1080/02680939.2015.1035758>.

[32] Gupta, Shivam, và c.s. “Artificial Intelligence for Decision Support Systems in the Field of Operations Research: Review and Future Scope of Research”. *Annals of Operations Research*, vol 308, số p.h 1, Tháng Giêng 2022, tr 215–274. *Springer Link*, <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03856-6>.

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Thanh Huy:</p> <ul style="list-style-type: none">- Cử nhân Công nghệ thông tin (2003), Thạc sĩ Hệ thống thông tin (2010);- Phó Giám đốc Trung tâm Tin học, Tổ Trưởng Tổ Công nghệ thông tin và Dữ liệu, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh;- Lĩnh vực quan tâm: (1) Chuyển đổi số, (2) Trí tuệ nhân tạo, (3) Khai thác dữ liệu, (4) Ứng dụng công nghệ thông tin trong giáo dục, (5) Thống kê ứng dụng, (6) Cơ sở dữ liệu phân tán;- Điện thoại: 0899351305.
	<p>Đậu Huy Minh:</p> <ul style="list-style-type: none">- Cử nhân Giáo dục học (tốt nghiệp 01/2024), Học viên cao học Khoa học máy tính (9/2024 đến nay), Học viên cao học Quản lý giáo dục (7/2024 đến nay);- Chuyên viên Phòng Hành chính – Tổng hợp, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh;- Lĩnh vực quan tâm: (1) Chuyển đổi số trong giáo dục và quản lý giáo dục, (2) Ứng dụng học máy và kinh tế lượng phân tích dữ liệu giáo dục, (3) Lý luận và phương pháp giảng dạy bộ môn Tin học, (4) Công tác pháp chế và hoạt động sở hữu trí tuệ của cơ sở giáo dục, (5) Công lý giới trong giáo dục, (6) Hoạt động chăm sóc, giáo dục trẻ mầm non, (7) Tư tưởng Hồ Chí Minh về giáo dục, (8) Xử lý ngôn ngữ tự nhiên;- Điện thoại: 0945186880.

ĐỔI MỚI MÔ HÌNH TRUYỀN THÔNG TẠI KHOA KỸ THUẬT XÂY DỰNG, TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT, ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG: THỰC TRẠNG VÀ KHUYẾN NGHỊ

INNOVATING THE COMMUNICATION MODEL AT THE CIVIL ENGINEERING DEPARTMENT, UNIVERSITY OF TECHNOLOGY AND EDUCATION – THE UNIVERSITY OF DANANG: CURRENT SITUATION AND RECOMMENDATIONS

Trần Thị Phương Huyền

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng;

Tran Thi Phuong Huyen

University of Technology and Education, The University of Danang

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Tran Thi Phuong Huyen (email: ttphuyen@ute.udn.vn)*

Tóm tắt - Trong kỷ nguyên số, truyền thông sinh viên đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối, lan tỏa thông tin và tạo dựng môi trường học tập tích cực. Bài báo này phân tích mô hình truyền thông sinh viên tại Khoa Kỹ thuật Xây dựng, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng, tập trung vào các nền tảng truyền thông số như mạng xã hội, website và các kênh tương tác trực tuyến. Thông qua đánh giá thực tế, nghiên cứu xác định những điểm mạnh, hạn chế và đề xuất các giải pháp đổi mới nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông, góp phần xây dựng cộng đồng sinh viên năng động, gắn kết và hỗ trợ tốt hơn cho công tác học tập, nghiên cứu và phát triển nghề nghiệp.

Từ khóa - Truyền thông sinh viên; Nền tảng số; Kỹ thuật Xây dựng; Chuyển đổi số; Sự tham gia của sinh viên

Abstract - In the digital era, student communication serves a pivotal role in enhancing engagement, facilitating information dissemination, and cultivating a supportive academic environment. This paper examines the student media model implemented at the Civil Engineering Department, University of Technology and Education – The University of Danang, with an emphasis on the integration of digital platforms, including social media, institutional websites, and online interaction tools. Based on practical evaluation, the study identifies key strengths and limitations of the current model and introduces innovative strategies to improve its effectiveness. The findings contribute to the development of a dynamic and well-connected student community, thereby promoting academic success, research participation, and professional advancement

Keywords - Student communication; Digital platforms; Civil engineering; Digital transformation; Student engagement

1. Đặt vấn đề

Truyền thông trong giáo dục đại học ngày nay không chỉ đơn thuần là hoạt động thông tin, mà còn là công cụ chiến lược để xây dựng hình ảnh, phát triển thương hiệu và tăng cường kết nối giữa nhà trường với sinh viên, cựu sinh viên, doanh nghiệp và xã hội. Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn diện, việc ứng dụng các nền tảng truyền thông số một cách tích hợp, hiệu quả đã trở thành yêu cầu cấp thiết đối với các cơ sở giáo dục.

Chiến lược phát triển giáo dục đến 2030, tầm nhìn đến năm 2045 của Thủ tướng Chính phủ (Quyết định số 1705/QĐ-TTg ngày 31/12/2024) [1] đã nhấn mạnh vai trò của truyền thông số trong việc nâng cao nhận thức, thúc đẩy ứng dụng công nghệ và hình thành hệ sinh thái giáo dục số liên kết đa chiều. Theo đó, việc tổ chức và phát triển mô hình truyền thông sinh viên bài bản, chuyên nghiệp, gắn với yêu cầu chuyển đổi số trở thành một hướng đi tất yếu đối với các khoa, ngành trong nhà trường.

Khoa Kỹ thuật Xây dựng (KTXD), Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật (ĐHSPKT) - Đại học Đà Nẵng (ĐHĐN) đã sớm nhận thấy tầm quan trọng của việc đổi mới công tác truyền thông sinh viên. Thông qua việc tổ chức các nhóm truyền thông sinh viên, bồi dưỡng kỹ năng mềm, ứng dụng nền tảng số, phối hợp với Trung tâm Học liệu & Truyền

thông (HL&TT), doanh nghiệp và cựu sinh viên, Khoa đang xây dựng một mô hình truyền thông tích hợp, năng động và hiệu quả hơn.

Bài báo này giới thiệu, phân tích mô hình truyền thông sinh viên hiện nay của Khoa KTXD; đánh giá những kết quả đạt được, những hạn chế còn tồn tại; đồng thời đề xuất các giải pháp đổi mới mô hình theo hướng tích hợp nền tảng số và mở rộng mạng lưới đối tác truyền thông, nhằm phục vụ mục tiêu phát triển bền vững trong giai đoạn tới.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Vai trò của truyền thông trong môi trường giáo dục đại học

Trong kỷ nguyên số, truyền thông không chỉ đóng vai trò cung cấp thông tin mà còn là công cụ chiến lược để xây dựng hình ảnh, tăng cường tương tác, phát triển thương hiệu của các cơ sở giáo dục đại học. Truyền thông giáo dục hiện đại cần vận dụng linh hoạt các phương tiện truyền thông số để kết nối giữa nhà trường, sinh viên, cựu sinh viên và doanh nghiệp [2, 3]. Truyền thông hiệu quả góp phần nâng cao sự gắn kết cộng đồng học tập, tăng cường mức độ hài lòng và động lực học tập của sinh viên. Báo cáo của UNESCO (2019) [4] đã nêu bật vai trò của truyền thông số trong xây dựng môi trường học tập linh hoạt, kết

nổi.

2.2. Mô hình tổ chức truyền thông sinh viên trong trường đại học

Tổ chức một mô hình truyền thông sinh viên bài bản sẽ giúp khai thác tốt nguồn lực trẻ, sáng tạo và chủ động trong việc lan tỏa các thông điệp của Khoa cũng như nhà trường. Theo Trần Quang Bình (2020), việc xây dựng nhóm truyền thông sinh viên cần chú trọng vào ba yếu tố: đào tạo kỹ năng, phân công nhiệm vụ rõ ràng và thiết lập cơ chế đánh giá, khen thưởng phù hợp [5]. Việc tạo môi trường thực hành truyền thông giúp sinh viên phát triển kỹ năng mềm như làm việc nhóm, tư duy phản biện, sáng tạo nội dung, sử dụng công cụ số.

2.3. Phát triển truyền thông tích hợp trong bối cảnh chuyển đổi số

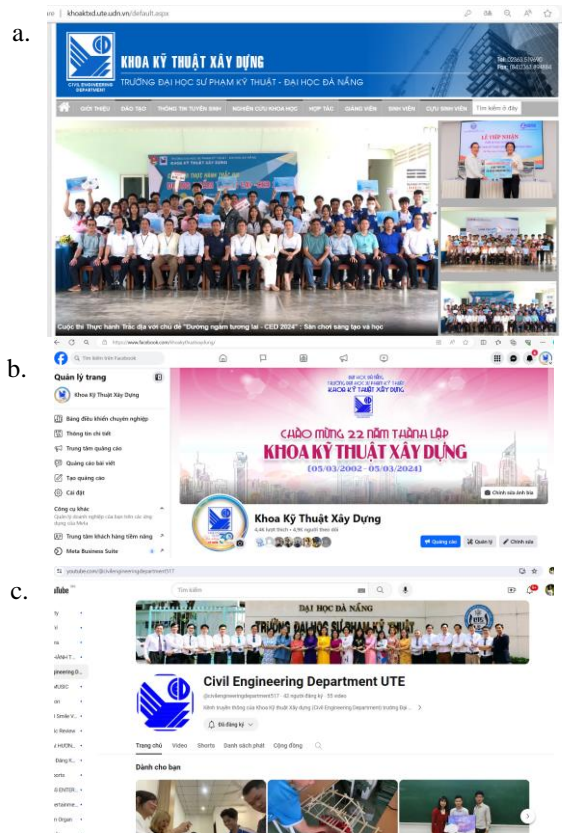
Mô hình truyền thông hiệu quả trong giáo dục hiện nay hướng tới việc phát triển truyền thông tích hợp (Integrated Marketing Communications - IMC), tức là phối hợp đồng bộ các kênh như mạng xã hội, website, truyền hình trực tuyến, thư viện số, sự kiện offline để tạo ra thông điệp thống nhất [6]. Theo Kotler & Fox [7] truyền thông tích hợp giúp nâng cao nhận diện thương hiệu trường đại học, đồng thời tạo ra trải nghiệm truyền thông đa chiều cho các đối tượng mục tiêu [6]. Trong “Chiến lược phát triển giáo dục đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” của Thủ tướng Chính phủ [1], nội dung đẩy mạnh truyền thông số để nâng cao nhận thức cộng đồng và phát triển hệ sinh thái truyền thông số kết nối đa chiều là hai nội dung quan trọng được nêu ra. Theo đó, các trường cần phải tăng cường ứng dụng các nền tảng số trong công tác truyền thông nhằm nâng cao nhận thức của cán bộ, giảng viên, sinh viên và toàn xã hội về vai trò, lợi ích của chuyển đổi số trong giáo dục.

Đối với Khoa KTXD, việc xây dựng tổ truyền thông sinh viên và kết nối với các đơn vị như Trung tâm HL&TT, doanh nghiệp đối tác và cựu sinh viên chính là bước đi phù hợp để phát triển mạng lưới thông tin theo hướng tích hợp, hiện đại, đồng bộ.

3. Mô hình truyền thông sinh viên tại Khoa Kỹ thuật Xây dựng

3.1. Thực trạng công tác truyền thông tại Khoa Kỹ thuật Xây dựng trước đây

Trong những năm qua, công tác truyền thông, quảng bá tuyển sinh, học hiệu của Trường ĐHSPKT - ĐHDN nói chung, Khoa KTXD nói riêng luôn được Chi ủy và Ban Chủ nhiệm Khoa quan tâm chỉ đạo thực hiện. Khoa đã từng bước xây dựng và duy trì các kênh truyền thông như website khoa [8], Facebook khoa [9] và kênh YouTube [10] (Hình 1). Các kênh này được thiết kế với giao diện tương đối đẹp mắt, bố cục rõ ràng và khoa học, góp phần hỗ trợ hiệu quả cho công tác truyền tải thông tin đến người học và xã hội.



Hình 1. Các kênh truyền thông của Khoa KTXD gồm: a) website khoa, b) Facebook và c) kênh youtube

Tuy nhiên, công tác này vẫn còn một số bất cập và hạn chế đáng lưu ý:

(1) **Thiếu cơ cấu tổ chức chuyên trách ở cấp Khoa:** trong bối cảnh truyền thông đóng vai trò ngày càng quan trọng, nhất là khi công nghệ số và mạng xã hội phát triển mạnh mẽ, yêu cầu đổi mới phương pháp tiếp cận truyền thông là điều tất yếu. Mặc dù nhà trường đã thành lập Trung tâm HL&TT làm đầu mối truyền thông cho toàn trường, song tại cấp Khoa, vẫn chưa có bộ phận chuyên trách riêng. Việc triển khai truyền thông hiện chủ yếu giao cho các giảng viên kiêm nhiệm, làm giảm tính chuyên sâu và hiệu quả trong quá trình thực hiện.

(2) **Thiếu nguồn lực và kỹ năng chuyên môn:** nhiều giảng viên trong Khoa được phân công tham gia truyền thông nhưng chưa được tập huấn bài bản về kỹ năng viết tin, chụp ảnh, dựng video, hoặc quản trị nội dung số. Bên cạnh đó, do không có chế độ hỗ trợ cụ thể, công việc truyền thông thường bị xếp sau các nhiệm vụ chuyên môn khác. Việc cập nhật tin tức, hình ảnh đòi hỏi tính liên tục và kịp thời, trong khi giảng viên còn phải đảm nhiệm nhiều công việc khác, dẫn đến khó khăn trong việc duy trì hiệu suất và chất lượng truyền thông.

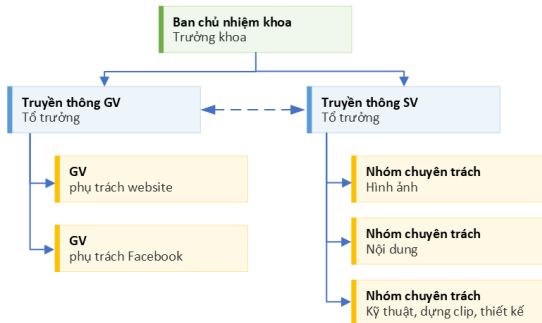
Chính vì những lý do trên, công tác truyền thông của Khoa chưa thực sự đồng bộ và hiệu quả. Số lượng tin, bài đăng tải còn hạn chế, thiếu tính thời sự và chưa được cập nhật thường xuyên. Nội dung truyền thông hiện nay chủ yếu vẫn là các tin ngắn đăng trên website và Facebook, trong khi các hình thức truyền thông hiện đại như video, infographic, podcast hay bài viết chuyên sâu vẫn còn rất ít

hoặc chưa được triển khai.

3.2. Đổi mới mô hình truyền thông theo hướng hiện đại và chuyên nghiệp

3.2.1. Phát triển mô hình truyền thông kết hợp giảng viên - sinh viên

Trước bối cảnh cách mạng công nghệ số và sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông đa nền tảng, việc đổi mới mô hình truyền thông cấp Khoa trở thành yêu cầu cấp thiết. Nhận thức rõ điều này, từ năm 2021, Khoa KTXD đã tiên phong triển khai mô hình truyền thông kết hợp giữa giảng viên và sinh viên, xem đây là bước chuyển quan trọng hướng đến chuyên nghiệp hóa công tác truyền thông nội bộ.



Hình 2. Cơ cấu tổ chức Truyền thông khoa KTXD

Mô hình tổ chức gồm hai bộ phận chính: Tổ truyền thông Giảng viên (GV) và Tổ truyền thông sinh viên (SV) (Hình 2). Tổ truyền thông SV được phân chia thành các nhóm chuyên trách gồm: (1) Nhóm nội dung: Phụ trách viết bài, biên tập tin tức theo từng chiến dịch, từng hoạt động do Liên Chi Đoàn Khoa tổ chức và đăng tin cập nhật theo thời gian thực; (2) Nhóm hình ảnh: Hỗ trợ truyền thông trực tiếp tại các sự kiện của Khoa như: chụp ảnh, quay phim, livestream, v.v.; (3) Nhóm kỹ thuật: Xử lý hình ảnh, video và nội dung trên các kênh số, thiết kế banner, đồng thời sử dụng các công cụ hỗ trợ truyền thông số (Canva, Photoshop, Meta Business Suite, YouTube Studio, Capcut v.v..).

Sự tham gia tích cực của SV không chỉ giúp tăng cường nguồn nhân lực truyền thông, mà còn tạo môi trường học tập thực tiễn, giúp các em rèn luyện kỹ năng công nghệ, sáng tạo nội dung và làm việc nhóm. Về phía Khoa, mô hình này giúp tối ưu nguồn lực, triển khai hoạt động truyền thông linh hoạt, đồng bộ và tiết kiệm chi phí.

Toàn bộ hoạt động truyền thông được điều phối bởi Ban Chủ nhiệm Khoa, trong đó tổ GV giữ vai trò điều phối chính, kiểm duyệt nội dung và phụ trách kết nối với Trung tâm HL&TT của Trường để lan tỏa thông tin trên các kênh chính thức.

3.2.2. Xây dựng và vận hành hệ thống truyền thông tích hợp

Nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển trong kỷ nguyên số, Khoa KTXD đã và đang từng bước xây dựng nền tảng truyền thông tích hợp gồm website, fanpage, kênh YouTube, Instagram và thư viện tài nguyên số hóa. Nền tảng này đóng vai trò là hệ sinh thái thông tin hiện đại, có khả năng lan tỏa nhanh, đồng bộ hình ảnh và thương hiệu

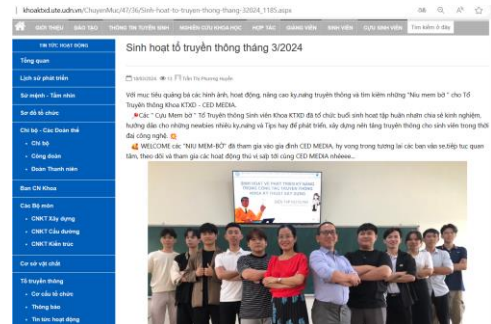
Khoa đến nhiều đối tượng.

Quy trình vận hành được thiết lập chuyên nghiệp qua 5 bước:

- Lập kế hoạch truyền thông:** Xác định mục tiêu, đối tượng, thông điệp, kênh truyền thông và lịch trình cụ thể;
- Sản xuất nội dung:** Tổ GV và SV phối hợp xây dựng nội dung (bài viết, hình ảnh, video...) theo kế hoạch;
- Phê duyệt và đăng tải:** Nội dung được kiểm duyệt, sau đó đăng tải lên các nền tảng phù hợp, đảm bảo đúng tiến độ và nhận diện thương hiệu;
- Theo dõi và đánh giá hiệu quả:** Sử dụng công cụ số như Facebook Insights, YouTube Analytics để đánh giá hiệu quả truyền thông;
- Tổng kết và cải tiến:** Phân tích số liệu, rút kinh nghiệm và đề xuất cải tiến cho các đợt truyền thông tiếp theo.

3.2.3. Tổ chức hoạt động đào tạo và khuyến khích truyền thông sinh viên

Để nâng cao hiệu quả hoạt động của mô hình truyền thông sinh viên, Khoa KTXD thường xuyên tổ chức các buổi sinh hoạt tổ truyền thông nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết liên quan đến công tác truyền thông, như trang bị cho sinh viên kỹ năng cơ bản về sử dụng phần mềm xử lý ảnh, dựng phim, thiết kế banner, poster và các kỹ năng mềm cần thiết khác (Hình 3). Thông qua các buổi gặp mặt trực tiếp (offline), sinh viên không chỉ được cập nhật kiến thức chuyên môn mà còn được thực hành kỹ năng, từ đó nâng cao năng lực truyền thông cá nhân và nhóm.



Hình 3. Tổ chức các buổi sinh hoạt về kỹ năng cho nhóm truyền thông sinh viên

Bên cạnh đó, hoạt động tổng kết, đánh giá công tác truyền thông được thực hiện theo từng năm học nhằm kịp thời điều chỉnh phương pháp tổ chức và rút kinh nghiệm cho những năm tiếp theo (Hình 4).



Hình 4. Bài viết đưa tin tổng kết hoạt động truyền thông của Khoa KTXD năm học 2022-2023 đăng trên website Khoa

Ngoài ra, để khuyến khích sự tham gia tích cực của sinh viên, Khoa đã đề xuất các hình thức hỗ trợ và khen thưởng như: xác nhận công tác hỗ trợ truyền thông/tổ chức sự kiện và tính điểm phục vụ cộng đồng cho sinh viên (Hình 5); xét khen thưởng cho các cá nhân tiêu biểu trong công tác truyền thông tại hội nghị tổng kết Đoàn, Hội hằng năm. Những giải pháp này góp phần xây dựng đội ngũ truyền thông sinh viên chuyên nghiệp, chủ động và gắn kết hơn với hoạt động chung của Khoa.



Hình 5. Giấy chứng nhận của Đoàn thanh niên Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật cấp cho sinh viên tổ truyền thông khoa KTXD khi tham gia vào công tác truyền thông cho các cuộc thi của Khoa KTXD tổ chức.

3.2.4. Mở rộng mạng lưới truyền thông: Liên kết Nhà trường – Doanh nghiệp – Cựu sinh viên

Đổi mới mô hình truyền thông không chỉ giới hạn trong nội bộ Khoa mà cần mở rộng kết nối với các bên liên quan. Khoa đã chủ động phối hợp với Trung tâm HL&TT của Trường để tận dụng hệ thống thư viện số, dữ liệu đa phương tiện và các lớp tập huấn chuyên sâu về truyền thông số (Hình 6).



Hình 6. Trung tâm HL&TT tổ chức Tập huấn kỹ thuật cho Câu lạc bộ Truyền thông sáng tạo và Câu lạc bộ Bạn đọc ngày 25/3/2025 (nguồn: <https://ute.udn.vn/TinTuc/9683/32/Trung-tam-Hoc-lieu-va-Truyen-thong-to-chuc-Tap-huan-ky-thuat-cho-Cau-lac-bo-Truyen-thong-sang-cao-va-Cau-lac-bo-Ban-doc.aspx>.)

Ngoài ra, Khoa còn thiết lập mạng lưới đối tác truyền thông với các doanh nghiệp nhằm: Chia sẻ thông tin tuyển dụng, thực tập cho sinh viên; Cập nhật xu hướng công nghệ mới trong ngành xây dựng; Đưa tin tức về các hoạt động hợp tác nghiên cứu, hội thảo chuyên ngành, và các dự án nổi bật do Khoa và doanh nghiệp phối hợp triển khai. Thông qua đó, hoạt động truyền thông không chỉ dừng lại ở phạm vi nội bộ Khoa mà còn mở rộng ra môi trường chuyên nghiệp, thực tiễn.

Bên cạnh đó, cựu sinh viên là nguồn lực quý giá cho hoạt động truyền thông của Khoa. Thông qua mạng lưới cựu sinh viên, Khoa thường xuyên: Cập nhật thông tin thành tích, câu chuyện thành công của cựu sinh viên trên các nền tảng truyền thông; Kết nối cựu sinh viên tham gia các sự kiện truyền thông lớn của Khoa, qua đó lan tỏa hình

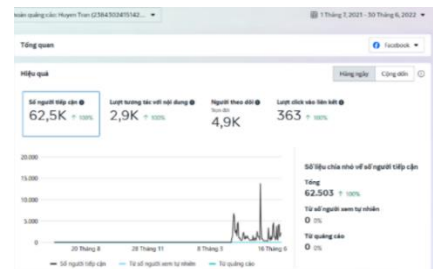
ảnh tích cực, nâng cao uy tín và thu hút nguồn tuyển sinh tiềm năng.

Việc liên kết đa chiều giữa nhà trường, doanh nghiệp và cựu sinh viên đã giúp mở rộng đáng kể mạng lưới thông tin truyền thông, tăng cường tính tương tác đa chiều, đồng thời tạo nền tảng bền vững cho việc phát triển mô hình truyền thông sinh viên theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại và hội nhập.

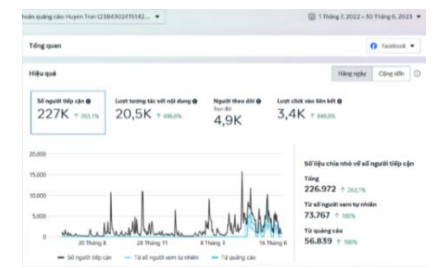
4. Đánh giá tác động

Các thông tin về hoạt động của khoa luôn được đưa tin kịp thời, chất lượng bài viết ngày càng nâng cao. Trong năm học 2022 – 2023 và năm 2024, dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Chi ủy, Ban Chủ nhiệm Khoa, Tổ truyền thông đã hoàn thành tốt công tác truyền thông với hơn 80 tin/bài (năm học 2022 – 2023) và hơn 90 tin/bài (năm 2024) về các hoạt động của Khoa KTXD đăng trên các kênh truyền thông của Khoa và Trường; hơn 80 lượt chia sẻ các thông tin từ trang thông tin điện tử và Facebook của Trường về các kênh truyền thông của Khoa; liên tục cập nhật các thông tin trên trang thông tin điện tử và Facebook Khoa; xây dựng và duy trì hoạt động của kênh youtube Khoa KTXD, v.v.. Số lượt tiếp cận trang facebook Khoa KTXD tăng nhanh từ 62.500 người (năm 2021-2022) lên 227.000 người (năm học 2022-2023) và 438.900 người (năm học 2023-2024) (Hình 7). Trong năm học 2024-2025, tính đến tháng 4/2025, số lượt tiếp cận trang Facebook Khoa KTXD đạt hơn 384.500 người với hơn 1,3 triệu lượt xem.

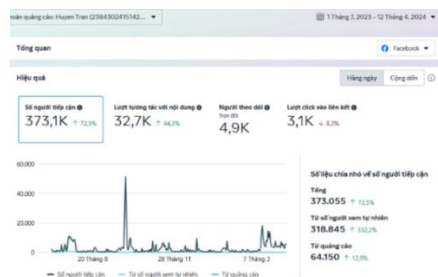
a.



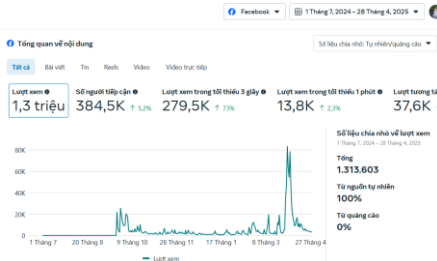
b.



c.










d.



Hình 7. Số lượng tiếp cận Facebook khoa KTXD thống kê theo năm học: a. 2021-2022, b. 2022-2023, c. 2023-2024 và d. 2024 – 2025 (tính đến 28/4/2025)

Nhiều bài viết đã thu hút được lượng tiếp cận lớn, như các bài đưa tin về cuộc thi “Sáng tạo kết cấu – CED 2024” với lượng tiếp cận hơn 28,7 nghìn (Hình 8). Điều này cho thấy tính hiệu quả của cách tổ chức và đưa tin.

Tên đề	Ngày đăng	Số người tiếp cận	Lượt thích và cảm xúc	% Bình luận
 Cuộc thi mô hình “SÁNG TẠO KẾT CẤU” Khu vực Thanh Kỳ Giang	Quảng cáo	30 Tháng 3 19:28	28,7K	871 160
 Cuộc thi mô hình “SÁNG TẠO KẾT CẤU” Khu vực Thanh Kỳ Giang	Quảng cáo	30 Tháng 3 19:28	28,5K	812 137
 Cuộc thi mô hình “SÁNG TẠO KẾT CẤU” Khu vực Thanh Kỳ Giang	Quảng cáo	1 Tháng 4 2:05	19K	715 53
 Cuộc thi mô hình “SÁNG TẠO KẾT CẤU” Khu vực Thanh Kỳ Giang	Quảng cáo	1 Tháng 4 15:09	15,6K	260 35
 KHAI MẠC GIẢI ĐỒNG ĐÀ TÂN SRIHVEN T... Khu vực Thanh Kỳ Giang	Quảng cáo	27 Tháng 9 20:04	14,5K	62 0
 Cuộc thi mô hình “SÁNG TẠO KẾT CẤU” Khu vực Thanh Kỳ Giang	Quảng cáo	31 Tháng 3 22:12	13K	565 32
 Cuộc thi mô hình “SÁNG TẠO KẾT CẤU” Khu vực Thanh Kỳ Giang	Quảng cáo	1 Tháng 4 8:48	12,6K	927 25

Hình 8. Thống kê các bài viết có số lượng tiếp cận cao nhất trên Facebook Khoa KTXD

5. Kết luận và kiến nghị

Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ, truyền thông sinh viên đóng vai trò ngày càng quan trọng trong việc lan tỏa thông tin, kết nối cộng đồng và xây dựng hình ảnh tích cực cho cơ sở đào tạo. Thông qua việc triển khai mô hình truyền thông tích hợp, Khoa KTXD, Trường ĐHSPKT - ĐHĐN đã bước đầu tạo lập được kênh thông tin hiệu quả, góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, quảng bá các hoạt động đào tạo, nghiên cứu, hợp tác và tuyển sinh. Đồng thời, mô hình cũng tạo môi trường thực hành kỹ năng mềm cho sinh viên, đặc biệt trong các lĩnh vực như giao tiếp, tư duy

phản biện và ứng dụng công nghệ. Kết quả cho thấy tiềm năng phát triển bền vững của mô hình truyền thông sinh viên trong việc hỗ trợ hoạt động học thuật và nâng cao tính gắn kết cộng đồng trong nhà trường.

Để phát huy hiệu quả mô hình truyền thông sinh viên, cần tiếp tục hoàn thiện các giải pháp theo hướng chuyên nghiệp hóa và bền vững. Trước hết, cần thiết lập quy trình quản lý thống nhất, hỗ trợ phát triển nền tảng truyền thông tích hợp giữa các kênh số như website, mạng xã hội, và các công cụ tương tác trực tuyến. Bên cạnh đó, tăng cường liên kết với Trung tâm HL&TT của Trường, các doanh nghiệp và cựu sinh viên để mở rộng mạng lưới đối tác truyền thông và nâng cao chất lượng nội dung. Ngoài ra, cần có cơ chế khuyến khích, ghi nhận và khen thưởng kịp thời đối với sinh viên cũng như giảng viên tham gia truyền thông nhằm thúc đẩy động lực và tinh thần cống hiến. Mô hình này có thể được nghiên cứu mở rộng áp dụng tại các đơn vị khác trong Trường ĐHSPKT - ĐHĐN, phù hợp với định hướng chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Quyết định số 1705/QĐ-TTg ngày 31/12/2024 Quyết định Phê duyệt Chiến lược phát triển giáo dục đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 của Thủ tướng Chính phủ (<https://moet.gov.vn/tintuc/Pages/tin-tong-hop.aspx?ItemID=10213>)

[2] Nguyễn Thị Mỹ Lộc (2017). Truyền thông trong giáo dục hiện đại. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.

[3] Nguyễn Văn Hiếu (2022). Truyền thông số trong giáo dục đại học – Cơ hội và thách thức. Tạp chí Khoa học Giáo dục Việt Nam, 18(3), tr. 45-52.

[4] UNESCO (2019). Future of Education: Learning to Become. UNESCO Publishing

[5] <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370801>

[6] Trần Quang Bình (2020). Xây dựng mô hình tổ chức truyền thông sinh viên trong trường đại học. Tạp chí Khoa học Giáo dục, 18(2), 35-42.

[7] Kotler, P., & Fox, K.F.A. (1995). Strategic Marketing for Educational Institutions. 2nd edition, Prentice Hall

[8] <http://khoaktxd.ute.udn.vn/default.aspx>

[9] <https://www.facebook.com/khoakythuatxaydung/>

[10] <https://www.youtube.com/@civilengineeringdepartment517>

Thông tin về tác giả

	Trần Thị Phương Huyền			
	Bậc đào tạo	Nơi đào tạo	Chuyên ngành	Năm tốt nghiệp
	Đại học	Trường Đại học Bách Khoa - Đại học Đà Nẵng	Cầu đường	2007
	Thạc sỹ	Trường Cầu đường Paris (Ecole des Ponts ParisTech) (ENPC), Cộng hòa Pháp	Cơ học đất, cơ học đá MSROE	2012
	Tiến sỹ	Đại học Côte d’Azur, Nice, Cộng hòa Pháp	Khoa học Trái đất và các hành tinh	2016
<p>- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Trường Bộ môn Cầu đường, Khoa Kỹ thuật Xây dựng, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng</p> <p>- Lĩnh vực quan tâm: Cơ học đất, Địa kỹ thuật, Vật liệu xây dựng, Giao thông, Giáo dục</p>				

NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG TRỰC TUYẾN: KHAI THÁC TIỀM NĂNG TỪ WEBSITE NHÀ TRƯỜNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

IMPROVING ONLINE COMMUNICATION EFFICIENCY: UNLEASHING THE POTENTIAL OF SCHOOL WEBSITES IN THE DIGITAL AGE

Tô Đức Nhuận, Phùng Thị Thu Hiền, Phạm Thị Cúc*

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Nam Định

To Duc Nghan, Phung Thi Thu Hien¹, Pham Thi Cuc¹*

Namdinh University of Technology Education; tdnhuan@nute.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): To Duc Nghan (email: tdnhuan@nute.edu.vn)*

Tóm tắt - Trong kỷ nguyên số, website là kênh truyền thông và công cụ xây dựng thương hiệu thiết yếu cho các cơ sở giáo dục đại học. Nghiên cứu này đánh giá hiệu quả truyền thông website của 251 trường đại học tại Việt Nam, thông qua phân tích các yếu tố về nội dung, kỹ thuật, tương tác người dùng và chiến lược SEO. Bài viết đề xuất và so sánh hai phương pháp tính Chỉ số hiệu quả truyền thông (CEI): một phiên bản CEI (với các yếu tố có trọng số bằng nhau) và một phiên bản CEIweighted_PCA (với trọng số yếu tố được xác định khách quan từ phân tích thành phần chính). Kết quả phân tích với CEI không có trọng số cho thấy thông tin giảng dạy, sự hiện diện của các liên kết đến mạng xã hội, SEO và đầu tư công nghệ có mối tương quan mạnh mẽ với hiệu quả truyền thông tổng thể. Đáng chú ý, khi áp dụng phương pháp PCA, yếu tố 'Form thu thập thông tin phản hồi' nổi lên với vai trò chi phối trong việc hình thành CEIweighted_PCA, nhấn mạnh tầm quan trọng của tương tác người dùng. Từ những phân tích này, nghiên cứu đưa ra các khuyến nghị cụ thể nhằm nâng cao năng lực truyền thông số cho các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam.

Từ khóa - Website đại học; Truyền thông số; Tối ưu hóa SEO; Mạng xã hội; Chỉ số hiệu quả truyền thông

Abstract - In the digital era, websites are essential communication channels and brand-building tools for higher education institutions. This study evaluates the website communication effectiveness of 251 universities in Vietnam by analyzing content, technical factors, user interaction, and SEO strategies. The paper proposes and compares two methods for calculating a Communication Effectiveness Index (CEI): an unweighted CEI version (with equally weighted factors) and a CEIweighted_PCA version (where factor weights are objectively determined through Principal Component Analysis). Analysis using the unweighted CEI indicates that academic information, social media presence, SEO, and technological investment are strongly correlated with overall communication effectiveness. Notably, when applying the PCA method, the 'User Feedback Forms' emerges with a dominant role in shaping the CEIweighted_PCA, underscoring the importance of user interaction. Based on these analyses, the study provides specific recommendations to enhance the digital communication capabilities of Vietnamese higher education institutions.

Keywords - University website; Digital communication; SEO optimization; Social media; CEI

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ, website không chỉ đóng vai trò như một kênh cung cấp thông tin và truyền thông nội bộ mà còn là công cụ chiến lược để các cơ sở giáo dục đại học xây dựng thương hiệu, thu hút thí sinh và nâng cao uy tín. Tuy nhiên, thực tế cho thấy không phải tất cả các website trường đại học đều đạt được hiệu quả truyền thông như kỳ vọng; một số trang thể hiện hiệu quả vượt trội, trong khi nhiều trang khác chỉ dừng ở mức trung bình. Điều này đặt ra câu hỏi then chốt: Vậy đâu là những yếu tố quyết định hiệu quả truyền thông của một website đại học? Để trả lời câu hỏi này, nghiên cứu không chỉ dừng lại ở việc xác định các yếu tố đơn lẻ mà còn đi sâu vào việc xây dựng và kiểm nghiệm Chỉ số hiệu quả truyền thông (CEI – Communication Effectiveness Index) – một thước đo tổng hợp, đa chiều. Thông qua việc phát triển CEI, bao gồm cả phiên bản có trọng số khách quan được xác định bằng phân tích thành phần chính (PCA), bài báo mong muốn cung cấp một công cụ đánh giá hiệu quả truyền thông website một cách khoa học, phù hợp với bối cảnh đặc thù của các trường đại học Việt Nam.

Đặc biệt, trong bối cảnh Bộ Giáo dục và Đào tạo ban

hành Thông tư số 09/2024/TT-BGDĐT ngày 03/6/2024[1] về công khai thông tin của các cơ sở giáo dục, nghiên cứu này càng có ý nghĩa cấp thiết. Thông tư yêu cầu các trường đại học phải công khai đầy đủ thông tin về tổ chức, hoạt động, điều kiện đảm bảo chất lượng, kết quả giáo dục và nghiên cứu trên công thông tin điện tử của mình. Nghiên cứu này, vì vậy, tiến hành thu thập và phân tích dữ liệu từ nhiều website trường đại học tại Việt Nam, xem xét các tiêu chí bao gồm mức độ tuân thủ quy định của Bộ, các yếu tố kỹ thuật, mức độ tương tác người dùng, lưu lượng truy cập, thứ hạng và việc triển khai chiến lược tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO). Mục tiêu là xác định các yếu tố then chốt giúp tối ưu hóa hiệu quả truyền thông, qua đó cung cấp cơ sở khoa học và công cụ thực tiễn giúp các cơ sở giáo dục đại học không chỉ tuân thủ quy định một cách hình thức mà còn nâng cao tính minh bạch, khả năng tiếp cận thông tin và hiệu quả thu hút các đối tượng mục tiêu.

Tổng quan các nghiên cứu trước đây cho thấy vai trò quan trọng của truyền thông số và tối ưu hóa website trong việc nâng cao thương hiệu đại học. Fan & Sun [4] chỉ ra việc sử dụng nền tảng trực tuyến giúp cải thiện hình ảnh và thu hút sinh viên, trong khi Indrawaty & Nursamawi [5]

nhấn mạnh nội dung trực quan và tương tác cao trên Instagram trong việc thu hút sự quan tâm của sinh viên Gen Z. Các yếu tố như từ khóa, nội dung hấp dẫn và quảng cáo cũng được Putri [6] và [2] khẳng định có ảnh hưởng lớn đến hiệu quả truyền thông. Mặc dù vậy, vẫn còn khoảng trống đáng kể trong việc xây dựng một chỉ số tổng hợp, toàn diện để đánh giá và so sánh hiệu quả truyền thông website trong bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam, đặc biệt là một chỉ số có xem xét đến các yếu tố đặc thù và quy định một gia. Hơn nữa, việc áp dụng các phương pháp khách quan như PCA để xác định trọng số cho các yếu tố cấu thành hiệu quả truyền thông website đại học tại Việt Nam cũng là một lĩnh vực cần được khai phá thêm. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm giải quyết những khoảng trống đó.

Trong số các nghiên cứu cụ thể, Shayegan và Kouhzadi [8] đã đánh giá ảnh hưởng của các yếu tố SEO đến thứ hạng website đại học, phân tích 38 chỉ số SEO và nhận thấy các yếu tố như backlinks, xếp hạng Alexa và Page Rank có tác động đáng kể. Các tác giả kết luận rằng việc tuân thủ kỹ thuật SEO có thể cải thiện tính hiển thị và thứ hạng Webometric, với SEO có thể ảnh hưởng đến 70% thứ hạng website. Việc tối ưu hóa On-Page và Off-Page SEO được cho là sẽ giúp tăng các chỉ số Visibility (V) và Presence (S) trong Webometrics. Tương tự, Chapleo và cộng sự [3] đã khám phá hiệu quả truyền thông thương hiệu trực tuyến của các trường đại học Vương quốc Anh, xác định các yếu tố chức năng và cảm xúc dựa trên UNESCO. Nghiên cứu này sử dụng phân tích nội dung và các kỹ thuật đa biến như logic mờ, phân tích cụm và MANOVA để đo lường mức độ lan tỏa thương hiệu, cho thấy khả năng phân khúc các trường dựa trên chiến lược truyền thông trực tuyến.

Nghiên cứu hiện tại kế thừa và phát triển từ các công trình trên, tập trung vào bối cảnh Việt Nam và đề xuất một phương pháp lượng hóa hiệu quả truyền thông website thông qua chỉ số CEI, với hy vọng đóng góp cả về mặt lý luận và thực tiễn cho các cơ sở giáo dục đại học.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Bộ dữ liệu để phân tích

Kết hợp giữa phương pháp thu thập thông tin thủ công và một số công cụ trực tuyến chúng tôi thu thập thông tin từ website của 251 cơ sở giáo dục đại học trên toàn quốc. Mỗi website được mô tả thông qua 22 biến định tính và định lượng, phản ánh các yếu tố liên quan đến hiệu quả truyền thông. Các nhóm chỉ số bao gồm:

Thông tin định danh: tên trường, loại hình (công lập/tư thực), khu vực địa lý, và địa chỉ website.

Nội dung truyền thông: sự hiện diện của các mục như tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu, lịch sử hình thành và phát triển được mã hóa nhị phân (0: không có, 1: có), một số thông tin khác như thông tin về giảng dạy, thông tin về chi phí học, thông tin về quyền lợi của người học, chiến lược SEO (mức độ sử dụng markup language như schema.org, microdata, RDFa, JSON-LD) được đánh giá theo thang đo từ 0 đến 5 phản ánh mức độ sử dụng hoặc mức độ đầy đủ của thông tin.

Hiệu suất kỹ thuật và tiếp cận: tổng số lượt truy cập,

thời gian phản hồi, thứ hạng website (Google rank), chi phí công nghệ ước lượng.

Tương tác và mở rộng: mức độ hiện diện trên mạng xã hội, liên kết ngoài, bản đồ chỉ dẫn, và sự hiện diện của các form thu thập ý kiến phản hồi cũng được mã hóa nhị phân (0: không có, 1: có).

2.2. Phân tích tính đầy đủ thông tin theo thông tư

Số liệu thống kê về các nhân tố truyền thông theo trong bộ dữ liệu, bao gồm: Số lượng giá trị không bị thiếu (count), Giá trị trung bình (mean), Độ lệch chuẩn(std), Giá trị nhỏ nhất (min), Các phân vị (quartiles), Giá trị lớn nhất (max) được tính toán và hiển thị phục vụ việc phân tích về tính đầy đủ thông tin theo Thông tư số 09/2024/TT-BGDĐT[1].

Bảng 1. Số liệu thống kê về các yếu tố truyền thông (theo yêu cầu của thông tư) của website cơ sở giáo dục đại học

	Tầm nhìn	Sứ mệnh	Mục tiêu	Lịch sử ht & pt	Thông tin về quy trình tuyển sinh	Thông tin về điểm chuẩn	Thông tin về giảng dạy	Thông tin về chi phí
count	251.0	251.0	251.0	251.0	251.0	251.0	249.000000	250.000000
mean	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.895582	1.440000
std	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.845494	0.877199
min	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	0.000000	0.000000
25%	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.000000	1.000000
50%	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	2.000000	1.000000
75%	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	2.000000	2.000000
max	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	4.000000	4.000000

Có thể thấy từ Bảng 1: tất cả 251 trường đại học trong bộ dữ liệu đều cung cấp đầy đủ các mục thông tin trên website bao gồm: tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu, lịch sử hình thành và phát triển, thông tin về tuyển sinh, và thông tin về điểm chuẩn. Tuy nhiên, có sự khác biệt về mức độ cung cấp thông tin về giảng dạy và về chi phí học tập.

2.3. Tiền xử lý dữ liệu

Để chuẩn bị cho việc phân tích và tính toán chỉ số hiệu quả truyền thông (CEI), dữ liệu thô thu thập được từ website các trường đại học được tiến hành tiền xử lý. Các bước chính trong quy trình này bao gồm:

Mã hóa biến định tính: biến 'Chi phí công nghệ', vốn được thu thập dưới dạng khoảng giá trị (ví dụ: '<10', '>50', '>1000'), đã được ánh xạ sang dạng số nguyên từ 0 đến 6, tương ứng với mức chi phí tăng dần, sau đó được chuẩn hóa về khoảng giá trị [0, 1] bằng phương pháp MinMaxScaler.

Chuẩn hóa biến định lượng: các biến định lượng liên quan trực tiếp đến các yếu tố truyền thông như 'Thông tin về giảng dạy', 'Thông tin về chi phí', 'Thông tin về quyền lợi người học', 'Chiến lược SEO', 'Mạng xã hội', và 'Form thu thập thông tin phản hồi' cũng được chuẩn hóa về khoảng giá trị [0, 1] bằng phương pháp MinMaxScaler. Quá trình này đảm bảo rằng các biến có thang đo khác nhau không ảnh hưởng không đồng đều đến kết quả phân tích và tính toán chỉ số.

Biến đổi và chuẩn hóa các biến đặc thù: hai biến 'Thứ hạng website' (Page Rank) và 'Thời gian đáp ứng' được chuyển đổi sang dạng số. Các giá trị bằng 0 hoặc không

hợp lệ được xử lý để tránh lỗi chia cho không, sau đó được tính giá trị nghịch đảo (ví dụ: ‘Thứ hạng website (inv)’ = $1 / \text{‘Thứ hạng website’}$). Việc lấy nghịch đảo giúp phản ánh đúng ý nghĩa: thứ hạng website càng nhỏ (tốt hơn) hoặc thời gian đáp ứng càng thấp (tốt hơn) thì giá trị nghịch đảo sẽ lớn hơn, đồng nghĩa với hiệu quả cao hơn.

Các biến liên tục khác bao gồm ‘Tổng số lượt truy cập’, các biến nghịch đảo vừa tạo (‘Thứ hạng website (inv)’), ‘Thời gian đáp ứng (inv)’ và biến ‘Chi phí công nghệ’ (sau khi mã hóa) sau đó cũng được chuẩn hóa về khoảng $[0, 1]$ bằng MinMaxScaler.

Lựa chọn nhân tố truyền thông để tính CEI: Mục tiêu của nghiên cứu này là xây dựng công thức tính CEI để đo lường và *phân biệt* mức độ hiệu quả truyền thông giữa các website khác nhau. Phân tích bộ dữ liệu sau khi chuyển đổi và chuẩn hóa cho thấy: i) Các yếu tố như thông tin về giảng dạy, thông tin về chi phí, thông tin về quyền lợi người học, chiến lược SEO, mạng xã hội, form thu thập phản hồi, tổng số lượt truy cập (sau khi chuẩn hóa), nghịch đảo thứ hạng website (sau khi chuẩn hóa), chi phí công nghệ (sau khi chuẩn hóa), nghịch đảo thời gian đáp ứng (sau khi chuẩn hóa) có sự biến động giữa các trường, và do đó có thể phản ánh sự khác nhau giữa các trường nên được lựa chọn tính CEI. ii) Việc tắt cả các trường đại học đều công bố tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu, lịch sử hình thành và phát triển, thông tin về tuyển sinh, và thông tin về điểm chuẩn có thể được xem là một tiêu chuẩn cơ bản, một sự tuân thủ chung, chứ không phải là một yếu tố tạo nên sự *vượt trội* hay *kém hiệu quả hơn* trong truyền thông so với các trường khác. Trong bộ dữ liệu, các biến này đều có giá trị là 1 cho thấy các yếu tố này không thay đổi giữa các đối tượng quan sát, nó không thể đóng góp vào việc phân biệt này do đó không được lựa chọn để tính CEI.

Xử lý giá trị khuyết thiếu: để đảm bảo tính toàn vẹn của dữ liệu phân tích, các hàng (quan sát) chứa bất kỳ giá trị khuyết thiếu (NaN) hoặc phát sinh (NaN) trong quá trình biến đổi (ví dụ, do chia cho 0 khi tính nghịch đảo) trên bất kỳ biến nào trong số 10 biến được lựa chọn để tính CEI đều bị loại bỏ khỏi bộ dữ liệu.

Xử lý giá trị ngoại lai (outliers): trong quá trình tiền xử lý, các giá trị dữ liệu của từng biến đã được xem xét. Mặc dù một số biến liên tục (như tổng số lượt truy cập, thứ hạng website) có thể cho thấy sự hiện diện của các giá trị lớn hơn đáng kể so với phần đông, nhóm nghiên cứu quyết định giữ lại các giá trị này. Lý do là các giá trị này được coi là phản ánh sự đa dạng thực tế và quy mô khác biệt giữa các trường đại học trong mẫu khảo sát, chứ không phải là lỗi đo lường hay nhập liệu. Việc giữ lại toàn bộ dữ liệu (sau khi đã loại bỏ các quan sát có giá trị thiếu) nhằm mục đích phân tích bức tranh tổng thể và sự khác biệt tự nhiên giữa các website, đồng thời đảm bảo không làm mất thông tin của các trường hợp đặc thù có thể có ý nghĩa trong bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam. Hơn nữa trước khi tính CEI, tất cả các biến (nhân tố truyền thông) đã được chuẩn hóa về $[0, 1]$ nên không ảnh hưởng nhiều đến kết quả của việc tính các trọng số cũng như chính CEI.

Hoàn thiện bộ dữ liệu: Sau các bước trên, các cột dữ liệu đã được xử lý và chuẩn hóa được kết hợp lại tạo thành

bộ dữ liệu cuối cùng sẵn sàng cho việc tính toán CEI.

Quy trình tiền xử lý này đảm bảo rằng dữ liệu đầu vào cho các mô hình phân tích là đồng nhất, có thể so sánh và phù hợp với các yêu cầu của thuật toán, từ đó nâng cao độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.

2.4. Tính chỉ số hiệu quả truyền thông

Chỉ số hiệu quả truyền thông (CEI) cho website của mỗi trường được tính theo công thức tính trung bình của 10 yếu tố truyền thông như đã trình bày trong phần 2.3.

Công thức hình thức tính CEI:

Gọi x_1, x_2, \dots, x_n là các biến định lượng đã được chuẩn hóa trong khoảng $[0, 1]$, đại diện cho các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông của một website trường đại học, bao gồm:

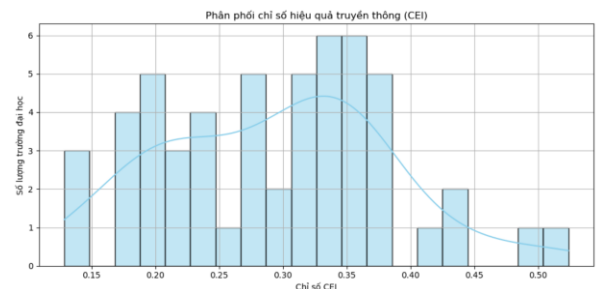
- x_1 : Thông tin về giảng dạy
- x_2 : Thông tin về chi phí
- x_3 : Thông tin về quyền lợi người học
- x_4 : Chiến lược SEO
- x_5 : Mạng xã hội
- x_6 : Form thu thập phản hồi
- x_7 : Tổng số lượt truy cập (sau khi chuẩn hóa)
- x_8 : Nghịch đảo thứ hạng website (sau khi chuẩn hóa)
- x_9 : Chi phí công nghệ (sau khi chuẩn hóa)
- x_{10} : Nghịch đảo thời gian đáp ứng (sau khi chuẩn hóa)

Khi đó, chỉ số hiệu quả truyền thông CEI được tính bằng trung bình cộng của các chỉ số chuẩn hóa:

$$CEI = \frac{1}{10} \sum_{i=1}^{10} x_i \quad (1)$$

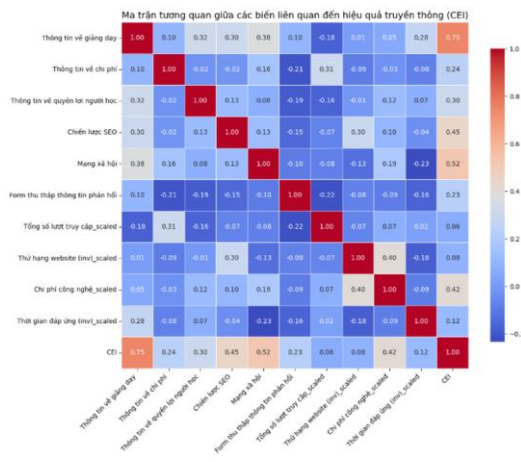
CEI tính theo công thức (1) được gọi là Chỉ số hiệu quả truyền thông không có trọng số.

Để tìm hiểu về khuynh hướng phân bố của chỉ số hiệu quả truyền thông, chúng tôi vẽ biểu đồ phân phối chỉ số CEI đối với các giá trị tính được.



Hình 1. Biểu đồ phân phối chỉ số hiệu quả truyền thông (CEI)

Bên cạnh biểu đồ phân phối chỉ số hiệu quả truyền thông, một ma trận tương quan Pearson cũng được tính toán và trực quan hóa nhằm phân tích mối quan hệ giữa các nhân tố truyền thông và chỉ số hiệu quả truyền thông cũng như mối quan hệ tương quan giữa các nhân tố truyền thông với nhau.



Hình 2. Ma trận tương quan Pearson giữa các yếu tố truyền thông và CEI không trọng số

3. Bàn luận

3.1. Tính đầy đủ thông tin theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo

Việc tất cả website 251 cơ sở giáo dục đại học được thu thập thông tin cung cấp đầy đủ các mục thông tin được quy định tại Thông tư 09/2024/TT-BGDĐT cho thấy [1] các cơ sở giáo dục đã nhận thức và thực hiện nghiêm túc trách nhiệm công khai thông tin theo đúng yêu cầu của pháp luật; ii) chứng tỏ website đã đóng vai trò là kênh truyền thông chính thức để phục vụ người học, xã hội và cơ quan quản lý nhà nước.

3.2. Hiệu quả truyền thông

Việc tính chỉ số hiệu quả truyền thông theo công thức (1) có ưu điểm là đơn giản và mang tính toàn diện vì nó tổng hợp cả yếu tố nội dung (giảng dạy, chi phí, quyền lợi...), kỹ thuật (SEO, tốc độ phản hồi), và hành vi người dùng (truy cập, phản hồi). Chỉ số này sau khi sắp xếp theo một thứ tự nào đó có thể dùng để đưa ra danh sách các cơ sở giáo dục đại học có website có chỉ số CEI cao và danh sách các cơ sở có chỉ số CEI thấp.

Biểu đồ phân phối chỉ số hiệu quả truyền thông không có trọng số cho thấy rằng phần lớn các website đại học có mức độ hiệu quả tập trung trong khoảng từ ~0.2 đến ~0.4 cho thấy sự đồng đều về chỉ số này giữa các cơ sở giáo dục đại học.

Đỉnh phân phối xuất hiện ở mức khoảng 0.35, tức là có nhiều trường đại học đạt hiệu quả truyền thông ở mức trung bình khá. Đáng chú ý, số lượng trường có chỉ số CEI trên 0.35 giảm dần, cho thấy ít đơn vị đạt mức cao hơn về truyền thông. Hơn nữa, dạng phân phối lệch trái của biểu đồ gợi ý rằng một số ít trường có chỉ số hiệu quả truyền thông cao vượt trội.

Phân tích ma trận tương quan Pearson cho thấy một số điểm nổi bật về mối liên hệ giữa các thành phần truyền thông trên website và chỉ số hiệu quả truyền thông không có trọng số (CEI):

Thông tin về giảng dạy thể hiện tương quan cao nhất với CEI (hệ số $r = 0.75$). Điều này cho thấy các trường cung

cấp thông tin học thuật rõ ràng và đầy đủ thường đạt hiệu quả truyền thông tốt hơn đáng kể.

Mạng xã hội có hệ số tương quan khá cao ($r = 0.52$), chứng tỏ mức độ hiện diện và tương tác trên nền tảng số góp phần tích cực vào khả năng truyền tải thông tin của nhà trường.

Bên cạnh thông tin về giảng dạy, sự hiện diện của các liên kết đến mạng xã hội trên trang web, các chỉ số như chi phí công nghệ ($r = 0.42$) và chiến lược SEO ($r = 0.45$) cũng cho thấy ảnh hưởng tích cực rõ rệt đến CEI, gợi ý rằng đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật số và tối ưu hóa tìm kiếm là chiến lược hiệu quả.

Các yếu tố như thời gian đáp ứng (inv) ($r = 0.12$), thứ hạng website (inv) ($r = 0.08$), và tổng số lượt truy cập_scaled ($r = 0.06$) chỉ có tương quan rất yếu với CEI phản ánh rằng *lượng truy cập hay thời gian phản hồi không nhất thiết phản ánh chất lượng truyền thông*. Mặc dù các yếu tố này có tương quan rất yếu với CEI nhưng nghiên cứu này vẫn lựa chọn để tính CEI vì i) Mục tiêu của CEI là xây dựng một chỉ số toàn diện, phản ánh nhiều khía cạnh khác nhau của hiệu quả truyền thông website; ii) Trong lĩnh vực thiết kế website, SEO, và marketing số, các yếu tố như tốc độ trang, khả năng được tìm thấy trên công cụ tìm kiếm, và lưu lượng truy cập được công nhận rộng rãi là các chỉ số hiệu suất quan trọng đối với trải nghiệm người dùng và hiệu suất website.

Thông tin về giảng dạy, thông tin quyền lợi người học, và Chiến lược SEO có mức tương quan vừa phải với nhau ($r = 0.3-0.4$), cho thấy các trường có nội dung học thuật tốt thường cũng có chiến lược SEO và thông tin quyền lợi rõ ràng hơn.

Có thể cải tiến công thức tính CEI bằng cách mở rộng các yếu tố truyền thông và kết hợp các trọng số cho mỗi yếu tố này theo công thức sau:

$$CEI_{weighted_pca} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n w_i * x_i \quad (2)$$

$$\text{với } \sum_{i=1}^n w_i = 1$$

Để xác định khách quan trọng số (w_i) cho từng yếu tố truyền thông (x_i) trong công thức (2), nghiên cứu này sử dụng phân tích thành phần chính (PCA) trên tập hợp các yếu tố đã chuẩn hóa. PCA xác định Thành phần Chính thứ nhất (PC1) – chiều nắm bắt phương sai lớn nhất trong dữ liệu, đại diện cho hiệu quả truyền thông tổng thể. Mức độ đóng góp của mỗi yếu tố x_i vào PC1 được phản ánh qua "tải trọng" (loading) của nó. Từ đó, trọng số w_i cho yếu tố x_i được tính dựa trên bình phương tải trọng của yếu tố đó trên PC1, sau đó chuẩn hóa để tổng các trọng số bằng 1. Công thức tính trọng số w_i cho biến x_i là:

$$w_i = \frac{L_{i1}^2}{\sum_{j=1}^n L_{j1}^2} \quad (3)$$

Trong đó:

i) Tải trọng L_{i1} của biến x_i trên thành phần chính thứ 1 (PC1) chính là hệ số tương quan trực tiếp giữa biến gốc x_i

và PC1, điều này thường đúng khi dữ liệu đầu vào PCA đã được chuẩn hóa (standardized).

ii) n là tổng số yếu tố truyền thông.

Áp dụng phương pháp PCA trên tập hợp 10 yếu tố truyền thông đã chuẩn hóa (bằng MinMaxScaler), trọng số w_i cho từng yếu tố, được tính theo công thức (3) dựa trên tải trọng của chúng trên thành phần chính thứ nhất (PC1), được trình bày như sau:

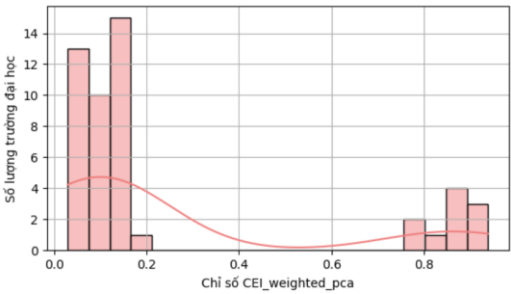
Bảng 2. Trọng số (w_i) của các yếu tố truyền thông xác định từ Phân tích Thành phần Chính (PCA)

TT	Yếu tố truyền thông (x_i)	Trọng số (w_i)
1	Thông tin về giảng dạy	0.0000
2	Thông tin về chi phí	0.0147
3	Thông tin về quyền lợi người học	0.0151
4	Chiến lược SEO	0.0358
5	Mạng xã hội	0.0915
6	Form thu thập thông tin phản hồi	0.7756
7	Tổng số lượt truy cập_scaled	0.0066
8	Thứ hạng website (inv)_scaled	0.0142
9	Chi phí công nghệ_scaled	0.0458
10	Thời gian đáp ứng (inv)_scaled	0.0008

Kết quả trọng số trên cho thấy một sự phân bổ rất không đồng đều về tầm quan trọng của các yếu tố khi được xác định bởi PCA. Nổi bật nhất, yếu tố 'Form thu thập thông tin phản hồi' chiếm một tỷ trọng áp đảo (~ 0.7756), cho thấy rằng, theo cấu trúc phương sai của dữ liệu, sự hiện diện và chất lượng của cơ chế thu thập phản hồi từ người dùng là yếu tố đóng góp lớn nhất vào Thành phần Chính thứ nhất (PC1). Điều này ngụ ý rằng PC1, và do đó là $CEI_{weighted_pca}$ được xây dựng dựa trên nó, chủ yếu phản ánh khía cạnh tương tác và lắng nghe người dùng này.

Ngược lại, yếu tố 'Thông tin về giảng dạy' nhận trọng số ~ 0.0000 . Điều này có nghĩa là, mặc dù 'Thông tin về giảng dạy' có tương quan cao nhất với CEI không trọng số (theo Hình 2, ~ 0.75), nhưng trong quá trình hình thành PC1 (chiều phương sai lớn nhất), đóng góp riêng biệt của nó gần như không có hoặc đã được các yếu tố khác (đặc biệt là 'Form thu thập thông tin phản hồi') đại diện hoặc lấn át. Các yếu tố khác như 'Mạng xã hội' (~ 0.0915), 'Chi phí công nghệ_scaled' (~ 0.0458), và 'Chiến lược SEO' (~ 0.0358) có những đóng góp khiêm tốn hơn, trong khi các yếu tố còn lại ('Thông tin về chi phí', 'Thông tin về quyền lợi người học', 'Tổng số lượt truy cập_scaled', 'Thứ hạng website (inv)_scaled', 'Thời gian đáp ứng (inv)_scaled') có trọng số rất nhỏ.

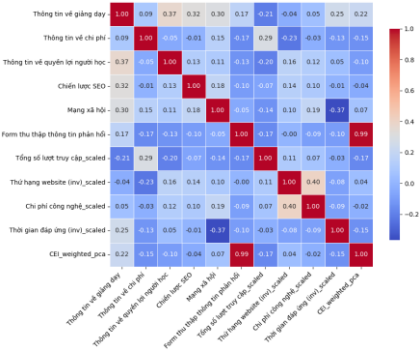
Sau khi xác định trọng số w_i cho từng yếu tố truyền thông theo công thức (3), $CEI_{weighted}$ (công thức 2) được tính toán cho mỗi trường đại học. Phân phối của chỉ số này, thể hiện hiệu quả truyền thông có trọng số dựa trên phương pháp PCA, được trực quan hóa trong Hình 3.



Hình 3. Biểu đồ phân phối CEI có trọng số tính theo PCA

Quan sát phân phối CEI có trọng số tính theo phương pháp PCA (Hình 3) cho thấy sự phân cực rõ ràng hơn. Có một cụm lớn các trường tập trung ở phía điểm số thấp (khoảng 0.05 - 0.20) và một cụm nhỏ hơn nhưng tách biệt ở phía điểm số cao (khoảng 0.75 - 0.90). Khoảng giữa (từ 0.2 đến 0.7) gần như không có trường nào. Phương pháp PCA, bằng cách gán trọng số khác nhau cho các yếu tố dựa trên đóng góp của chúng vào phương sai chung, dường như đã khuếch đại sự khác biệt giữa các nhóm trường. Nó có thể đã xác định được những yếu tố thực sự tạo nên sự "vượt trội" hoặc "kém hiệu quả rõ rệt", dẫn đến việc các trường được phân nhóm một cách rõ ràng hơn thành nhóm "hiệu quả cao", "hiệu quả thấp". Điều này giúp việc nhận diện các nhóm trường có đặc điểm khác nhau trở nên dễ dàng hơn.

Để hiểu rõ hơn về bản chất của $CEI_{weighted_pca}$ và sự thay đổi trong mối quan hệ của các yếu tố truyền thông so với chỉ số CEI không trọng số, chúng tôi tiến hành phân tích ma trận tương quan của các yếu tố với $CEI_{weighted_pca}$ (Hình 4).



Hình 4. Ma trận tương quan Pearson giữa các yếu tố truyền thông và $CEI_{weighted_pca}$

Quan sát ma trận tương quan giữa các yếu tố và $CEI_{weighted_pca}$ (Hình 4), chúng ta có thể rút ra một số nhận xét quan trọng khi so sánh với Ma trận tương quan của CEI không trọng số (Hình 2):

Sự thay đổi nổi bật trong vai trò của 'Form thu thập thông tin phản hồi' – yếu tố phản ánh yếu tố tương tác với người dùng:

Trong Hình 2, 'Form thu thập thông tin phản hồi' có tương quan tương đối thấp với CEI ($r \approx 0.23$). Tuy nhiên, trong Hình 4, nó thể hiện một mối tương quan mạnh và vượt trội với $CEI_{weighted_pca}$ ($r \approx 0.99$). Điều này cho thấy phương pháp PCA đã xác định đây là yếu tố có đóng góp lớn nhất (thông qua trọng số w_i cao nhất) vào việc hình thành Thành phần Chính thứ nhất (PC1), và do đó, nó gần

như quyết định giá trị của $CEI_{weighted_pca}$. Từ đó cho thấy, việc áp dụng trọng số PCA đã làm thay đổi đáng kể bản chất mối quan hệ của yếu tố này với hiệu quả truyền thông tổng thể. $CEI_{weighted_pca}$ giờ đây nhấn mạnh rằng khả năng thu thập phản hồi từ người dùng (hoặc sự hiện diện của cơ chế này) là một yếu tố then chốt, có tính phân loại cao trong việc đánh giá hiệu quả website theo mô hình PCA. Điều này cho thấy tính ưu việt thực sự của $CEI_{weighted_pca}$ nằm ở khả năng xác định và khuếch đại những yếu tố có ảnh hưởng chi phối đến sự khác biệt về hiệu quả giữa các website, dựa trên cấu trúc dữ liệu thực tế.

Giảm sút vai trò tương quan của các yếu tố khác với $CEI_{weighted_pca}$:

Các yếu tố như 'Thông tin về giảng dạy' (tương quan với CEI không trọng số là $r \approx 0.75$), 'Mạng xã hội' ($r \approx 0.52$), 'Chiến lược SEO' ($r \approx 0.45$), và 'Chi phí công nghệ_scaled' ($r \approx 0.42$) vốn có tương quan từ khá cao đến cao với CEI này. Tuy nhiên, khi xét với $CEI_{weighted_pca}$ (Hình 4), các yếu tố này đều có mối tương quan giảm đi đáng kể, thậm chí một số trở nên rất yếu hoặc gần như không tương quan (ví dụ: 'Thông tin về giảng dạy' với $CEI_{weighted_pca}$ là $r \approx 0.22$, 'Mạng xã hội' là $r \approx 0.07$, 'Chiến lược SEO' là $r \approx -0.04$). Điều này không nhất thiết có nghĩa là các yếu tố này trở nên "không quan trọng". Thay vào đó, nó cho thấy rằng trong cấu trúc phương sai mà PCA (và do đó là $CEI_{weighted_pca}$) nắm bắt, sự đóng góp của chúng bị "lấn át" bởi 'Form thu thập thông tin phản hồi'. Việc áp dụng trọng số PCA đã tái cấu trúc lại tầm quan trọng tương đối của các yếu tố trong việc định hình chỉ số hiệu quả tổng thể. Nó cho thấy rằng, nếu 'Form thu thập thông tin phản hồi' là yếu tố chủ đạo mà PCA nhận diện, thì các yếu tố khác, dù vẫn có giá trị riêng, nhưng không giải thích nhiều cho sự biến thiên trên chiều (dimension) chính mà $CEI_{weighted_pca}$ đo lường.

Các yếu tố có tương quan yếu ban đầu vẫn giữ tương quan yếu hoặc thay đổi không đáng kể:

Các yếu tố như 'Tổng số lượt truy cập_scaled', 'Thứ hạng website (inv)_scaled', 'Thời gian đáp ứng (inv)_scaled' vốn đã có tương quan rất yếu với CEI không trọng số. Với $CEI_{weighted_pca}$, mối tương quan của chúng cũng không có sự cải thiện đáng kể, thậm chí một số có thể đổi chiều nhẹ nhưng vẫn ở mức rất thấp. Điều này củng cố thêm nhận định rằng, ngay cả khi được xem xét trong một mô hình có trọng số dựa trên phương sai, các yếu tố này vẫn không phải là nhân tố chính tạo ra sự khác biệt lớn về hiệu quả truyền thông tổng thể theo cách mà PCA định nghĩa.

Đánh giá chung về việc áp dụng trọng số PCA và tính ưu việt của $CEI_{weighted_pca}$:

Trọng số tính theo PCA đã thay đổi đáng kể cách các yếu tố liên quan đến hiệu quả truyền thông tổng thể so với CEI không có trọng số. Ưu điểm của $CEI_{weighted_pca}$ là khách quan hóa được tầm quan trọng của các yếu tố dựa trên dữ liệu – nổi bật là vai trò của 'Form thu thập thông tin phản hồi' – và tăng cường khả năng phân tách các nhóm trường, như thấy rõ qua sự phân cực của phân phối (Hình 3), vốn được định hướng bởi các yếu tố có trọng số cao. Nếu chấp nhận kết quả từ PCA, các trường có thể cần tập trung nhiều hơn vào các yếu tố được PCA đánh giá cao

(như cơ chế thu thập phản hồi) để cải thiện đáng kể hiệu quả website theo thước đo này.

4. Kết luận và kiến nghị

Nghiên cứu này khẳng định website là một công cụ truyền thông trọng yếu của các cơ sở giáo dục đại học, với hiệu quả được quyết định bởi việc cung cấp thông tin học thuật rõ ràng, đầy đủ, sự hiện diện tích cực trên mạng xã hội, chiến lược SEO hiệu quả và đầu tư công nghệ thích đáng. Đóng góp chính của bài báo là việc xây dựng và kiểm nghiệm chỉ số hiệu quả truyền thông (CEI) – một thước đo tổng hợp, toàn diện, có lồng ghép tiêu chí tuân thủ quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo và áp dụng phân tích thành phần chính (PCA) để xác định trọng số khách quan cho các yếu tố cấu thành. Cách tiếp cận này đã cung cấp những hiểu biết sâu sắc về hiệu quả truyền thông website trong bối cảnh đặc thù của giáo dục đại học Việt Nam.

Từ những kết quả đạt được, nghiên cứu khuyến nghị các trường đại học cần chiến lược hóa việc công khai thông tin theo thông tư của Bộ Giáo dục và Đào tạo, xem đây là cơ hội nâng cao tính minh bạch và sức cạnh tranh. Điều này bao gồm việc làm giàu nội dung chi tiết, đầu tư vào công nghệ (như AI chatbots để cá nhân hóa trải nghiệm), tối ưu hóa SEO kỹ thuật, đảm bảo hiệu suất website, và thiết lập cơ chế thu thập phản hồi đa chiều để cải tiến liên tục. Đối với Bộ Giáo dục và Đào tạo, kiến nghị cần ban hành các hướng dẫn chi tiết, chia sẻ thực hành tốt nhất về truyền thông website, đồng thời triển khai chương trình hỗ trợ nâng cao năng lực số và thúc đẩy nghiên cứu ứng dụng trong lĩnh vực này, nhằm tạo nền tảng cho sự phát triển đồng bộ và hiệu quả trên toàn ngành.

Đóng góp của bài báo này không những nằm ở việc xây dựng và kiểm nghiệm hai phương pháp tính chỉ số hiệu quả truyền thông (CEI) và những phân tích chi tiết làm căn cứ để đưa ra khuyến nghị trực tiếp cho các cơ sở giáo dục đại học và cơ quan quản lý ngành mà còn mang ý nghĩa đóng góp thiết thực vào việc thực hiện các mục tiêu lớn của quốc gia. Cụ thể, việc nâng cao hiệu quả truyền thông website của các trường đại học, như nghiên cứu đã chỉ ra, sẽ góp phần thực hiện "Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030" [9], đặc biệt trong lĩnh vực giáo dục. Đồng thời, các phân tích và khuyến nghị về tối ưu hóa website, ứng dụng công nghệ và tăng cường tương tác người dùng hoàn toàn phù hợp với các định hướng trong 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" [10]. Hơn nữa, một hệ thống website đại học mạnh mẽ, minh bạch và hiệu quả về truyền thông là nền tảng quan trọng để hiện thực hóa các mục tiêu trong Chiến lược phát triển giáo dục đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 [11], góp phần nâng cao chất lượng giáo dục đại học Việt Nam và hội nhập quốc tế.

Một đóng góp khác của nghiên cứu này là mang đến một góc nhìn bổ sung giá trị khi so sánh với các hệ thống xếp hạng quốc tế như Webometrics - bảng đánh giá mức độ hiện diện và ảnh hưởng của các trường đại học trên môi trường trực tuyến. Trong khi Webometrics chủ yếu đánh giá dựa trên số lượng liên kết từ các website bên ngoài trở về website của trường, phản ánh mức độ phổ biến và ảnh

hưởng của trường trên internet [7], chỉ số hiệu quả truyền thông (CEI) của chúng tôi đi sâu hơn vào cấu trúc nội dung, yếu tố kỹ thuật cụ thể, tương tác người dùng, và đặc biệt là sự tuân thủ các quy định về công khai thông tin của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Hơn nữa, việc CEI sử dụng phân tích thành phần chính (PCA) để xác định trọng số khách quan cho từng yếu tố mang lại một đánh giá linh hoạt, dựa trên dữ liệu, giúp phản ánh tầm quan trọng tương đối của các yếu tố trong bối cảnh cụ thể. Do đó, CEI đóng vai trò là một công cụ chuyên biệt, hỗ trợ cho các bằng xếp hạng hiện có, giúp các trường đại học Việt Nam định hướng cải tiến website một cách toàn diện và chiến lược hơn.

5. Hạn chế của nghiên cứu và Hướng phát triển trong tương lai

Nghiên cứu này đã nỗ lực xây dựng và đánh giá chỉ số hiệu quả truyền thông (CEI) cho website các trường đại học Việt Nam, cung cấp những hiểu biết ban đầu và công cụ hữu ích. Tuy nhiên, công trình vẫn còn một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, việc đánh giá một số yếu tố (ví dụ: mức độ đầy đủ thông tin giảng dạy, chiến lược SEO) dựa trên thang đo định sẵn và có thể có yếu tố chủ quan do đó có thể chưa phản ánh hết sự đa dạng và chiều sâu chất lượng. Thứ hai, CEI, kể cả khi có trọng số PCA, chủ yếu dựa trên các dữ liệu định lượng và cấu trúc website mà chưa trực tiếp đo lường trải nghiệm hoặc nhận thức của người dùng cuối. Thứ ba, số liệu nghiên cứu được thu thập một thời điểm, chưa phản ánh được sự phát triển và thay đổi của website theo thời gian.

Trong bối cảnh Đảng và Nhà nước Việt Nam đang mạnh mẽ thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia, các trường đại học giữ vai trò tiên phong trong quá trình này, cùng với sự phát triển không ngừng của công nghệ thông tin, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo (AI), các hướng nghiên cứu tiếp theo có thể tập trung vào:

Đánh giá sâu hơn về chất lượng nội dung và trải nghiệm người dùng: kết hợp phương pháp định lượng với các nghiên cứu định tính (ví dụ: phỏng vấn sâu, nhóm tập trung, phân tích nội dung chi tiết) để hiểu rõ hơn về cách người dùng thực sự tương tác và cảm nhận về chất lượng thông tin, thiết kế và tính hữu dụng của website. Áp dụng các kỹ thuật kiểm thử người dùng (usability testing) để thu thập phản hồi trực tiếp.

Nghiên cứu tác động của AI đến hiệu quả truyền thông website: phân tích cụ thể vai trò và hiệu quả của việc tích hợp các ứng dụng AI như chatbot thông minh, hệ thống cá nhân hóa nội dung, công cụ phân tích dữ liệu người dùng

dựa trên AI trong việc nâng cao CEI và các chỉ số tương tác khác.

Mở rộng các yếu tố đánh giá trong CEI: nghiên cứu tích hợp các yếu tố liên quan đến an ninh thông tin, bảo vệ dữ liệu cá nhân trên website, đặc biệt quan trọng trong bối cảnh chuyển đổi số và gia tăng thu thập dữ liệu.


Mối liên hệ giữa CEI và các chỉ số hoạt động khác của trường đại học: nghiên cứu mối tương quan giữa điểm số CEI của website với các kết quả hoạt động cụ thể của nhà trường như tỷ lệ tuyển sinh, mức độ hài lòng của sinh viên, khả năng thu hút hợp tác quốc tế, hoặc hiệu quả của các chương trình đào tạo trực tuyến.



Xây dựng mô hình dự đoán hiệu quả truyền thông: sử dụng các kỹ thuật học máy (Machine Learning) để xây dựng mô hình dự đoán CEI dựa trên các đặc điểm thiết kế, kỹ thuật và nội dung của website, giúp các trường chủ động hơn trong việc tối ưu hóa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Giáo dục và Đào tạo. (2024). *Thông tư số 09/2024/TT-BGDĐT về công khai thông tin giáo dục*.
- [2] Bukhari, E., & Nursal, M. F. (2025). The influence of eWOM, social media marketing, and brand ambassadors on university selection decisions. *Higher Education Branding Journal*, 10(4), 203-225.
- [3] Chapleo, C., Carrillo Durán, M. V., & Castillo Díaz, A. (2011). Do UK universities communicate their brands effectively through their websites?. *Journal of Marketing for Higher Education*, 21(1), 25-46.
- [4] Fan, P., & Sun, W. (2024). The role of digital branding in higher education. *Journal of Educational Marketing*, 12(3), 45-67.
- [5] Indrawaty, M., & Nursamawi, N. (2024). Generation Z's behavior towards university branding on Instagram. *International Journal of Digital Communication*, 8(2), 112-130.
- [6] Putri, K. A. P. (2025). Digital marketing strategies for enhancing university brand awareness. *Marketing & Education Review*, 15(1), 78-95.
- [7] Sarwar, R., Zia, A., Nawaz, R., Fayoumi, A., Aljohani, N. R., & Hassan, S. U. (2021). Webometrics: evolution of social media presence of universities. *Scientometrics*, 126, 951-967.
- [8] Shayegan, M. J., & Kouhzadi, M. (2020). *An analysis of the impact of SEO on university website ranking*. arXiv:2009.12417. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2009.12417>
- [9] Thủ tướng Chính phủ. (2020). *Quyết định số 749/QĐ-TTg Phê duyệt "Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030"*.
- [10] Thủ tướng Chính phủ. (2022). *Quyết định số 131/QĐ-TTg 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"*.
- [11] Thủ tướng Chính phủ. (2024). *Quyết định số 1705/QĐ-TTg Phê duyệt Chiến lược phát triển giáo dục đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045)*

Thông tin về tác giả

	<p>Tô Đức Nhuận:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Năm 2002 tốt nghiệp Đại học Bách khoa Hà Nội ngành Toán-Tin ứng dụng; Năm 2008 tốt nghiệp Thạc sĩ Khoa học máy tính tại Học viện kỹ thuật Quân sự; Năm 2021 tốt nghiệp Tiến sĩ chuyên ngành Công nghệ phần mềm và các Hệ thống thông minh tại Đại học Alberta, Ca-na-đa.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Trưởng bộ môn CNTT, Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Nam Định- Lĩnh vực quan tâm: Semantic Web, Fuzzy logic and Fuzzy system, Data Mining, Machine Learning, Optimizaiton- Điện thoại: 0795586626
--	--

	<p>Phùng Thị Thu Hiền:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Năm 2005 tốt nghiệp Cao Đẳng Sư phạm Kỹ thuật Nam Định ngành CNTT. Năm 2007 tốt nghiệp Đại học Sư phạm kỹ thuật TP. HCM ngành CNTT. Năm 2012 tốt nghiệp thạc sĩ Hệ thống thông tin tại Học viện kỹ thuật Quân sự.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên CNTT, trường đại học Sư phạm Kỹ thuật Nam Định- Lĩnh vực quan tâm: UI/UX Design, Semantic Web, Fuzzy logic and Fuzzy system, AI&Machine Learning, Information Systems- Điện thoại: 0946947858
	<p>Phạm Thị Cúc:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Năm 2006 tốt nghiệp Học viện bưu chính viễn thông ngành CNTT. Năm 2014 tốt nghiệp thạc sĩ Hệ thống thông tin tại Đại học Công nghệ - Đại học Quốc gia HN.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên CNTT, trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Nam Định- Lĩnh vực quan tâm: Semantic Web, Fuzzy logic and Fuzzy system, Machine Learning, Optimizaiton- Điện thoại: 0948268622

NÂNG CAO NĂNG LỰC CHUYỂN ĐỔI SỐ CHO GIẢNG VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢNG BÌNH TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

DEVELOPING DIGITAL TRANSFORMATION SKILLS FOR LECTURERS OF QUANG BINH UNIVERSITY IN THE DIGITAL ERA

Phan Thị Quỳnh Trang

Trường Đại học Quảng Bình

Phan Thị Quỳnh Trang

Quang Binh university; Email: Tranguniqb@gmail.com

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Phan Thị Quỳnh Trang (email: Tranguniqb@gmail.com)*

Tóm tắt - Nghiên cứu này tập trung vào vấn đề nâng cao năng lực chuyển đổi số (CDS) cho đội ngũ giảng viên tại Trường Đại học Quảng Bình (ĐHQB) trong bối cảnh kỷ nguyên số đang tác động mạnh mẽ đến giáo dục đại học. Khung năng lực số của giảng viên Trường ĐHQB bao gồm 4 khung năng lực cơ bản: năng lực công nghệ thông tin cơ bản (CNTT), năng lực thiết kế, triển khai và đánh giá giáo dục, năng lực bồi dưỡng sinh viên về ứng dụng công nghệ số và năng lực giao tiếp và cộng tác trong môi trường giáo dục số. Trên cơ sở mô hình nghiên cứu đề xuất kế thừa từ nghiên cứu khung năng lực của Uerz [2] kết hợp với dữ liệu sơ cấp thu được từ 147 phiếu khảo sát hợp lệ, kết quả phân tích cho thấy điểm mạnh, điểm yếu trong ứng dụng năng lực số của giảng viên trong từng khung năng lực cụ thể, từ đó đề xuất giải pháp nhằm giúp giảng viên Trường ĐHQB thích ứng và phát huy vai trò của mình trong quá trình chuyển đổi số của nhà trường và ngành giáo dục.

Từ khóa - khung năng lực số; chuyển đổi số; Đại học Quảng Bình

1. Đặt vấn đề

Với bề dày hơn 80 năm kể từ sau Cách mạng Tháng Tám (năm 1945) sự nghiệp giáo dục đại học hình thành và phát triển, Đảng ta luôn kiên định, nhất quán khẳng định giáo dục - đào tạo là quốc sách hàng đầu và đầu tư cho giáo dục là đầu tư cho phát triển. Việc không ngừng đổi mới, nâng cao chất lượng đào tạo, phương pháp đào tạo theo chuẩn quốc tế là thước đo để đánh giá sự thăng tiến về thứ hạng của các trường đại học đi đôi với sự tăng cường về chất lượng của đội ngũ giảng viên theo chuẩn quốc tế.

Trong bài viết “Chuyển đổi số - Động lực quan trọng phát triển lực lượng sản xuất, hoàn thiện quan hệ sản xuất, đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới”, Tổng Bí thư Tô Lâm nhấn mạnh “chúng ta đang đứng trước yêu cầu phải có một cuộc cách mạng với những cải cách mạnh mẽ, toàn diện để điều chỉnh quan hệ sản xuất, tạo động lực mới cho phát triển. Đó là cuộc cách mạng chuyển đổi số. Chủ trương đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển kinh tế số là một trong những quan điểm thể hiện ý chí, khát vọng phát triển đất nước trong giai đoạn mới.” Việt Nam là quốc gia có dân số trẻ, thông minh, với tinh thần ham học hỏi. Với tố chất của người Việt, việc tiếp cận các ngành thuộc lĩnh vực STEM rất thuận lợi. Đây là lợi thế rất căn bản và nền tảng

Abstract - This study focuses on enhancing the digital competencies for digital transformation (DT) of lecturers at Quang Binh University (QBU) in the context of the digital age which has had a significant impact on higher education. The digital competency framework for Quang Binh University lecturers includes four basic competency areas: competency in basic Information Technology (IT), competency in designing, implementing, and evaluating education, competency in guiding students to apply digital technology, and competency in communication and collaboration within a digital education environment. Based on the proposed research model, drawing upon Uerz's (2021) competency framework research and combined with primary data collected from 147 valid survey questionnaires, the analysis results reveal the strengths and weaknesses in how lecturers apply digital competencies within each specific competency area. Based on these findings, the study proposes solutions aimed at helping QBU lecturers adapt to and strengthen their roles in the digital transformation process of the university and the broader education sector.

Keywords - Digital competency framework; Digital transformation; Quang Binh University.

để thúc đẩy nền kinh tế vượt trội và bền vững trong kỷ nguyên số. Các giảng viên đại học là những người cầm cân nảy mực, đào tạo ra những thế hệ tương lai để xây dựng đất nước, vì vậy kỷ nguyên số là cơ hội để chúng ta tiếp cận lợi thế, kiến tạo một nền giáo dục hiện đại trên nền tảng văn hoá Việt. Với lý do đó, việc nâng cao năng lực số cho giảng viên trường đại học trong thời kỳ hội nhập là tất yếu, trong phạm vi bài viết này tác giả nghiên cứu “nâng cao năng lực chuyển đổi số cho giảng viên Trường Đại học Quảng Bình”(ĐHQB), từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng giảng dạy của giảng viên trong bối cảnh chuyển đổi số.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Khái niệm về năng lực số của giảng viên

Sự cần thiết phải đổi mới giáo dục đại học ở Việt Nam được quy định bởi tình hình phát triển của đất nước và xu thế chung của thế giới. Yêu cầu chuyển đổi mới mô hình kinh tế từ chiều rộng sang chiều sâu và sự cần thiết tái cấu trúc nền kinh tế theo hướng chất lượng, hiệu hiệu quả, có sức cạnh tranh cao đòi hỏi giáo dục đại học phải đáp ứng nhu cầu học tập của người học. Kỷ nguyên số mở ra, yêu cầu nội dung, phương pháp dạy học, hình thức đào tạo của

các trường đại học phải thay đổi để phục vụ nhu cầu của người học. Muốn sinh viên có kỹ năng tốt, có năng lực số cần thiết để chủ động học tập, chủ động làm việc, tự tin hội nhập trong môi trường số thì tiên quyết người giảng viên phải là những người có năng lực giảng dạy số. Vậy năng lực số (NLS) là gì và đánh giá năng lực giảng dạy số của giảng viên như thế nào?

Theo Jane Secker, khái niệm năng lực số đã hình thành trong khoảng hơn 20 năm và thường được sử dụng cùng lúc với các khái niệm như kỹ năng số, năng lực thông tin, năng lực truyền thông hay năng lực học thuật [1], NLS được định nghĩa là thuật ngữ tổng quát được sử dụng để mô tả khả năng của một người sử dụng công nghệ thông tin trong một ngữ cảnh cụ thể [1].

NLS là một trong những yếu tố then chốt cho việc học tập suốt đời và cần thiết để tham gia vào xã hội ngày càng số hóa hiện nay [3]. NLS của giảng viên (GV) đã trở thành một năng lực cốt lõi không thể thiếu đối với hoạt động dạy và học ở các trường đại học cũng như các hoạt động xã hội có liên quan đến lĩnh vực số; GV cũng phần nào chịu trách nhiệm trong việc phát triển NLS của sinh viên (SV) để giúp người học có khả năng ứng dụng công nghệ số (CNS) trong học tập, giải quyết vấn đề và sáng tạo trong cuộc sống thực tiễn thông qua việc sử dụng công nghệ thông tin giúp họ sẽ trở thành công dân hiệu quả và các thành viên lao động tích cực sau khi tốt nghiệp [2].

NLS được đánh giá bao gồm kiến thức và kỹ năng nhưng lại có những góc nhìn khác nhau đối với yêu cầu về thái độ hay năng lực tự chịu trách nhiệm. Trong phạm vi nghiên cứu này, năng lực số của giảng viên được đánh giá là “giá trị, niềm tin, kiến thức, kỹ năng và thái độ của GV liên quan đến các khía cạnh công nghệ, thông tin và giao tiếp được sử dụng CNS trong bối cảnh chuyên môn” [1].

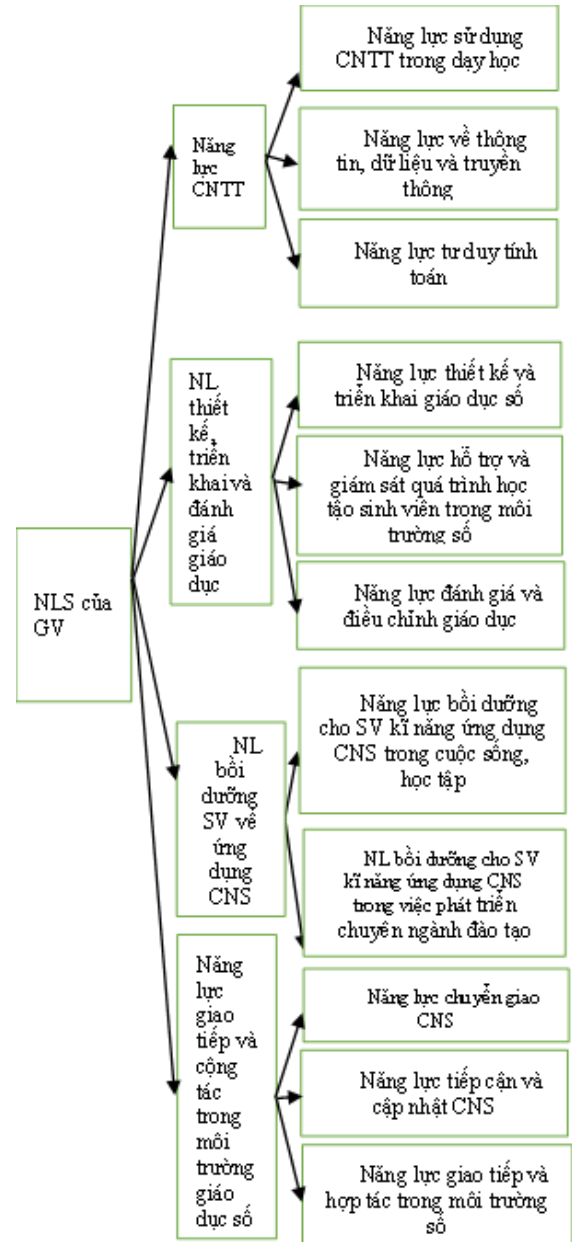
2.1.2. Mô hình nghiên cứu đánh giá khung năng lực của GV đại học

Có rất nhiều mô hình về khung năng lực được đề xuất, trên cơ sở so sánh các khung năng lực quốc tế, đồng thời tham khảo cách tiếp cận của Senter for IKT iutdanningen (Trung tâm ICT trong giáo dục) của Na Uy, Uerz [2], Trung tâm Nghiên cứu chung của Liên minh châu Âu...tác giả đề xuất một mô hình khung năng lực số cho giảng viên gồm 4 nhóm năng lực với 11 tiêu chuẩn dựa vào khung năng lực của Uerz [2]:

1. Năng lực công nghệ thông tin cơ bản (CNTT);
2. Năng lực thiết kế, triển khai và đánh giá giáo dục;
3. Năng lực bồi dưỡng sinh viên về ứng dụng CNS;
4. Năng lực giao tiếp và cộng tác trong môi trường giáo dục số.

Các năng lực cụ thể được mô tả trong từng nhóm năng lực lớn này cũng có sự phân loại, sắp xếp lại theo hướng đánh giá năng lực kỹ thuật trong các thao tác, ứng dụng công nghệ vào thực tiễn thông qua thái độ, trình độ, tư duy phân biện, giải quyết vấn đề, đổi mới sáng tạo.

Mô hình nghiên cứu:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp thu thập số liệu

Bài báo sử dụng kết hợp dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua khảo sát các giảng viên tại Trường ĐHQB bằng bảng câu hỏi có cấu trúc được thiết kế sẵn. Dựa trên cơ sở của phương pháp lấy mẫu thuận tiện, tác giả tiến hành khảo sát 170 giảng viên có thâm niên công tác khác nhau: kết quả thu về có 147 phiếu trả lời hợp lệ và có giá trị để đưa vào phân tích (số lượng giảng viên có thâm niên dưới 5 năm có 33 phiếu chiếm 22,4%; thâm niên từ 5-10 năm có 52 phiếu chiếm 35,3%; thâm niên từ 10-20 năm có 35 phiếu chiếm 23,8% và thâm niên trên 20 năm có 27 phiếu chiếm 18,4%. Trong đó giảng viên có trình độ Tiến sĩ chiếm 6,8%, trình độ Thạc sĩ chiếm 57,8%, trình độ Đại học chiếm 35,3%, giảng viên nam chiếm 60,7%, giảng viên nữ chiếm 39,3%).

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Kết quả nghiên cứu

Chúng tôi khảo sát bằng bảng hỏi với 41 câu hỏi mô tả mức độ đạt được theo thang Likert 5 mức độ (mức độ từ 1-5 tương đương với rất không đồng ý - rất đồng ý) như sau:

+ *Năng lực công nghệ thông tin cơ bản:* (1)Thầy/cô có thể tiếp cận và ứng dụng công nghệ số một cách dễ dàng. (2) Thầy/cô sử dụng công nghệ thông tin với tần suất thường xuyên.(3) Thầy/cô có thể chủ động cập nhật các công cụ số mới vào quá trình giảng dạy và nghiên cứu của mình.

+ *Năng lực về thông tin, dữ liệu và truyền thông:* (1) Tôi có thể tìm kiếm, đánh giá và sử dụng thông tin và dữ liệu một cách hiệu quả để chuẩn bị và trình bày bài giảng. (2) Tôi tự tin trong việc đánh giá tính xác thực và độ tin cậy của thông tin và dữ liệu tìm thấy trên internet để sử dụng trong giảng dạy. (3) Tôi có thể truyền đạt thông tin và dữ liệu một cách rõ ràng, chính xác, sáng tạo và hấp dẫn đến sinh viên thông qua các phương tiện truyền thông đa dạng (ví dụ: bài giảng, slide, video, infographic). (4) Tôi có thể quản lý thông tin và dữ liệu cá nhân khi tiếp cận CNS.

+ *Năng lực tư duy tính toán:* (1) Tôi có thể trình bày một vấn đề về ứng dụng CNS trong chuyên môn giảng dạy của mình. (2) Tôi có thể xây dựng và sử dụng các mô hình tư duy (ví dụ: sơ đồ tư duy, lưu đồ) để biểu diễn và hiểu rõ hơn các khái niệm, quy trình hoặc hệ thống phức tạp. (3) Tôi có thể đánh giá các giải pháp khác nhau cho một vấn đề dựa trên các tiêu chí khách quan và logic khi ứng dụng CNS. (4) Tôi có thể áp dụng tốt vào chuyên môn của mình.

Bảng 1: Kết quả phân tích thực trạng năng lực CNTT của GV Trường ĐHQB

Biến	Diễn giải	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
NL1	Năng lực công nghệ thông tin cơ bản	3.53	.564
NL3	Năng lực về thông tin, dữ liệu và truyền thông	3.55	.574
	Năng lực tư duy tính toán	3.61	.612
Thực trạng năng lực CNTT của GV (ĐTB/5 điểm)		3.56	

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra)

Năng lực CNTT của GV Trường ĐHQB đạt mức trung bình 3,56 là mức tương đối cao chứng tỏ các GV đang tích cực sử dụng CNTT trong các hoạt động giảng dạy, nghiên cứu và quản lý để nâng cao hiệu quả công việc. Mặc dù ở nhiều độ tuổi khác nhau nhưng khả năng thích ứng của GV với công nghệ mới tốt, điều này rất quan trọng trong bối cảnh giáo dục hiện đại ngày càng dựa vào CNTT.

- *Năng lực thiết kế, triển khai và đánh giá giáo dục số của GV:*

+ *Năng lực thiết kế và triển khai giáo dục số:* (1) Tôi có thể thiết kế các hoạt động học tập trực tuyến hấp dẫn và hiệu quả, tích hợp các công cụ và tài nguyên số phù hợp để

đạt được mục tiêu học tập. (2) Tôi tự tin trong việc triển khai các phương pháp giảng dạy và đánh giá trực tuyến đa dạng (ví dụ: thảo luận trực tuyến, bài tập nhóm, kiểm tra trắc nghiệm, đánh giá ngang hàng) để khuyến khích sự tham gia và theo dõi tiến độ học tập của SV. (3) Tôi có thể sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu học tập (learning analytics) để đánh giá hiệu quả của các hoạt động giáo dục số, từ đó đưa ra các điều chỉnh phù hợp để cải thiện trải nghiệm học tập của SV.

+ *Năng lực hỗ trợ và giám sát quá trình học tập SV trong môi trường số:* (1) Tôi có thể sử dụng các công cụ theo dõi tiến độ học tập trực tuyến (ví dụ: bảng điểm, thống kê hoạt động) để xác định những SV đang gặp khó khăn và cung cấp hỗ trợ kịp thời. (2) Tôi có khả năng sử dụng CNS để thu thập, phân tích và báo cáo về dữ liệu SV giúp cải thiện quá trình học tập của SV. (3) Tôi có thể tạo ra một môi trường học tập trực tuyến thân thiện và hỗ trợ, nơi SV cảm thấy thoải mái khi đặt câu hỏi và chia sẻ ý kiến.

+ *Năng lực đánh giá và điều chỉnh giáo dục:* (1) Tôi có thể thiết kế và sử dụng các phương pháp đánh giá đa dạng (ví dụ: bài tập, dự án, thuyết trình, kiểm tra) để đo lường chính xác mức độ đạt được mục tiêu học tập của SV. (2) Tôi có khả năng sử dụng CNS để xác định những điểm mạnh và điểm yếu trong quá trình dạy và học, từ đó đưa ra các điều chỉnh phù hợp về nội dung, phương pháp và hoạt động. (3) Thông qua đánh giá (trực tiếp, trực tuyến,...) Tôi chủ động tìm kiếm phản hồi từ SV và đồng nghiệp về hiệu quả giảng dạy của mình và sử dụng những phản hồi này để liên tục cải thiện chất lượng bài giảng và phương pháp sư phạm.

Bảng 2: Kết quả khảo sát về Năng lực thiết kế, triển khai và đánh giá giáo dục số của GV

Biến	Diễn giải	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
TK1	Năng lực thiết kế và triển khai giáo dục số	3.70	.749
TK2	Năng lực hỗ trợ và giám sát quá trình học tập SV trong môi trường số.	2.97	.746
TK3	Năng lực đánh giá và điều chỉnh giáo dục	3.75	.714
Năng lực thiết kế, triển khai và đánh giá giáo dục số của GV (Điểm trung bình/5 điểm)		3.47	

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra)

Nhân tố năng lực thiết kế, triển khai và đánh giá giáo dục số của GV có giá trị trung bình chỉ đạt 3.47 thể hiện GV có một số kiến thức và kỹ năng cơ bản về giáo dục số, nhưng có thể chưa thành thạo hoặc chưa sử dụng công nghệ một cách sáng tạo và hiệu quả nhất. Đặc biệt là biến Năng lực hỗ trợ và giám sát quá trình học tập SV trong môi trường số (GTTB_2.97), với giá trị trung bình thấp chứng tỏ các công cụ và phương pháp số để đo lường và đánh giá

hiệu quả học tập của SV chưa phù hợp hoặc chưa vận dụng được hết các tính năng của công cụ và phương pháp đánh giá đó cần có các thay đổi để nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ số vào giảng dạy một cách hiệu quả.

- Năng lực bồi dưỡng SV về ứng dụng CNS:

+ Năng lực bồi dưỡng cho SV kĩ năng ứng dụng CNS trong cuộc sống, học tập: (1) Tôi có thể hướng dẫn SV sử dụng các công cụ và ứng dụng số một cách hiệu quả để hỗ trợ việc học tập (ví dụ: tìm kiếm thông tin, quản lý thời gian, cộng tác trực tuyến). (2) Tôi có thể giúp SV phát triển tư duy phản biện và kỹ năng đánh giá thông tin trực tuyến, từ đó tránh được những thông tin sai lệch và tin giả. (3) Tôi có thể tạo ra các hoạt động học tập khuyến khích SV sử dụng CNS một cách sáng tạo để giải quyết các vấn đề thực tế trong cuộc sống và học tập.

+ Năng lực bồi dưỡng cho SV kĩ năng ứng dụng CNS trong việc phát triển chuyên ngành đào tạo: (1) Tôi có thể hướng dẫn SV sử dụng các công cụ và nền tảng số chuyên ngành. (2) Tôi có thể giúp SV tìm hiểu về các xu hướng công nghệ mới nhất trong chuyên ngành của mình và khuyến khích họ nghiên cứu và ứng dụng những công nghệ này vào các dự án học tập và nghiên cứu khoa học. (3) Tôi có thể tạo ra các cơ hội để SV thực hành ứng dụng CNS vào giải quyết các vấn đề thực tế trong chuyên ngành của mình (ví dụ: dự án thực tế, thực tập tại doanh nghiệp công nghệ).

Bảng 3. Kết quả khảo sát về năng lực bồi dưỡng SV về ứng dụng CNS

Biến	Diễn giải	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
REC1	Năng lực bồi dưỡng cho SV kĩ năng ứng dụng CNS trong cuộc sống, học tập	3.37	.710
REC2	Năng lực bồi dưỡng cho SV kĩ năng ứng dụng CNS trong việc phát triển chuyên ngành đào tạo	3.38	.711
Năng lực bồi dưỡng SV về ứng dụng CNS (ĐTB/5 điểm)		3.38	

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra)

Năng lực bồi dưỡng SV về ứng dụng CNS tại Trường ĐHQB căn cứ chủ yếu vào việc bồi dưỡng cho SV kĩ năng ứng dụng CNS trong cuộc sống, học tập và phát triển chuyên ngành đào tạo. Với giá trị trung bình 3.38 là mức thấp chứng tỏ giảng viên chưa cập nhật đạt yêu cầu về kiến thức và kỹ năng về CNS, nội dung giảng dạy có thể trở nên lạc hậu, không đáp ứng được yêu cầu thực tế của thời đại. Mặt khác, năng lực này còn thấp cho thấy GV chưa được trang bị đầy đủ các kỹ năng số cần thiết cho công việc và cuộc sống trong kỷ nguyên số.

- Năng lực giao tiếp và cộng tác trong môi trường số:

+ Năng lực chuyển giao CNS: (1) Tôi có thể xác định các vấn đề hoặc nhu cầu thực tế trong lĩnh vực chuyên môn của mình và đề xuất các giải pháp ứng dụng công nghệ số phù hợp. (2) Tôi có khả năng ứng dụng linh hoạt và triển khai có hiệu quả CNS vào hoạt động dạy và học đáp ứng mục tiêu đào tạo của nhà trường. (3) Tôi có thể chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm và kết quả ứng dụng công nghệ số của mình cho người khác (ví dụ: đồng nghiệp, SV, cộng đồng) thông qua các hình thức khác nhau (ví dụ: bài báo, hội thảo, khóa đào tạo).

+ Năng lực tiếp cận và cập nhật CNS: (1) Tôi chủ động tìm kiếm thông tin về các xu hướng CNS mới nhất trong lĩnh vực chuyên môn của mình từ các nguồn khác nhau. (2) Tôi thường xuyên tham gia các khóa đào tạo, hội thảo hoặc sự kiện trực tuyến để nâng cao kiến thức và kỹ năng về CNS. (3) Tôi sẵn sàng thử nghiệm và ứng dụng các CNS mới vào công việc của mình.

+ Năng lực giao tiếp và hợp tác trong môi trường số: (1) Tôi có thể sử dụng hiệu quả các công cụ giao tiếp trực tuyến (ví dụ: email, chat, video conference) để trao đổi thông tin và phối hợp công việc với đồng nghiệp và SV. (2) Tôi có thể xây dựng và duy trì mối quan hệ tốt với đồng nghiệp và SV thông qua các hoạt động tương tác trực tuyến (ví dụ: diễn đàn, mạng xã hội, nhóm học tập). (3) Tôi có thể làm việc hiệu quả trong các nhóm học tập đa dạng về thành viên và mục tiêu, sử dụng các công cụ quản lý dự án và chia sẻ tài liệu trực tuyến.

Bảng 4. Năng lực giao tiếp và cộng tác trong môi trường số

Biến	Diễn giải	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
CN1	Năng lực chuyển giao CNS	3.63	.699
CN2	Năng lực tiếp cận và cập nhật CNS	3.47	.692
CN3	Năng lực giao tiếp và hợp tác trong môi trường số	3.28	.677
Điểm trung bình/5 điểm		3.46	

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra)

Nhìn vào kết quả Giá trị trung bình của các biến có thể thấy trên tổng thể GV tại Trường ĐHQB đáp ứng yêu cầu về năng lực giao tiếp và cộng tác trong môi trường số. Với giá trị trung bình đạt 3.46 ở mức trung bình thể hiện GV có khả năng sử dụng hiệu quả các công cụ và phương tiện số để giao tiếp và tương tác với SV, đồng nghiệp và cộng đồng. Mặc dù biến CN3-Năng lực giao tiếp và hợp tác trong môi trường số (GTTB: 3.28) có giá trị trung bình chưa cao, do Trường ĐHQB là trường đại học địa phương, nguồn kinh phí hoạt động thấp nên chưa có nhiều điều kiện để tăng cường hợp tác với các đơn vị trong và ngoài nước, GV phải tự túc kinh phí tham gia các hội thảo và chưa có nhiều cơ hội làm việc cùng các tổ chức quốc tế. Tuy nhiên, những nỗ lực không ngừng học tập, nâng cao trình độ, tiếp nối giao thoa giữa truyền thống và hiện đại, tiếp cận kỹ

nguyên số thông qua nhiều hình thức đa dạng (học tập trực tuyến, tham gia các khóa học trực tuyến, và học hỏi từ các chuyên gia trên khắp thế giới) đã giúp cho năng lực giao tiếp và cộng tác trong môi trường số hoàn chỉnh dần qua mỗi giai đoạn.

3.2. Giải pháp tiếp tục nâng cao năng lực chuyển đổi số cho giảng viên Trường ĐHQB trong kỷ nguyên số

Kỷ nguyên số mở ra đem theo nhiều cơ hội để tiếp cận nhiều lợi thế, đến gần hơn với nền giáo dục hiện đại trên nền móng văn hoá Việt Nam ngàn năm văn hiến nhằm hiện thực hoá khát vọng về đất nước hùng mạnh. Song hành với nhiều cơ hội cũng đồng thời với nhiều thách thức, bên cạnh việc tiếp cận CNS thì việc tiếp cận đúng, đủ, vận dụng chính xác và truyền đạt để SV vận dụng hiệu quả là bài toán năng lực đặt ra cho các GV đại học và NLS là điều kiện tiên quyết để thực hiện mục tiêu chuyển đổi số ở Trường ĐHQB. Muốn như vậy cần thực hiện đồng bộ các giải pháp:

Thứ nhất, nâng cao nhận thức và nhu cầu của GV về NLS tại các trường đại học. Đây không chỉ là xu thế mà còn là sự sống còn của các trường đại học. Khi tất cả các lĩnh vực đều ứng dụng CNS vào quá trình sản xuất, làm việc thì bắt buộc anh phải đào tạo được một đội ngũ lành nghề và có kỹ năng ứng dụng tốt CNS vào học tập và cuộc sống, điều này đòi hỏi các GV không ngừng hoàn thiện, nâng cao NLS, thay đổi tư duy và phương pháp giảng dạy để đảm bảo chất lượng đào tạo đạt hiệu quả cao nhất.

Thứ hai, cần đánh giá và xác định nhu cầu của GV về CNS: thông qua khảo sát tiến hành đánh giá năng lực hiện tại của GV về các kỹ năng số, dựa trên kết quả khảo sát để xác định các lĩnh vực cụ thể mà GV cần được đào tạo và bồi dưỡng. Khuyến khích GV tham gia các khóa học trực tuyến uy tín trên các nền tảng Coursera, edX, FutureLearn... Hướng dẫn chi tiết cách sử dụng các tính năng của LMS để quản lý lớp học, giao bài tập, chấm điểm, và tương tác với SV. Nâng cao kỹ năng sử dụng các công cụ này để tạo bài giảng trực quan và hấp dẫn.

Thứ ba, tăng cường bồi dưỡng nâng cao năng lực số của GV: Trường ĐHQB là trường đại học đa ngành vì vậy có những ngành kỹ năng về công nghệ thông tin còn chênh lệch so với nhiều nhóm ngành được tiếp cận và đào tạo bài bản về công nghệ thông tin do vậy còn nhiều hạn chế trong việc giảng dạy, nghiên cứu, hiệu quả sử dụng các phương tiện CNS còn chưa cao. Do vậy để đảm bảo sự đồng đều về khung năng lực số trong đội ngũ GV thì nhà trường cần chủ động đào tạo, bồi dưỡng cho GV về CNS trong nhà trường thông qua các lớp đào tạo ngắn hạn hoặc các hội thảo về CNS định kỳ. Tổ chức các buổi hội thảo, workshop để chia sẻ kinh nghiệm và cập nhật kiến thức mới, đồng thời kết nối GV có kinh nghiệm về chuyển đổi số với GV mới bắt đầu để hỗ trợ và hướng dẫn. Mời các chuyên gia từ các trường đại học khác hoặc các công ty công nghệ đến đào tạo trực tiếp tại Trường.

Thứ tư, nâng cấp vật chất và cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin đáp ứng cho điều kiện nghiên cứu và học tập: nâng cấp hạ tầng mạng, đảm bảo hệ thống mạng của

Trường ổn định, tốc độ cao để phục vụ cho việc giảng dạy và học tập trực tuyến. Hệ thống số của Trường cần cập nhật các công nghệ hiện đại trên thế giới như AI, Big data, IoT, Blockchain,... Cung cấp đầy đủ thiết bị cần thiết cho GV, bao gồm máy tính, webcam, micro, phần mềm chuyên dụng. Đầu tư xây dựng các phòng học thông minh với trang thiết bị hiện đại, hỗ trợ giảng dạy tương tác. Thành lập đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật chuyên nghiệp để giúp GV giải quyết các vấn đề kỹ thuật phát sinh trong quá trình sử dụng công nghệ.

Cuối cùng, nhà trường cần có các chính sách hỗ trợ và khuyến khích GV nâng cao NLS: cần ghi nhận những GV có đóng góp tích cực vào quá trình chuyển đổi số, khen thưởng những sáng kiến và thành tích trong việc ứng dụng công nghệ vào giảng dạy. Hỗ trợ kinh phí cho GV tham gia các khóa đào tạo, hội thảo về chuyển đổi số. Tạo ra một cộng đồng GV quan tâm đến chuyển đổi số để họ có thể chia sẻ kinh nghiệm, hỗ trợ lẫn nhau. Đặt tiêu chí đánh giá năng lực ứng dụng công nghệ vào giảng dạy vào quy trình đánh giá hiệu quả công việc của GV.

4. Kết luận

Nâng cao NLS cho GV tại các trường đại học là một đầu tư chiến lược mang lại nhiều lợi ích to lớn, không chỉ cho GV mà còn cho SV, trường đại học và xã hội. Đây là yếu tố then chốt để các trường đại học có thể đáp ứng được yêu cầu của kỷ nguyên số và duy trì vị thế cạnh tranh trong môi trường giáo dục toàn cầu, đặc biệt là với các trường đại học địa phương như Trường ĐHQB. Đây không chỉ là một xu thế mà còn là một yêu cầu bắt buộc để đảm bảo chất lượng đào tạo, khả năng cạnh tranh của trường và sự phát triển của đội ngũ GV trong kỷ nguyên số. Tuy nhiên, việc thực hiện chiến lược này cần có sự quan tâm và đầu tư từ các cấp lãnh đạo, sự tham gia tích cực của đội ngũ GV và sự hỗ trợ của các tổ chức doanh nghiệp và quan trọng nhất là nhận thức và nỗ lực của GV. Do vậy cần phải kiên định mục tiêu, kiên trì thực hiện và quyết tâm đổi mới... Có như vậy Trường ĐHQB mới đáp ứng được những đòi hỏi phát triển bền vững của phát triển đại học trong thời kỳ cách mạng số 4.0.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Lan Phương, Lê Thị Thu Hiền “*phát triển năng lực số cho giảng viên trong bối cảnh hội nhập: nghiên cứu trường hợp tại trường đại học Nguyễn Tất Thành*”, 2024.
- [2] Uerz, D., van Zanten, M., van der Neut, I., Tondeur, J., Kral, M., Gorissen, P., & Howard, S. (2021). *A digital competences framework for lecturers in higher education*. Utrecht: Acceleration plan Educational innovation with IT, Creative Commons Attribution 4.0 International licence. <https://www.versnellingsplan.nl/wpcontent/uploads/2022/03/A-framework-for-digitalcompetences-of-lecturers.pdf>
- [3] Wesselink, R., & Giffredo, S. (2015). Competence-based education to develop digital competence. *Encyclopaedia*, 19(42), 25-42. <https://doi.org/10.6092/issn.1825-8670/5537>.
- [4] Zitha, I., Mokganya, G. M., & Sinthumule, O. (2023). Lecturers' Experiences with Digital Assessments and Continuity of Digital Transformation in the Higher Education. Preprints. <https://doi.org/10.20944/preprints202307.2037.v1>

Thông tin về tác giả

Phan Thị Quỳnh Trang:

- Thạc sĩ Quản lý kinh tế, Đại học Kinh tế Huế 2008;
- Giảng viên khoa Kinh tế - Du lịch, Trường Đại học Quảng Bình;
- Lĩnh vực quan tâm: Kinh tế, Ngoại ngữ;
- Điện thoại: 0962041288.

NÂNG CAO NĂNG LỰC SỐ CHO GIẢNG VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

ENHANCING DIGITAL COMPETENCE OF UNIVERSITY LECTURERS IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Phan Thị Thanh Trúc, Phạm Thị Mai Quyên

Phân hiệu Đại học Đà Nẵng tại Kon Tum

Phan Thị Thanh Trúc, Phạm Thị Mai Quyên

The University of Da Nang, Campus in Kon Tum; ptttruc@kontum.udn.vn, ptmquyen@kontum.udn.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Phan Thị Thanh Trúc (email: ptttruc@kontum.udn.vn)*

Tóm tắt - Chuyển đổi số đang mang đến không chỉ những thách thức mà còn cả cơ hội cho giáo dục đại học, đặc biệt là đối với giảng viên. Để thích ứng với kỷ nguyên số, giảng viên cần được trang bị thêm các năng lực và kỹ năng mới nhằm bắt kịp xu hướng phát triển hiện nay. Bài báo này sử dụng phương pháp tổng hợp, phân tích và đối sánh dựa trên các khung năng lực do các tổ chức và tác giả trên thế giới đề xuất, từ đó đưa ra một khung năng lực số dành riêng cho giảng viên đại học, đồng thời đề xuất hai nhóm giải pháp cụ thể cho giảng viên và những kiến nghị cho các trường đại học nhằm thúc đẩy và nâng cao được năng lực số cho giảng viên trong bối cảnh hiện nay.

Từ khóa - Chuyển đổi số; Giảng viên; Năng lực số.

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số (CĐS) trong giáo dục đại học là thách thức lớn về các hoạt động đào tạo, đồng thời tác động sâu sắc đến giảng dạy, nghiên cứu và học tập của giảng viên và sinh viên [9]. Trong bối cảnh CĐS và công nghệ số đã có nhiều tác động đến cách dạy và học truyền thống, đặc biệt sau tác động đại dịch COVID cho thấy việc dịch chuyển từ phương pháp dạy học truyền thống sang đa dạng hình thức linh hoạt như học tập trực tuyến, học kết hợp (blended learning). Bên cạnh đó, tác động của trí tuệ nhân tạo với sự phong phú các công cụ hỗ trợ trong học tập giúp người học tiếp cận đa chiều, đa diện về mọi mặt kiến thức cũng như những cách vận hành mới. Để đáp ứng được yêu cầu của thể hệ sinh viên trong bối cảnh hiện nay, năng lực giảng viên cần phát triển kỹ năng số để sáng tạo nội dung giảng dạy, nâng cao sự hứng thú và tương tác trong lớp học. Hơn nữa, năng lực số giúp giảng viên dễ dàng tiếp cận các nghiên cứu khoa học, mở rộng hợp tác quốc tế và làm chủ các nền tảng học thuật toàn cầu. Đồng thời, việc áp dụng công nghệ số vào giảng dạy còn góp phần cải thiện chất lượng giáo dục, giảm chi phí và thúc đẩy sự phát triển bền vững. Nói tóm lại, chuyển đổi số là xu hướng tất yếu và giảng viên cần nắm vững các kỹ năng số để thích nghi và phát triển trong môi trường giáo dục mới này.

Đồng thời, Quyết định số 2222/QĐ-TTg ngày 30/12/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình chuyển đổi số trong giáo dục nghề nghiệp đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; Quyết định số 131/QĐ-TTg ngày 25/01/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tăng cường ứng dụng CNTT và Chuyển đổi số

Abstract - Digital transformation is bringing not only challenges but also opportunities for higher education, especially for lecturers. To adapt to the digital age, lecturers need to be equipped with new competencies and skills to keep up with current development trends. This article uses synthesis, analysis, and comparison methods based on competency frameworks proposed by organizations and authors worldwide, thereby proposing a digital competency framework specifically for university lecturers and simultaneously suggesting two groups of specific solutions for lecturers and recommendations for universities to promote and enhance digital competence for lecturers in today's digital landscape.

Keywords - Digital transformation; lecturer; digital Competence.

trong giáo dục và đào tạo năm 2022 – 2025, định hướng đến năm 2030”; Quyết định số 146/QĐ-TTg ngày 28/01/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Nâng cao nhận thức, phổ cập kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”; Quyết định số 100/QĐ-BGDĐT ngày 08/01/2024 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc điều chỉnh, bổ sung danh mục nhiệm vụ kèm theo Quyết định số 1282/QĐ-BGDĐT ngày 10/5/2022 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Kế hoạch tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo giai đoạn 2022 - 2025 của Bộ Giáo dục và Đào tạo cho thấy Giáo dục đại học thời CĐS lấy giảng viên làm trung tâm, giảng viên vừa đứng trước những cơ hội thay đổi nâng cao kỹ năng giảng dạy và năng lực chuyên môn. Đồng thời giảng viên cũng chịu thách thức kép làm thế nào để nâng cao chất lượng giảng dạy, đảm bảo chuẩn đầu ra và biện pháp để giám sát sinh viên học thi thời CĐS.

Chính vì vậy, việc nâng cao năng lực số cho đội ngũ giảng viên đại học không còn là một lựa chọn mà đã trở thành một yêu cầu cấp bách, mang tính chiến lược trong chính sách phát triển giáo dục đại học hiện nay và cần có những chính sách đồng bộ, nguồn lực đầu tư phù hợp và lộ trình triển khai rõ ràng để giúp đội ngũ giảng viên thích ứng nhanh chóng, phát huy hiệu quả vai trò và đáp ứng yêu cầu của nền giáo dục đại học trong kỷ nguyên số.

Bài báo tập trung vào việc tìm hiểu các khung năng lực số của giảng viên đại học từ các nghiên cứu trước, từ đó đề xuất bộ khung năng lực số cho giảng viên tại Việt Nam, đồng thời đề xuất kiến nghị các nhóm giải pháp nhằm nâng

cao năng lực số trong thời gian tới dành cho giảng viên và nhà trường.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

2.1. Khái niệm năng lực số

Năng lực số (NLS) là khả năng của một cá nhân để truy cập, quản lý, hiểu, tích hợp, giao tiếp, đánh giá và tạo ra thông tin một cách an toàn và hợp lý thông qua các công nghệ số nhằm phục vụ các mục đích học tập, nghiên cứu, giải trí và các mục đích làm việc chuyên nghiệp khác. Trình độ kỹ thuật số cần thiết bao gồm trình độ về máy tính, công nghệ, thông tin số và các phương tiện truyền thông [8].

Đối với giảng viên và nhà nghiên cứu ở các trường đại học, NLS là điều kiện để thực hiện nhiệm vụ giảng dạy và nghiên cứu trong môi trường chuyển đổi số [12]. Năng lực này không chỉ giúp giảng viên sử dụng công nghệ trong nghiên cứu và giảng dạy mà còn là cơ sở hình thành tư duy, thái độ và phương thức làm việc hiệu quả [1].

Bên cạnh đó, một định nghĩa khác cho rằng NLS là những khả năng phù hợp của một cá nhân để sống, học tập và làm việc trong một xã hội số. Nó cũng bao gồm các thực hành có hệ thống nhằm phát triển khả năng của các cá nhân hoặc tổ chức trong thế giới hiện đại và để đảm bảo an toàn thông tin [11]. NLS không chỉ giới hạn ở kỹ năng tìm kiếm thông tin trực tuyến mà còn bao gồm các dịch vụ đòi hỏi chuyên môn cao như giải quyết vấn đề, chia sẻ và cộng tác với đồng nghiệp trong môi trường số [11].

NLS còn được hiểu là một thuật ngữ tổng quát mô tả khả năng của một người sử dụng công nghệ thông tin trong một ngữ cảnh cụ thể [7]. Nó được xem là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ, chiến lược và nhận thức cần thiết khi sử dụng công nghệ thông tin và phương tiện số. Do đó, năng lực số là khả năng triển khai kiến thức, kỹ năng và thái độ của một người trong một ngữ cảnh nhất định với sự hỗ trợ của tài nguyên số và công cụ công nghệ số.

NLS của giảng viên đã trở thành một năng lực cốt lõi không thể thiếu đối với hoạt động dạy và học ở các trường đại học cũng như các hoạt động xã hội có liên quan đến lĩnh vực số; giảng viên cũng phần nào chịu trách nhiệm trong việc phát triển NLS của sinh viên để giúp người học có khả năng ứng dụng công nghệ số (CNS) trong học tập, giải quyết vấn đề và sáng tạo trong cuộc sống thực tiễn thông qua việc sử dụng công nghệ thông tin giúp họ sẽ trở thành công dân hiệu quả và các thành viên lao động tích cực sau khi tốt nghiệp [14]. Có thể hiểu, NLS của giảng viên đại học được coi là năng lực giảng dạy số, trong nghiên cứu này tiếp cận định nghĩa năng lực giảng dạy số là một tập hợp các giá trị, niềm tin, kiến thức, kỹ năng và thái độ của giảng viên liên quan đến các khía cạnh công nghệ, thông tin và giao tiếp được sử dụng CNS trong bối cảnh chuyên môn.

Như vậy, trong bối cảnh giảng viên đại học, NLS có thể được coi là năng lực giảng dạy số, một tập hợp các giá trị, niềm tin, kiến thức, kỹ năng và thái độ của giảng viên liên quan đến các khía cạnh công nghệ, thông tin và giao tiếp được sử dụng công nghệ số trong bối cảnh chuyên môn.

2.2. Tầm quan trọng của khung NLS dành cho giảng viên đại học

Khung năng lực giảng viên có tầm quan trọng rất lớn đối với các trường đại học và công tác quản trị nguồn nhân lực vì nhiều lý do sau:

Thứ nhất, công cụ đánh giá trong tuyển dụng: khung năng lực với hệ thống tiêu chí/yêu cầu là công cụ đánh giá quan trọng trong công tác tuyển dụng giảng viên [8]. Đối với từng vị trí, khung năng lực giúp nhà trường xác định các năng lực cần thiết mà mỗi giảng viên cần có để đảm nhận và thực hiện tốt công việc. Nó còn là cơ sở để xây dựng quy trình tuyển chọn và câu hỏi phỏng vấn phù hợp. Nhà trường có thể xác định được năng lực của từng ứng viên, nhận diện điểm mạnh, hạn chế và tiềm năng phát triển, từ đó tuyển chọn được giảng viên có năng lực nghiên cứu khoa học tốt và phù hợp với định hướng phát triển của nhà trường.

Thứ hai, cơ sở cho đào tạo và bồi dưỡng: theo tác giả Lưu Thị Thảo [12] thì khung năng lực được xem là cơ sở quan trọng trong quá trình đào tạo, bồi dưỡng giảng viên. Dựa trên thực tế năng lực của giảng viên so với các tiêu chuẩn trong khung năng lực, nhà trường có thể xác định được nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng và nội dung chương trình đào tạo để phát triển đội ngũ. Nó giúp nhận diện khoảng cách giữa năng lực hiện có và năng lực kỳ vọng theo yêu cầu của chức danh, từ đó có biện pháp khắc phục sự thiếu hụt về kiến thức, kỹ năng, thái độ. Khung năng lực còn dự báo được định hướng phát triển của giảng viên lên các chức danh cao hơn.

Thứ ba, công cụ đánh giá hiệu quả: theo tác giả Bùi Hà Phương và cộng sự [11] thì khung năng lực là cơ sở quan trọng và hiệu quả trong công tác đánh giá giảng viên, bao gồm một tập hợp các tiêu chí đo lường năng lực trong giảng dạy, nghiên cứu khoa học, phục vụ cộng đồng và các hoạt động khác. Nó giúp nhà trường đo lường được khả năng đáp ứng nhiệm vụ của giảng viên so với yêu cầu và là công cụ để định hướng, đối chiếu, so sánh giữa năng lực cần thiết và năng lực thực tế của giảng viên.

Thứ tư, cơ sở xây dựng chế độ đãi ngộ: theo Bùi Minh Hiền, Nguyễn Văn Lượng [5] Khung năng lực là cơ sở để nhà trường xây dựng chế độ ưu đãi, chính sách khen thưởng, khuyến khích, động viên giảng viên. Nó giúp đối chiếu cấp độ năng lực của từng giảng viên thông qua kết quả thực hiện nhiệm vụ, sản phẩm khoa học, phục vụ cộng đồng, từ đó có thể áp dụng các chính sách khen thưởng phù hợp.

Thứ năm, hỗ trợ xây dựng chiến lược phát triển đội ngũ: khung năng lực được xem là cơ sở để nhà trường xây dựng chiến lược phát triển đội ngũ giảng viên đáp ứng định hướng phát triển của nhà trường. Khi năng lực của giảng viên chưa phát huy tối đa, nhà trường có thể xem xét điều chỉnh khung năng lực và các điều kiện hỗ trợ phát triển năng lực. Nó cũng được sử dụng để đánh giá mức độ đáp ứng của giảng viên với các vị trí, chức vụ dự kiến trong tương lai.

Thứ sáu, chuẩn hóa và nâng cao chất lượng: theo Phạm Văn Thuận, Nghiêm Thị Thanh [12] khung năng lực giúp chuẩn hóa các yêu cầu về năng lực đối với từng chức danh giảng viên. Việc xây dựng khung năng lực giúp các trường đại học khắc phục việc thiếu tiêu chí đánh giá cụ thể hoặc

các tiêu chí chưa đo lường đầy đủ năng lực của giảng viên. Nó góp phần hoàn thiện và nâng cao năng lực nghiên cứu của giảng viên và nâng cao hiệu quả của toàn bộ doanh nghiệp/tổ chức/cơ sở giáo dục.

Thứ bảy, tạo điều kiện thuận lợi cho công tác quản trị nguồn nhân lực: theo tác giả Phạm Văn Thuận, Nghiêm Thị Thanh, [12] thì khung năng lực có ý nghĩa rất lớn đối với công tác quản trị nguồn nhân lực của trường đại học, đặc biệt là đối với đội ngũ giảng viên. Nó cung cấp cơ sở để đánh giá, xếp loại giảng viên và có ý nghĩa trong công tác tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng.

Tóm lại, khung năng lực giảng viên đóng vai trò trung tâm trong việc quản lý, phát triển và đánh giá đội ngũ giảng viên, đảm bảo chất lượng đào tạo và nghiên cứu của các trường đại học trong bối cảnh đổi mới và hội nhập.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Với mục tiêu đề xuất được khung NLS dành cho giảng viên nhằm đáp ứng các yêu cầu trong bối cảnh chuyển đổi số, bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu phân tích các tài liệu, thống kê so sánh giữa các khung năng lực khác nhau để tìm thấy tính tương đồng và điểm khác biệt giữa các khung năng lực từ các nghiên cứu trước. Từ đó làm cơ sở đề xuất bộ khung năng lực cho giảng viên đại học.

3. Các khung NLS của giảng viên đại học

NLS dành cho giảng viên là một yếu tố then chốt trong bối cảnh giáo dục đại học ngày càng số hóa.

Hiện nay, theo Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc (UNESCO), thì khung năng lực số giảng viên cần hình thành những năng lực cơ bản sau trong hoạt động giảng dạy và nghiên cứu khoa học: 1) Khai thác, sử dụng thành thạo công nghệ; 2) Xử lý và vận dụng sáng tạo các thông tin, dữ liệu trên nền tảng số; 3) Tăng cường khả năng giao tiếp, kết nối hiệu quả trong môi trường số; 4) Năng lực an ninh, an toàn trong môi trường số; 5) Nhận diện và giải quyết vấn đề theo quy trình phát triển của công nghệ số; 6) Phân tích và đánh giá dữ liệu thông tin và nội dung số trong lĩnh vực giáo dục đại học.

Bên cạnh đó, UNESCO đã đề xuất một phiên bản khung năng lực số trên cơ sở bổ sung vào những nội dung hiện có của khung năng lực số châu Âu DigComp 2.0 [16]. Các nhóm năng lực được mô tả chi tiết sau đây: Nhóm 1, hoạt động thiết bị và phần mềm; Nhóm 2, năng lực thông tin và dữ liệu; Nhóm 3, giao tiếp và hợp tác; Nhóm 4, sáng tạo nội dung số; Nhóm 5, an ninh; Nhóm 6, giải quyết vấn đề; Nhóm 7, năng lực liên quan đến nghề nghiệp.

Theo Hội đồng Thủ thư Đại học Úc (CAUL-Council of Australian University Librarians) đã đưa ra định nghĩa về NLS và xây dựng một khung NLS dựa trên khung năng lực của Ủy ban Hệ thống Thông tin liên kết (JISC-Joint Information Systems Committee) [2]. Coi NLS là một phần quan trọng trong sự thành công của xã hội số bao gồm: Có khả năng nhận thức và thực hành xã hội rất cần thiết để dùng các phương tiện, thông tin và công nghệ để đạt được những lợi thế nhất định theo những cách độc đáo và có tính sáng tạo nhằm tối ưu hóa giá trị cá nhân, cơ quan tổ chức và Doanh nghiệp [4], khung NLS của CAUL bao gồm 6 nhóm sau: Nhóm 1, có khả năng sử dụng công nghệ thông

tin và truyền thông; Nhóm 2, học tập và phát triển kỹ năng số; Nhóm 3, sáng tạo số, giải quyết vấn đề và đổi mới; Nhóm 4, hợp tác, truyền thông và hội nhập; Nhóm 5, năng lực thông tin, năng lực truyền thông, năng lực và hiểu biết về dữ liệu; Nhóm 6, danh tính số và cảm nhận hạnh phúc.

Nghiên cứu của Uers [13] đề cập tới NLS giảng viên đại học với 4 nhóm năng lực như sau: năng lực công nghệ thông tin cơ bản; năng lực thiết kế, triển khai và đánh giá giáo dục; năng lực bồi dưỡng sinh viên về ứng dụng công nghệ số; năng lực giao tiếp và cộng tác trong môi trường giáo dục số.

Khung năng lực của Trung tâm ICI của Na Uy đề xuất các nhóm năng lực như sau: Understanding ICT in Education: Từ hiểu biết chính sách, áp dụng, đến đổi mới trong giáo dục; Curriculum and Assessment: Từ kiến thức cơ bản, ứng dụng kiến thức, đến phát triển kỹ năng xã hội; Pedagogy: Từ giảng dạy hỗ trợ ICT, giải quyết vấn đề phức tạp, đến tự quản lý; Application of Digital Skills: Từ ứng dụng, tích hợp, đến chuyển đổi (transformation); Teacher Professional Learning: NLS, kết nối mạng lưới, trở thành người đổi mới.

Căn cứ vào các khung NLS của các tổ chức trên, bài viết đề xuất khung năng lực mới như sau. Khung NLS được đề xuất nhằm giúp giảng viên không chỉ sử dụng thành thạo công nghệ thông tin mà còn biết cách quản lý dữ liệu, giao tiếp, đổi mới sáng tạo, đảm bảo an ninh số và liên tục phát triển chuyên môn trong môi trường số. Mỗi nhóm năng lực bao gồm các kỹ năng cơ bản, nâng cao và chiến lược, tạo nên một hệ thống toàn diện đáp ứng nhu cầu giảng dạy và nghiên cứu trong thời đại CNS.

Bảng 1. Đề xuất khung năng lực số dành cho giảng viên trong bối cảnh chuyển đổi số

STT	Tên năng lực số	Nội dung	Tác giả nghiên cứu
1	Năng lực sử dụng công nghệ và thiết bị số.	- Khả năng nhận biết, vận hành và sử dụng hiệu quả các công cụ phần cứng, phần mềm và công nghệ số Bao gồm việc lựa chọn ứng dụng phù hợp, hiểu các khái niệm cơ bản về xử lý thông tin và tương tác giữa các hệ thống.	- Khung Unesco. - Khung NLS Hội đồng Thủ thư Đại học Úc. - Bộ năng lực Uers (2021).
2	Năng lực thông tin, dữ liệu và truyền thông.	- Khả năng tìm kiếm, đánh giá, quản lý và sử dụng thông tin, dữ liệu và nội dung số một cách hiệu quả và có đạo đức Bao gồm việc hiểu các quy định về bản quyền và trích dẫn tài nguyên đúng cách.	- Khung Unesco. - Khung NLS Hội đồng Thủ thư Đại học Úc. - Bộ năng lực Uers [15]. - Khung NLS cho nhà Giáo dục Liên minh Châu Âu.

STT	Tên năng lực số	Nội dung	Tác giả nghiên cứu
3	Năng lực sử dụng phạm số (Thiết kế, triển khai và đánh giá giáo dục số).	Khả năng sử dụng công nghệ số để thiết kế các hoạt động giảng dạy sáng tạo và phù hợp, tổ chức và hỗ trợ quá trình học tập của học sinh trong các môi trường học tập khác nhau (trực tiếp, trực tuyến, kết hợp), cũng như đánh giá và điều chỉnh giáo dục dựa trên dữ liệu số.	- Bộ năng lực Uers (2021) . - Khung NLS cho nhà Giáo dục Liên minh Châu Âu. -KT iutdanningen (Trung tâm ICT trong giáo dục) của Na Uy.
4	Năng lực giao tiếp, hợp tác và hội nhập trong môi trường số.	Khả năng tương tác, giao tiếp và hợp tác hiệu quả thông qua công nghệ số với học sinh, đồng nghiệp và cộng đồng Bao gồm việc xây dựng và chuyển giao tài liệu tập huấn về ứng dụng CNS.	- Khung Unesco. - Khung năng lực số Hội đồng Thủ thư Đại học Úc. - Bộ năng lực Uers (2021). - Khung NLS cho nhà Giáo dục Liên minh Châu Âu.
5	Năng lực sáng tạo nội dung số.	Khả năng tạo lập và biên tập nội dung số, kết hợp thông tin số vào kiến thức hiện có và hiểu rõ về bản quyền.	- Khung Unesco - Khung năng lực số Hội đồng Thủ thư Đại học Úc - Khung NLS cho nhà Giáo dục Liên minh Châu Âu.
6	Năng lực an ninh và đạo đức số.	Khả năng bảo vệ thiết bị, dữ liệu cá nhân và quyền riêng tư trong môi trường số, nhận thức về ảnh hưởng của công nghệ số đối với hạnh phúc xã hội và môi trường. Bao gồm việc sử dụng có trách nhiệm và hiểu biết về các khía cạnh pháp luật, đạo đức và bảo mật khi sử dụng dữ liệu	- Khung Unesco. - Khung năng lực số Hội đồng Thủ thư Đại học Úc. - Bộ năng lực Uers (2021). - Khung NLS cho nhà Giáo dục Liên minh Châu Âu.
7	Năng lực giải quyết vấn đề và đổi mới trong môi trường số.	Khả năng nhận diện và giải quyết vấn đề trong môi trường số, sử dụng công cụ số để đổi mới quy trình và cập nhật sự phát triển của công nghệ	- Khung Unesco - Khung năng lực số Hội đồng Thủ thư Đại học Úc - Khung NLS cho nhà Giáo dục Liên

STT	Tên năng lực số	Nội dung	Tác giả nghiên cứu
		số.	minh Châu Âu.
8	Năng lực học tập và phát triển chuyên môn số.	Sự sẵn sàng học hỏi suốt đời, tự định hướng và cập nhật các xu hướng công nghệ số mới trong giáo dục16 Bao gồm việc tham gia các mạng lưới chuyên nghiệp để chia sẻ và phát triển giáo dục số.	- Khung Unesco - Khung năng lực số Hội đồng Thủ thư Đại học Úc - Bộ năng lực Uers [15] - Khung NLS cho nhà Giáo dục Liên minh Châu Âu. -KT iutdanningen (Trung tâm ICT trong giáo dục) của Na Uy.

Nguồn: Tổng hợp nhóm tác giả

4. Kết luận và kiến nghị

Đào tạo đại học được xem là việc chuyển tiếp giữa nhà trường và xã hội. Đào tạo đại học được xem như trạm chuyển đổi quan trọng trong việc tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao cho xã hội. Trong bối cảnh hiện nay, chuyển đổi số đặt ra trong đào tạo đại học nhiều thách thức lớn, đặc biệt là giảng viên. Căn cứ theo bộ khung NLS dành cho giảng viên tại bảng 1, nghiên cứu đề xuất một số kiến nghị sau nhằm giúp giảng viên đáp ứng được tiêu chuẩn năng lực số như sau:

* Đối với giảng viên:

Thứ nhất, giảng viên cần nhận thức đúng và sâu sắc về tính tất yếu, sống còn của đào tạo đại học hiện nay trong bối cảnh CNS. Đào tạo và nghiên cứu khoa học và các vấn đề liên quan khác trong môi trường công nghệ số là xu hướng khách quan;

Thứ hai, giảng viên cần chủ động nâng cao NLS thông qua việc tự đào tạo và ứng dụng công nghệ trong quá trình giảng dạy cũng như nghiên cứu. Cụ thể, để phát triển năng lực sử dụng công nghệ và thiết bị số, giảng viên nên tham gia các khóa học chuyên sâu, tìm hiểu các xu hướng công nghệ mới và làm quen với các phần mềm, thiết bị số hiện đại.

Về năng lực thông tin, dữ liệu và truyền thông, giảng viên cần rèn luyện kỹ năng tìm kiếm, đánh giá và phân tích thông tin từ nhiều nguồn, đồng thời thành thạo các công cụ truyền thông số để trao đổi và chia sẻ kiến thức.

Trong lĩnh vực sử dụng phạm số, việc áp dụng các mô hình giảng dạy trực tuyến, học tập kết hợp hay lớp học đảo ngược sẽ giúp giảng viên thiết kế, triển khai và đánh giá các chương trình giảng dạy số một cách hiệu quả.

Để tăng cường năng lực giao tiếp, hợp tác và hội nhập trong môi trường số, giảng viên nên rèn luyện cách sử dụng thành thạo các nền tảng giao tiếp trực tuyến, tham gia các cộng đồng học thuật và dự án hợp tác nghiên cứu.

Song song với đó, đối với năng lực sáng tạo nội dung số, giảng viên cần tích cực tham gia các hoạt động

workshop, cuộc thi sáng tạo để không ngừng đổi mới và phát triển các tài nguyên số phục vụ cho việc giảng dạy.

Bên cạnh đó, trong bối cảnh an ninh và đạo đức số, họ cần trang bị kiến thức về bảo mật thông tin, phòng chống tấn công mạng và tuân thủ các quy định, chính sách về an toàn số.

Đối với năng lực giải quyết vấn đề và đổi mới trong môi trường số, giảng viên cần rèn luyện tư duy phản biện, sáng tạo qua việc giải quyết các tình huống thực tế, từ đó áp dụng các giải pháp công nghệ phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả dạy học.

Cuối cùng, để duy trì sự phát triển bền vững, giảng viên cần xây dựng lộ trình học tập và phát triển chuyên môn số, chủ động tham gia các khóa đào tạo trực tuyến, hội thảo và các cộng đồng học tập nhằm cập nhật kiến thức mới và chia sẻ kinh nghiệm.

* Đối với nhà trường:

Nhà trường cần tạo ra một môi trường hỗ trợ và thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của giảng viên.

Đầu tiên, cần đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ hiện đại, bao gồm trang bị thiết bị và phần mềm cần thiết, cũng như xây dựng hệ thống quản lý và hỗ trợ kỹ thuật để giảng viên có thể khai thác tối đa các công nghệ mới.

Nhà trường cũng nên tổ chức các chương trình đào tạo định kỳ về công nghệ số, bảo mật thông tin và quản lý dữ liệu nhằm trang bị kiến thức cơ bản cho giảng viên. Trong lĩnh vực sư phạm số, việc hỗ trợ xây dựng và triển khai các mô hình giảng dạy trực tuyến, kết hợp sẽ tạo điều kiện cho giảng viên thử nghiệm, đánh giá và cải tiến quy trình giảng dạy.

Bên cạnh đó, nhà trường cần tạo ra các kênh giao tiếp nội bộ, xây dựng các cộng đồng học thuật và hỗ trợ giảng viên tham gia vào các dự án hợp tác, từ đó thúc đẩy sự giao lưu và trao đổi kinh nghiệm chuyên môn. Đề khuyến khích sự sáng tạo nội dung số, các chính sách hỗ trợ nghiên cứu, sáng tạo và đổi mới trong giảng dạy cần được xây dựng rõ ràng, kết hợp với các chương trình workshop và cuộc thi sáng tạo nội dung.

Về mặt an ninh và đạo đức số, nhà trường cần ban hành các quy định, chính sách rõ ràng về an toàn thông tin, cung cấp các công cụ bảo mật và tổ chức các buổi đào tạo nâng cao nhận thức cho giảng viên.

Cuối cùng, nhà trường nên xây dựng lộ trình phát triển chuyên môn số cho giảng viên, khuyến khích họ tham gia các khóa đào tạo trực tuyến, hội thảo chuyên ngành và tạo điều kiện cho việc nghiên cứu, đổi mới công nghệ trong giảng dạy và quản lý học tập.



Những giải pháp này không chỉ giúp giảng viên phát triển toàn diện các NLS cần thiết mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho sự chuyển đổi số toàn diện của nhà trường, từ

đó nâng cao chất lượng giảng dạy và đáp ứng yêu cầu của thời đại số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Trần Ái Cẩm, *Phát triển năng lực đội ngũ giảng viên tại các trường đại học ngoài công lập nhằm thích ứng với bối cảnh của giáo dục 4.0*, Tạp chí khoa học giáo dục Việt Nam, 2024.
- [2] *Council of Australian University Librarians (2015). Digital Dexterity Framework.*
- [3] Lê Thạc Điền, *Nâng cao năng lực số cho giảng viên Trường Đào tạo cán bộ Lê Hồng Phong đáp ứng hội nhập quốc tế*, Tạp chí Quản lý nhà nước.
- [4] Ingelbrecht, N., Gotta, M., & Scheibenreif, D (2015). *Defining Digital Dexterity - the Core Workforce Resource for the Digital Business*. Gartner, Inc.
- [5] Bùi Minh Hiền, Nguyễn Văn Lượng, *Xây dựng khung năng lực giảng viên đại học trong bối cảnh đổi mới giáo dục và hội nhập quốc tế*, Tạp chí Quản lý giáo dục, 2015, 69, 13-27.
- [6] Phạm Thị Thu Hương, *Tạp chí Tổ chức Nhà nước, Chuyển đổi số - vấn đề đặt ra đối với đội ngũ giảng viên đại học hiện nay*, <https://tcnn.vn/news/detail/66065/Chuyen-doi-so---van-de-dat-ra-doi-voi-doi-ngu-giang-vien-dai-hoc-hien-nay.html>.
- [7] Nguyễn Lan Phương và Lê Thị Thu Hiền, *Phát triển năng lực số cho giảng viên đại học trong bối cảnh hội nhập: nghiên cứu trường hợp tại trường đại học Nguyễn Tất Thành*, Tạp chí Giáo dục (2024), 24(9), 7-12.
- [8] Bùi Hà Phương, Dương Minh Quang, Bùi Ngọc Quang, Bùi Thanh Diệu, *Đề xuất quy trình xây dựng khung năng lực của giảng viên trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh*, Tạp chí Giáo dục (2022), 22(20), 54-59.
- [9] Nguyễn Phúc Quân, *Phát triển khung năng lực số cho giáo viên trong kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo*, Hội thảo Khoa học quốc gia Phát triển năng lực giáo viên trong bối cảnh chuyển đổi số, Trường Đại học Tây Nguyên, tr 254-261.
- [10] Phan Thị Mai Trâm và Tiêu Bích San, *Nâng cao năng lực của giảng viên đại học thời chuyển đổi số*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng - Số 25 - 9/2023: 139-146DOI: <https://doi.org/10.59294/HIJS.25.2023.513>
- [11] Ninh Thị Kim Thoa, *Khảo sát thực trạng năng lực số của giảng viên các ngành khoa học xã hội và nhân văn*, Nghiên cứu và trao đổi 1/2022.
- [12] Lưu Thị Thảo, *Nâng cao năng lực số cho giảng viên các trường đại học trong bối cảnh hội nhập quốc tế và Cách mạng Công nghiệp 4.0*, Journal of educational equipment:
- [13] Phạm Văn Thuần, Nguyễn Thị Thanh, *Đánh giá giảng viên theo năng lực làm việc và kết quả thực hiện nhiệm vụ phù hợp với vị trí việc làm trong các trường đại học công lập Việt Nam*. Tạp chí Khoa học, Đại học Quốc gia Hà Nội: Nghiên cứu Giáo dục, 2015, 31(2), 40-49.
- [14] Santos, C., Pedro, N., & Mattar, J. (2022). *Digital Competence of Higher Education Professors in the European Context: A Scoping Review Study*. International Journal of Emerging Technologies in Learning, 17(18), 222-242. <https://doi.org/10.3991/ijet.v17i18.31395>
- [15] Uerz, D., van Zanten, M., van der Neut, I., Tondeur, J., Kral, M., Gorissen, P., & Howard, S. (2021). *A digital competences framework for lecturers in higher education*. Utrecht: Acceleration plan Educational innovation with IT, Creative Commons Attribution 4.0 International licence. <https://www.versnellingsplan.nl/wpcontent/uploads/2022/03/A-framework-for-digital-competences-of-lecturers.pdf>
- [16] UNESCO (2018). *A Global Framework of Reference on Digital Literacy*. In UNESCO Institute for Statistics

Thông tin về tác giả

	<p>Phan Thị Thanh Trúc:</p> <ul style="list-style-type: none">- Trình độ Thạc sĩ Chính sách công, hiện đang là Nghiên cứu sinh chuyên ngành Kinh tế phát triển tại trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng- Tóm tắt công việc hiện tại: Phó trưởng phòng phụ trách Phòng Đào tạo, Phân hiệu ĐHQG tại Kon Tum- Lĩnh vực quan tâm: Phát triển vùng và địa phương- Điện thoại: 0976 443 986
	<p>Phạm Thị Mai Quyên:</p> <ul style="list-style-type: none">- Thạc sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên kiêm giáo vụ Khoa Kinh tế, Phân hiệu Đại học Đà Nẵng tại Kon Tum- Lĩnh vực quan tâm: Hành chính công- Điện thoại: 0931 646 323

NÂNG CAO THƯƠNG HIỆU TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở VIỆT NAM TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

ENHANCE UNIVERSITY BRANDING IN THE DIGITAL AGE

Vũ Trà Giang

Trường Đại học Công đoàn

Vu Tra Giang

Trade Union University; vutragiang79@gmail.com

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Vũ Trà Giang (email: vutragiang79@gmail.com)*

Tóm tắt - Thương hiệu là vấn đề luôn được các trường đại học (ĐH) quan tâm trong quá trình xây dựng và phát triển, đặc biệt là trong bối cảnh toàn cầu đang bước vào kỷ nguyên số và cạnh tranh gay gắt của giáo dục đại học (GDĐH) thời gian gần đây. Thực tế, nhiều trường ĐH ở Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu, không phải trường ĐH nào cũng hiểu rõ về các yếu tố làm nên thương hiệu một nhà trường và tìm được các giải pháp phù hợp, hiệu quả nhất trong triển khai tạo dựng thương hiệu cho riêng mình. Nhằm hỗ trợ việc xây dựng thương hiệu cho các trường ĐH ở Việt Nam trong kỷ nguyên số, bài viết tập trung khái quát về kỷ nguyên số, tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu trường ĐH ở Việt Nam, thông qua phân tích một số yếu tố tạo nên thương hiệu trường ĐH ở Việt Nam. Từ đó, đề xuất một số giải pháp phát triển thương hiệu các trường ĐH ở Việt Nam trong kỷ nguyên số hiện nay.

Từ khóa - Nâng cao, thương hiệu, trường đại học, kỷ nguyên số

Abstract - Branding is an issue that universities are always concerned about in the process of building and developing, especially in the context of the world entering the digital age and fierce competition in higher education recently. In fact, many universities still have difficulties in building and developing their brands, not all universities clearly understand the factors that make up a university brand and find the most suitable and effective solutions in implementing their own brand building. In order to support the branding of universities in Vietnam in the digital age, this article focuses on the digital age, the importance of building university brands in Vietnam, through analyzing some factors that create university brands in Vietnam. From there, it proposes some solutions to develop university brands in Vietnam in the current digital age.

Keywords - Enhance, Brand, University, Digital Age

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hội nhập, xây dựng và phát triển thương hiệu là một phần không thể thiếu trong chiến lược hoạt động của bất kỳ tổ chức nào và các cơ sở GDĐH Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế đó. Việt Nam hiện có khoảng “244 cơ sở giáo dục đại học, trong đó 172 cơ sở giáo dục đại học công lập; 67 cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập; 05 cơ sở giáo dục đại học có vốn đầu tư nước ngoài” [5] phân bố rộng khắp trên cả nước nhằm đáp ứng nhu cầu học tập của người dân.

Hiện nay, mạng lưới cơ sở GDĐH khá phức tạp với nhiều mô hình quản trị, quản lý nhà nước, có sự cạnh tranh với các cơ sở GDĐH và sự thâm nhập ngày càng sâu rộng của xu hướng giáo dục quốc tế. Thương hiệu của một trường đại học phải gắn liền với bản sắc riêng, uy tín và hình ảnh của nhà trường và tạo dấu ấn mạnh mẽ đối với người học, đồng thời, giúp nhận diện, phân biệt trường này với trường khác. Sự cạnh tranh trong GDĐH cả ở trong nước và quốc tế, khiến các trường ĐH phải tìm kiếm những cách làm để thu hút học sinh, sinh viên đến học tập tại trường, tạo sức hấp dẫn đối với người học và các đối tác khác muốn quan hệ hợp tác với nhà trường. Chính vì vậy, thương hiệu là một trong những tiêu chí quan trọng để nâng cao và củng cố vị thế của trường ĐH. Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến thương hiệu trường ĐH, từ đó, xây dựng các chiến lược đúng hướng nhằm nâng cao thương hiệu trường ĐH ngày càng trở nên quan trọng và cần thiết đối với sự tồn tại và phát triển của các trường ĐH trong bối cảnh cạnh tranh và toàn cầu hóa hiện nay.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Kỷ nguyên số là xu hướng của thời đại

Thuật ngữ “kỷ nguyên số” (digital age) hay “thời đại kỹ thuật số” đã được hầu hết các tổ chức quốc tế và nhiều quốc gia trên thế giới sử dụng và ngày càng trở nên phổ biến. Thuật ngữ này dùng để chỉ một giai đoạn mới trong lịch sử nhân loại, với việc chuyển đổi từ ngành công nghiệp truyền thống mà 3 cuộc cách mạng công nghiệp trước đây đã mang lại thông qua công nghiệp hoá, sang giai đoạn công nghệ số trở thành nhân tố quan trọng của lực lượng sản xuất; đồng thời, xác lập một phương thức sản xuất mới, tiên tiến, hiện đại, tạo động lực mới cho sự phát triển.

Kỷ nguyên số được cho là bắt đầu từ những năm 70 của thế kỷ XX, cùng với sự ra đời của máy tính cá nhân và việc sử dụng rộng rãi internet vào thập niên sau đó. Trong kỷ nguyên này, các hoạt động, quá trình xã hội, kinh tế và chính trị được hỗ trợ bởi các ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), công nghệ kỹ thuật số như: máy tính, thư điện tử (email), Internet, trò chơi điện tử, video... Trong những năm gần đây, kỷ nguyên số được thúc đẩy mạnh mẽ hơn bởi cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, gắn với quá trình chuyển đổi số toàn diện. Kỷ nguyên số đã làm xuất hiện những dạng thức mới trong đời sống xã hội của thế giới đương đại, như đời sống số, tri thức số, văn hóa số, chính phủ số, đô thị số và công dân số... Đây được xem là những yếu tố tạo nên những tác động sâu sắc tới sự phát triển, vận động của thế giới cũng như của từng quốc gia, doanh nghiệp, người dân trong tương lai.

Kỷ nguyên số - kỷ nguyên gắn liền với cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và tiến trình chuyển đổi số là một xu thế tất yếu. Động lực hình thành kỷ nguyên số là quá trình chuyển đổi số toàn cầu nhằm thay đổi tổng thể và toàn diện phương thức phát triển của xã hội, lối sống và hoạt động trên nền tảng số. Lần đầu tiên, một không gian ảo ở quy mô toàn cầu được định hình, tồn tại và ngày càng đan xen chặt chẽ với không gian thực, với khả năng kết nối mạnh mẽ, vượt ra khỏi giới hạn địa lý và ít chịu sự kiểm soát của các cơ quan chính phủ hơn.

Kỷ nguyên này mang đến những cơ hội rất quan trọng cho sự phát triển của nhân loại nói chung, đất nước Việt Nam nói riêng. Trong Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII, khái niệm chuyển đổi số, kinh tế số, xã hội số lần đầu tiên được đề cập và nhấn mạnh nhiều lần trong mục tiêu, quan điểm phát triển cũng như các đột phá chiến lược. Điều đó cho thấy, chủ trương đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển kinh tế số là một trong những quan điểm thể hiện ý chí, khát vọng phát triển đất nước trong giai đoạn mới.

Tổng Bí thư Tô Lâm đã nhấn mạnh “với thế và lực tích lũy được sau gần 40 năm đổi mới đất nước; với những kết quả đã đạt được trong thời gian qua và những định hướng chiến lược của Đảng và Nhà nước trong chuyển đổi số, chúng ta có đủ cơ sở lý luận và thực tiễn để tin rằng, dưới sự lãnh đạo của Đảng, với sự đồng lòng, chung sức của toàn Đảng, toàn dân và cả hệ thống chính trị, chúng ta nhất định sẽ thực hiện thành công cuộc cách mạng chuyển đổi số, tạo ra bước đột phá trong phát triển lực lượng sản xuất và hoàn thiện quan hệ sản xuất, đưa đất nước ta, dân tộc ta vươn mình vượt bậc trong kỷ nguyên mới, kỷ nguyên của tiên tiến, văn minh, hiện đại” [4]. Khẳng định của Tổng Bí thư cùng thực tiễn đất nước hiện nay cho thấy, thông điệp về chuyển đổi số sẽ được lan tỏa, tạo động lực thúc đẩy cả hệ thống chính trị vào cuộc, hình thành cuộc cách mạng trong chuyển đổi số nhằm nâng cao năng lực của lực lượng sản xuất và phát triển quan hệ sản xuất phù hợp với tình hình mới của đất nước. Điều này cũng minh chứng cho sự rõ ràng, mạch lạc về mặt tư tưởng, quan điểm chỉ đạo, để từ đó làm cơ sở ban hành các cơ chế, chính sách phù hợp, tạo sức bật cho nền kinh tế thay vì trước đây, đổi mới sáng tạo, khoa học công nghệ chỉ được nhìn nhận với tính chất cục bộ theo ngành, chưa có tính hệ thống.

2.2. Tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu trường đại học ở Việt Nam trong kỷ nguyên số

Thương hiệu là vấn đề có ý nghĩa dài hạn đối với tất cả các tổ chức. Mỗi quan tâm về xây dựng thương hiệu được bắt đầu từ lĩnh vực sản phẩm hữu hình, sau đó chuyển dần sang lĩnh vực dịch vụ. Đối với một trường ĐH, thương hiệu nhà trường được quan niệm là thương hiệu của tổ chức. Thương hiệu ĐH giúp phân biệt được trường này với các trường khác, giúp cán bộ, giảng viên và sinh viên về cách thức giao tiếp thương hiệu và tạo lợi thế cạnh tranh. Do đó, thương hiệu trường ĐH được hiểu là “một cái tên, một hình ảnh mô tả những yếu tố hấp dẫn của tổ chức, mà thông qua đó, khách hàng nắm bắt được bản chất của những giá trị mà trường đại học cung cấp” [2].

Với tư cách là một thương hiệu dịch vụ cụ thể, thương hiệu trường ĐH được thể hiện qua tên giao dịch của trường,

gắn liền với bản sắc riêng, uy tín và hình ảnh của nhà trường nhằm tạo dấu ấn sâu đậm đối với người học, đối tác, nhà tuyển dụng và phân biệt với các trường khác trong hoạt động đào tạo. Nói cách khác, thương hiệu của một trường ĐH chính là nhận thức của người học, giảng viên, cán bộ nhân viên nhà trường, đối tác hợp tác, nhà tuyển dụng và cả xã hội với hình ảnh mà một trường ĐH có được qua những gì họ cung ứng cho xã hội.

Để làm cho thương hiệu nhà trường được biết đến và đáng tin cậy cần phát triển theo hướng làm gia tăng giá trị của nó. Việc phát triển thương hiệu ở các trường ĐH thực chất là chiến lược làm gia tăng phần thương hiệu này. Theo David Acker - chuyên gia thương hiệu người Mỹ, giá trị thương hiệu (xét từ quan điểm khách hàng) là “một tập hợp các tài sản vô hình gắn liền với tên và biểu tượng của một thương hiệu, nó góp phần làm tăng thêm hoặc giảm đi giá trị của một sản phẩm hoặc dịch vụ đối với công ty và khách hàng của công ty” [3]. Thời đại kỷ nguyên số, bắt nhịp với sự thay đổi của xu thế, thói quen và thị hiếu người tiêu dùng cũng thay đổi nhanh chóng, khách hàng luôn mong muốn sự đa dạng tiện ích, trải nghiệm mới mẻ của các tổ chức. Do đó, cần thay đổi cách khách hàng tương tác tới thương hiệu, thay đổi cách tiếp cận thị trường liên tục để thương hiệu thực sự là tài sản của nhà trường.

Để nâng cao chất lượng đào tạo, trường ĐH phải có một đội ngũ giảng viên có trình độ và để tuyển dụng, đãi ngộ đội ngũ giảng viên có chất lượng nhằm tạo ra các sản phẩm dịch vụ tốt nhất cần có những khoản tài chính không nhỏ. Điều này đòi hỏi nhà trường phải làm cho người học nhận ra họ đang được thụ hưởng dịch vụ đào tạo được cung cấp bởi một tổ chức có uy tín và danh tiếng, và đảm bảo rằng các doanh nghiệp trong xã hội luôn sẵn lòng sử dụng tấm bằng của các sinh viên sau khi họ ra trường. Tất cả các yêu cầu này dẫn đến nhu cầu phải tạo ra được một thương hiệu vững chắc của các nhà trường trong nhận thức của người học và xã hội.

Một trong những thiệt thòi của các trường ĐH Việt Nam trong quá trình hội nhập là vấn đề thương hiệu. Mặc dù, thương hiệu trường học là khái niệm không xa lạ trên thế giới, nhưng ở Việt Nam, vấn đề xây dựng thương hiệu trường học vẫn còn trong giai đoạn phát triển sơ khai. Hiện nay, số lượng cơ sở GDĐH tại Việt Nam đã tăng nhanh rõ rệt về quy mô, loại hình trường “năm 2013, cả nước có 214 cơ sở giáo dục đại học; trong đó 156 cơ sở công lập (72,9%) và 58 cơ sở tư thục (27,1%). Sau 10 năm thực hiện Nghị quyết 29, cả nước có 244 trường, tăng khoảng 12,1%; trong đó có 172 cơ sở công lập (72,7%) và 67 cơ sở tư thục (27,3%), 5 cơ sở giáo dục có vốn đầu tư nước ngoài” [1]. Vì vậy, đã tạo nên sự cạnh tranh giữa các cơ sở công lập với tư thục, giữa các cơ sở giáo dục trong nước và nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam; giữa các chương trình đào tạo chính quy, vừa làm vừa học, đào tạo từ xa, hệ đào tạo cấp văn bằng hai hay liên kết quốc tế... Cùng với đó là chính sách xã hội hóa giáo dục, tăng cường quyền tự chủ của các trường ĐH càng làm cho vấn đề xây dựng thương hiệu trở nên cần thiết hơn bao giờ hết.

Các trường ĐH đều cam kết mạnh mẽ đối với chất lượng giảng dạy nhờ có đội ngũ giảng viên chuyên nghiệp,

cơ sở vật chất hiện đại và chương trình học tiên tiến. Nhờ đó, sinh viên khi ra trường có thể hòa nhập nhanh chóng vào môi trường làm việc, tạo dựng sự nghiệp vững chắc. Bên cạnh đó, các trường ĐH đã biết tận dụng tối đa các nền tảng như Facebook, TikTok, Zalo và YouTube để truyền tải thông tin và quảng bá thương hiệu. Điều này góp phần làm tăng khả năng thu hút sinh viên và xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp của nhà trường. Hơn nữa, các trường ĐH không ngừng tham gia vào các hoạt động nghiên cứu, nhiều công trình khoa học có giá trị và được công nhận ở tầm quốc tế. Việc hợp tác với các đối tác nước ngoài, tham gia các dự án liên kết và trao đổi học thuật cũng giúp các trường nâng cao uy tín và mở rộng mạng lưới quan hệ. Uy tín này không chỉ là dấu ấn riêng của trường, mà còn là yếu tố quyết định khi sinh viên và phụ huynh lựa chọn cơ sở đào tạo.

Tuy nhiên, việc xây dựng thương hiệu của các trường ĐH gặp phải một số thách thức: Một là, lĩnh vực GDĐH Việt Nam đang chuyển dần thành một thị trường dịch vụ, đây là một thị trường mở, chịu nhiều áp lực cạnh tranh từ trong nước và nước ngoài trước xu hướng toàn cầu hóa. Hai là, xu hướng chuyển sang quản lý tự chủ gần đây của nhiều trường ĐH đang đặt ra yêu cầu bức thiết hơn với vấn đề xây dựng thương hiệu. Quy định về tự chủ được ban hành trong Điều 32, Luật Giáo dục đại học năm 2012 và Điều 5 của Điều lệ trường đại học (năm 2014). Các nội dung về tự chủ có mối quan hệ biện chứng với nhau và đều đặt ra yêu cầu phải vận hành nhà trường như một tổ chức kinh doanh dịch vụ đào tạo và giáo dục, không thể tự chủ tài chính nếu không nâng cao chất lượng đào tạo, bởi lẽ sinh viên sẽ không trả giá cao cho những dịch vụ đào tạo chất lượng kém. Ba là, ở Việt Nam, tất cả các trường ĐH đều có tên gọi, nhưng để tạo ra danh tiếng nổi trội thì còn hạn chế. Bốn là, cơ sở vật chất của các trường ĐH chưa được đầu tư đồng bộ và hiện đại; ít sự đầu tư vào các công cụ, phần mềm hiện đại để quản lý và triển khai truyền thông hiệu quả; chưa có sự đồng nhất và nhất quán trong việc phát triển bộ nhận diện thương hiệu; cán bộ phụ trách truyền thông chưa được đào tạo chuyên sâu trong lĩnh vực này do phải thực hiện kiêm nhiệm, dẫn đến việc thực hiện các nhiệm vụ truyền thông kém hiệu quả, đặc biệt là xử lý các tình huống khủng hoảng.

Như vậy, thương hiệu chỉ định hình, tồn tại và thực sự có giá trị lâu dài khi có được một tầm nhìn và chiến lược phát triển dài hơi cùng các nỗ lực định hướng của nhà trường để tạo ra sự hài lòng của người học và xã hội với những gì nó mang lại.

2.3. Một số yếu tố duy trì thương hiệu trường đại học ở Việt Nam trong kỷ nguyên số

Để duy trì thương hiệu trường ĐH Việt Nam trong kỷ nguyên số, các cơ sở GDĐH cần xác định được các yếu tố ảnh hưởng tới thương hiệu:

Thứ nhất, dịch vụ giáo dục đào tạo là yếu tố quan trọng hàng đầu, là sản phẩm chính một thương hiệu cần cung ứng cho người học. Không có dịch vụ tốt và phù hợp, mọi sự nỗ lực khác của nhà trường để hình thành thương hiệu đều trở nên vô nghĩa và không còn phù hợp.

GDĐH bao gồm công tác giảng dạy, nghiên cứu và các

hoạt động dịch vụ xã hội liên quan đến lĩnh vực giảng dạy. Trong xu hướng hội nhập, với phương châm lấy người học làm trung tâm, các cơ sở GDĐH, coi sinh viên là đối tượng được cung cấp một loại dịch vụ đặc biệt là dịch vụ đào tạo. Xem đào tạo là một hình thức dịch vụ và sinh viên sử dụng dịch vụ đào tạo cũng được xem là khách hàng. Do đó, để đáp ứng những yêu cầu khắt khe của xã hội hiện đại, các trường ĐH cần cung cấp chất lượng giáo dục cao, xây dựng uy tín lớn, thành công trong tuyển sinh, tăng vị thế cạnh tranh, cung cấp các chương trình đào tạo có tính ứng dụng cao và đảm bảo sức mạnh tài chính. Theo đó, thương hiệu trường ĐH được biểu hiện thông qua việc cung cấp chất lượng giáo dục cao, xây dựng uy tín lớn, thành công trong tuyển sinh, tăng vị thế cạnh tranh, cung cấp các chương trình đào tạo có tính ứng dụng cao và đảm bảo sức mạnh tài chính

Một hệ thống dịch vụ tốt hơn đi liền với giá trị thương hiệu nhà trường mạnh hơn thường đòi hỏi mức cao hơn về học phí và lệ phí. Để gia tăng giá trị và tạo thuận lợi cho việc sử dụng thương hiệu dịch vụ, nhà trường cần có quy định về các khoản học bổng, khoản vay với lãi suất thấp dành cho sinh viên để duy trì học tập.

Thứ hai, chất lượng và đội ngũ phải là điều kiện tiên quyết để xây dựng và định hình được giá trị thương hiệu của một trường đại học.

Thành công trong việc tạo dựng thương hiệu trường ĐH đến từ yếu tố chính là chất lượng giảng dạy. Chất lượng giảng dạy là yếu tố cốt lõi nhất, thể hiện ở việc xây dựng các chương trình đào tạo, ở phương pháp giảng dạy lấy sinh viên làm trung tâm và hướng tới cách tư duy sáng tạo, năng động và độc lập, ở việc đầu tư vào hệ thống học liệu và các thư viện, các phòng thí nghiệm, hệ thống máy tính tốt cũng là minh chứng vật chất cho chất lượng.

Chất lượng các trường ĐH phải tạo ra được mức chất lượng dịch vụ và các hoạt động nghiên cứu hữu ích được sinh viên, cộng đồng xã hội và doanh nghiệp thừa nhận. Đây luôn là yếu tố người học so sánh khi lựa chọn thương hiệu trường đại học và cơ sở đào tạo. Chỉ khi chất lượng đào tạo tốt, dịch vụ tốt thì giá trị thương hiệu mới tăng, độ tin cậy và uy tín sẽ cao. Trong đó, cần quan tâm đặc biệt đến đội ngũ giảng viên vì chính các thầy cô mới là những người tạo ra chất lượng, tạo nên thương hiệu và mang lại giá trị bền vững cho các cơ sở đào tạo. Chăm lo đời sống cho đội ngũ, công tác bồi dưỡng chuyên môn tốt, tất yếu chất lượng sẽ được nâng cao, từ đó chúng ta sẽ có một trường ĐH tốt. Thực chất mạng lưới quan hệ tri thức là rất lớn, khi có thầy giỏi, tâm huyết, có niềm vui trong công việc, nhà trường sẽ có những sinh viên chất lượng.

Thứ ba, văn hoá nhà trường là yếu tố quan trọng, tất yếu trong tổng thể chiến lược phát triển tầm nhìn, sứ mệnh của mỗi nhà trường, là một trong những tiêu chí quan trọng trong thang đo tính chuyên nghiệp của mỗi cơ sở giáo dục đại học.

Văn hóa nhà trường được coi như nhân cách của một tổ chức. Thông qua quan sát kiến trúc của các tòa nhà, việc bảo trì thiết bị của nhà trường và tương tác giữa sinh viên với nhau, người ta có thể thấy rất nhiều điều về văn hóa của một trường ĐH. Văn hoá nhà trường không những tạo ra

sự khác biệt, định hình đặc tính, hình ảnh thương hiệu của tổ chức; tạo sự thống nhất trong hành vi, ứng xử của các thành viên; mà còn là một yếu tố quan trọng thu hút nhân tài; giúp nhà trường thực hiện chiến lược, triết lý giáo dục cũng như tạo được niềm tin của người học, khách hàng và cộng đồng.

Thứ tư, hình ảnh thương hiệu nhà trường là một yếu tố tạo ra một lợi thế cạnh tranh trong một thị trường giáo dục ngày càng cạnh tranh mạnh mẽ.

Việc xây dựng hình ảnh thương hiệu trường ĐH đóng vai trò là minh chứng cho chất lượng, xây dựng uy tín và tạo cảm giác yên tâm cho khách hàng lựa chọn cơ sở đào tạo. Nhà trường cần thể hiện một cách chính xác hình ảnh mà họ mong muốn tạo ra trong cộng đồng qua bộ nhận diện thương hiệu, cũng như các thành tố thương hiệu. Hình ảnh thương hiệu trường ĐH dựa trên 6 trụ cột chính, đó là (1) Triết lý giáo dục, (2) Chương trình đào tạo, (3) Cơ sở vật chất, (4) Giáo viên, (5) Dịch vụ, (6) Công nghệ.

Xây dựng hình ảnh thương hiệu trường ĐH là yếu tố được quan tâm hàng đầu, bởi, nó mang lại lợi ích cho các bên. Với người học, sự trung thành và ủng hộ của họ chính là minh chứng rõ nét nhất cho chất lượng dịch vụ mà nhà trường cung cấp. Với doanh nghiệp, một thương hiệu trường học mạnh mẽ được thể hiện qua việc họ không chỉ yêu thích, mà còn sẵn sàng giới thiệu bạn bè và người thân đến học tập. Họ sẵn sàng chi trả một khoản chi phí cao hơn để con em mình được học tập tại trường. Với xã hội, một hệ thống trường học có chất lượng đào tạo tốt có thể thu hút được nhiều giảng viên và sinh viên tài năng hơn, từ đó, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho đất nước. Việc xây dựng hình ảnh thương hiệu trường ĐH khuyến khích sự cạnh tranh lành mạnh giữa các cơ sở giáo dục. Các hệ thống trường học không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo, cơ sở vật chất, chương trình học và đội ngũ giảng viên để duy trì và tăng cường vị thế thương hiệu của mình. Điều này sẽ thúc đẩy sự đổi mới và nâng cao chất lượng giáo dục nói chung, các trường ĐH nói riêng.

Thứ năm, uy tín trong ngành giáo dục là yếu tố có ảnh hưởng lớn trong xây dựng giá trị thương hiệu trường ĐH.

Yếu tố tạo nên uy tín một trường ĐH, trước hết phải nói tới yếu tố con người, trong đó, đội ngũ giảng viên có vai trò rất quan trọng. Tên tuổi của các nhà khoa học thường gắn liền với danh tiếng và uy tín của các trường ĐH. Vấn đề đặt ra ở đây là các trường ĐH phải xây dựng một chiến lược đào tạo nguồn nhân lực cho chính mình. Với xu thế hội nhập và hợp tác hiện nay, các trường ĐH có thể liên kết với các trường ĐH khác ở trong nước và nước ngoài, mời các giảng viên ở các trường tham gia giảng dạy cho trường mình; qua đó học tập kinh nghiệm, phương pháp của các trường bạn, các trường có uy tín.

Đào tạo sinh viên có chất lượng, nhân tài đóng góp vào sự phát triển của đất nước là một trong những cơ sở nên uy tín của trường ĐH. Tất cả các hoạt động từ thiết kế, phát triển chương trình đào tạo, xây dựng mục tiêu, chuẩn đầu ra đến lựa chọn nội dung các học phần, phương pháp dạy học phải nghiên cứu, thực hiện sao phù hợp với đối tượng, với thực tế. Sự phát triển các trường ĐH dẫn đến tính cạnh

tranh ngày càng tăng, đòi hỏi các trường ĐH phải có chiến lược xây dựng thương hiệu riêng, trong đó, phát triển đa dạng các chương trình đào tạo, nâng cao chất lượng dịch vụ đào tạo, chất lượng cơ sở vật chất... góp phần nâng cao sự trung thành của sinh viên.

2.4. Giải pháp nâng cao giá trị thương hiệu trường ĐH ở Việt Nam trong kỷ nguyên số

Để thương hiệu trường ĐH Việt Nam được hoàn thiện, hiệu quả và thích ứng trong kỷ nguyên số, cần thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất, nâng cao ứng dụng công nghệ truyền thông số giúp hình ảnh thương hiệu nhà trường ngày càng được củng cố và phát triển một cách bền vững.

Trường ĐH cần đầu tư vào hệ thống quản lý thông tin (MIS) hiệu quả để quản lý tất cả các hoạt động truyền thông. Hệ thống này có thể tích hợp nhiều công cụ như CRM (Customer Relationship Management) và ERP (Enterprise Resource Planning) để theo dõi và phân tích dữ liệu liên quan đến hoạt động truyền thông. Sử dụng các nền tảng truyền thông số như mạng xã hội, website, và email marketing để quảng bá thương hiệu. Ứng dụng các công cụ phân tích dữ liệu như Google Analytics và các phần mềm phân tích mạng xã hội để theo dõi hiệu quả của các hoạt động truyền thông. Xây dựng một ứng dụng di động cho các trường ĐH, nơi sinh viên có thể theo dõi thông tin về các hoạt động, sự kiện và chương trình học. Tổ chức các khóa đào tạo về công nghệ thông tin và truyền thông cho cán bộ, giảng viên và sinh viên, qua đó, uy tín, hình ảnh thương hiệu của nhà trường ngày càng được tạo dựng và bền vững.

Các trường cần cập nhật, công khai những thông tin về thành tựu trong đào tạo và nghiên cứu, ngoài nguồn thông tin nội bộ thường chỉ có sinh viên nhà trường theo dõi, việc cập nhật công khai trên các trang mạng xã hội chính thống sẽ nâng cao uy tín thương hiệu nhà trường, có thể kể đến trên các trang báo điện tử được đông đảo công chúng theo dõi, đặc biệt là giới trẻ: VietNamnet, Giáo dục Thời đại, VnExpress, Báo điện tử Dân trí... kết hợp với cơ quan báo chí truyền thông để gia tăng hiệu quả. Các thông tin về nhà trường được truyền thông một cách đáng tin cậy; nhà trường cần đưa ra thông điệp và gửi thông điệp rõ ràng đến các đối tượng liên quan; hình ảnh thương hiệu cần tạo dựng và mang đến cảm giác về sự tin cậy, truyền đạt một cách công khai và minh bạch.

Thứ hai, nâng cao chất lượng cảm nhận về trường đại học thông qua xây dựng bộ nhận diện về hình ảnh thương hiệu.

Chất lượng cảm nhận về trường ĐH bao gồm nhiều khía cạnh, trong đó: (1) Đội ngũ giảng viên là yếu tố then chốt quyết định tới hoạt động giảng dạy, nghiên cứu khoa học và tạo thành kiến thức, kỹ năng, thái độ và nhân cách của sinh viên; (2) Cơ sở vật chất, bao gồm cơ sở vật chất phục vụ học tập và nghiên cứu khoa học (giảng đường, phòng học, trang thiết bị cho học tập, thư viện, phòng thí nghiệm) và cơ sở vật chất phục vụ đời sống (ký túc xá, trung tâm thể thao - văn hóa và những cơ sở vật chất khác); (3) Hoạt động đào tạo, gồm chương trình đào tạo, nội dung giảng dạy, tổ chức và quản lý đào tạo, kiểm tra đánh giá; (4) Hoạt

động nghiên cứu khoa học của giảng viên và sinh viên, hệ thống bài giảng, giáo trình, bài báo và đề tài NCKH; (5) Công tác đoàn thể và phong trào, gồm các công tác của hội sinh viên, đoàn thanh niên, các câu lạc bộ, các phong trào thể thao, văn hóa trong sinh viên và cán bộ giảng viên.

Nhà trường cần xây dựng được những hình ảnh đặc trưng mang tính khác biệt so với các cơ sở GDĐH khác. Cần quan tâm đến các yếu tố nhận diện thương hiệu trường ĐH gồm: Tên thương hiệu; Logo: phù hợp với mục tiêu phát triển và tạo nhận thức của sinh viên và xã hội về thương hiệu trường; nhạc hiệu, khẩu hiệu: một bài hát hoặc một đoạn nhạc ngắn, đặc trưng thể hiện truyền thống và tính cách riêng của đơn vị. Một câu khẩu hiệu (slogan) cũng là cần thiết và thể hiện triết lý, tầm nhìn của nhà trường; phong cách và thiết kế: gồm quy cách về hình thức của các tài liệu, ấn phẩm liên quan đến hình thức trình bày sách, tạp chí, tiểu luận; phong chữ đặc thù, quy cách trích dẫn của trường; bao bì và hình thức bên ngoài: các túi, cặp đựng tài liệu, trang phục của sinh viên và giảng viên. Khi thiết kế, các thành phần của bộ nhận diện thương hiệu cần đáp ứng được các yêu cầu về tính dễ nhớ, tính có ý nghĩa, tính hấp dẫn, tính dễ chuyển ngữ và có khả năng đăng ký pháp luật bảo hộ. Cùng với đó, thúc đẩy công tác truyền thông, quảng bá thương hiệu nhà trường trên nền tảng Facebook và đặc biệt là nền tảng Tiktok; mỗi phòng ban, khoa nên có một trang mạng xã hội và xây dựng kênh một cách tập trung chuyên nghiệp để đăng các bài viết liên quan trên các nền tảng, từ đó, bao phủ thương hiệu của nhà trường nhiều hơn. Đặc biệt, các thành tích của sinh viên và nhà trường đạt được cần quảng bá rộng rãi để mọi người tiếp cận thấy được đây là một ngôi trường uy tín, danh tiếng và chất lượng.

Bên cạnh đó, các nhà trường cần có chiến lược và chương trình triển khai áp dụng bộ nhận diện thương hiệu này từ cấp trường, tới cấp khoa, viện và tới từng cá nhân cán bộ, giảng viên. Việc có được một bộ nhận diện thương hiệu nổi bật, hấp dẫn là sự thành công bước đầu, nhưng nếu bộ nhận diện này không được triển khai hay áp dụng cho các cán bộ giảng viên trong nhà trường thì việc thiết kế đó sẽ ít có ý nghĩa. Cùng với đó, nhà trường cần tích cực truyền thông ra bên ngoài việc sử dụng bộ nhận diện thương hiệu đã chọn. Logo, khẩu hiệu (slogan), màu sắc, kiểu chữ đặc trưng, các biểu mẫu văn bản, đồ lưu niệm, các vật phẩm quảng cáo khác và trang web... cần được thiết kế một cách nhất quán nhằm truyền thông tối đa cho bộ nhận diện thương hiệu đã có.

Thứ ba, nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên, đây là đội ngũ làm nên giá trị thương hiệu trường ĐH.

Phát triển hình ảnh thương hiệu dựa trên đội ngũ giảng viên nhà trường, đây là đội ngũ có ảnh hưởng tạo sự tin nhiệm và uy tín từ cộng đồng, từ đó, gia tăng nhận diện hình ảnh thương hiệu trường ĐH. Một trường ĐH uy tín thường gắn liền với đội ngũ giảng viên có chuyên môn cao, những nghiên cứu tiên tiến và các chương trình đào tạo chất lượng. Vì vậy, các trường cần tạo điều kiện và môi trường làm việc tốt nhất để thu hút những nhà khoa học cán bộ giảng dạy xuất sắc, có đức, có tài, gắn bó với sự nghiệp khoa học - đào tạo, tập hợp thành đội ngũ vững mạnh kế

thừa và phát huy không ngừng những thành quả đã đạt được.

Bên cạnh đó, tăng cường mời các nhà khoa học hàng đầu trong nước và quốc tế, các nhà hoạt động thực tiễn, các doanh nghiệp thành công tham gia giảng dạy và phối hợp nghiên cứu, hội thảo, chuyên giao khoa học, công nghệ giúp các trường nâng cao uy tín và mở rộng mạng lưới quan hệ. Uy tín này không chỉ là dấu ấn riêng của trường, mà còn là yếu tố quyết định khi sinh viên và phụ huynh lựa chọn cơ sở đào tạo.

Thứ tư, không ngừng nâng cao quan hệ thương hiệu giữa nhà trường và sinh viên, nhà trường và phụ huynh, nhà trường và doanh nghiệp.

Xây dựng mối quan hệ gắn kết giữa trường ĐH với sinh viên và các cựu sinh viên. Các trường ĐH có thể triển khai một bộ phận kết nối với các sinh viên sau khi tốt nghiệp. Hoạt động chủ yếu của bộ phận kết nối là khảo sát, quan tâm, chăm sóc sinh viên sau tốt nghiệp, như tình hình công việc, những khó khăn về chuyên môn hay kỹ năng cần hỗ trợ, tư vấn từ giảng viên, chuyên gia để phục vụ cho công việc hay đơn giản là việc giới thiệu cơ hội việc làm với những sinh viên chưa tìm được việc làm sau khi tốt nghiệp. Sự quan tâm, chăm sóc đó sẽ là cầu nối giúp trường gần gũi sâu sắc với các sinh viên và cựu sinh viên, qua đó làm gia tăng uy tín, sự trung thành của sinh viên với nhà trường. Họ không chỉ là người tích cực giới thiệu nhà trường cho người thân, bạn bè lựa chọn đăng ký, ghi danh vào trường, mà còn là người kích thích ý định hành vi quay trở lại lựa chọn trường ĐH đã theo học trong việc tiếp tục học ở bậc cao hơn.

Với phụ huynh, nhà trường cần cung cấp thông tin kịp thời về chương trình học, thành tích và các hoạt động qua website, bản tin và mạng xã hội để tạo niềm tin và sự gắn kết. Đối với doanh nghiệp, nhà trường cần phát triển các chương trình hợp tác đào tạo, cung cấp khóa học, chương trình thực tập và dự án thực tế, giúp sinh viên có kinh nghiệm và cơ hội việc làm. Hợp tác với doanh nghiệp trong nghiên cứu và phát triển sẽ giúp ứng dụng kết quả vào thực tiễn và tạo cơ hội cho sinh viên tham gia, góp phần xây dựng hình ảnh thương hiệu của nhà trường.

Thứ năm, tăng cường đào tạo nhân sự và truyền thông nội bộ cho cán bộ, giảng viên về vai trò của truyền thông thương hiệu trong giáo dục.

Tăng cường đào tạo nhân sự nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ chuyên trách trong công tác truyền thông nhà trường. Đội ngũ này bao gồm các chuyên gia có kinh nghiệm và kiến thức vững về truyền thông, quảng bá thương hiệu và quản lý nội dung. Nếu ngân sách nhà trường hạn chế không cho phép thành lập một bộ phận mới, việc đào tạo cán bộ hiện tại là cần thiết. Bên cạnh đó, có thể hợp tác với các công ty truyền thông hoặc các chuyên gia bên ngoài xây dựng các ý tưởng sáng tạo, từ đó thực hiện các chiến dịch truyền thông một cách hiệu quả hơn. Để tối ưu hóa quy trình làm việc, trường cần xây dựng một hệ thống quản lý linh hoạt cho phép các cán bộ phối hợp dễ dàng với nhau.

Việc truyền thông nội bộ cho cán bộ, giảng viên về vai trò của truyền thông thương hiệu là điều cần thiết, bởi, họ

là những người đại diện cho thương hiệu của nhà trường. Để phát huy vai trò này, các trường ĐH cần thực hiện một số biện pháp sau: tổ chức các hội thảo, tọa đàm về vai trò của truyền thông thương hiệu sẽ giúp cán bộ, giảng viên hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu, sứ mệnh và tầm nhìn của trường. Cùng với đó là có chế độ khen thưởng cho những cá nhân hoặc nhóm có đóng góp xuất sắc vào việc xây dựng thương hiệu, cần xây dựng một văn hóa truyền thông mạnh mẽ trong từng cơ sở giáo dục. Những giải pháp này sẽ giúp tạo ra một sức mạnh cộng đồng trong việc xây dựng hình ảnh thương hiệu trường ĐH trong kỷ nguyên số.

3. Kết luận

Xây dựng, phát triển thương hiệu trường ĐH trong kỷ nguyên số là một nhiệm vụ quan trọng, là yếu tố quyết định đến sự tồn tại, đứng vững của mỗi cơ sở GDĐH nhằm tạo ra danh tiếng, hình ảnh đề duy trì sự phát triển của nhà trường. Mỗi người cán bộ, giảng viên, sinh viên đều là một yếu tố, mắt xích quan trọng trong chiến lược truyền thông, xây dựng hình ảnh và lan tỏa mạnh mẽ về thương hiệu “Chuyên nghiệp - Sáng tạo - Hội nhập”. Do đó, nâng cao thương hiệu trường đại học là tất yếu trong tổng thể chiến lược phát triển tầm nhìn, sứ mệnh của mỗi nhà trường, là một trong những tiêu chí quan trọng trong thang đo thương hiệu, tính chuyên nghiệp của mỗi cơ sở GDĐH hiện nay.

Nâng cao giá trị thương hiệu trường ĐH có vai trò như một công cụ cạnh tranh lâu dài và bền vững. Thương hiệu thành công sẽ gắn với hình ảnh tốt đẹp và danh tiếng mà dịch vụ đào tạo của nhà trường cống hiến cho xã hội. Muốn nâng cao vị thế, nâng tầm trường ĐH hướng đến hội nhập và kỷ nguyên số, ngoài việc khẳng định hướng đi, các trường đại học Việt Nam tất yếu phải xây dựng thương hiệu cho chính mình. Chỉ khi có thương hiệu, định hình được thương hiệu nhà trường thì khát vọng hội nhập quốc tế, vươn tầm của một trường đại học mới có tính khả thi và hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bộ Giáo dục và Đào tạo (2023), *Thành quả 10 năm đổi mới giáo dục Đại học*. Nguồn: <https://moet.gov.vn/tintuc/Pages/tin-tong-hop.aspx?ItemID=9034>, truy cập ngày 25/09/2023.


[2] Fredericks, V., J., & Parmley, K. (2000). *Comparing administrative satisfaction in public and private universities*. Research in Higher Education, 41, 95 -116.

[3] Lưu Hà (2024), *Định vị thương hiệu thành tài sản doanh nghiệp*. Tạp chí Kinh tế Việt Nam số 42/2024.

[4] Lê Nguyễn (2024), *Chuyển đổi số để vươn mình trong kỷ nguyên mới*. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam. Nguồn: <https://dangcongsan.vn/viet-nam-ky-nguyen-vuon-minh/chuyen-doi-so-de-vuon-minh-trong-ky-nguyen-moi-687346.html>, truy cập ngày 24/12/2024.

[5] Thủ tướng Chính phủ (2025), *Quyết định số 452/QĐ-TTg ngày 27/02/2025 phê duyệt Quy hoạch mạng lưới cơ sở giáo dục đại học và sự phạm thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*.

Thông tin về tác giả

	<p>Vũ Trà Giang</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu):+ Tốt nghiệp Đại học năm 2001, ngành đào tạo: Triết học. Cơ sở đào tạo: Trường ĐH Sư phạm Hà Nội+ Tốt nghiệp Thạc sĩ năm 2008 ngành đào tạo: Triết học. Cơ sở đào tạo: Trường Đại học KHXH&NV+ Bảo vệ Tiến sĩ năm 2017, ngành đào tạo: Triết học. Cơ sở đào tạo: Học viện Chính trị, Bộ Quốc phòng.- Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên Trường Đại học Công đoàn- Lĩnh vực quan tâm: Khoa học xã hội và nhân văn- Điện thoại: 090.496.1624
--	---

NGHIÊN CỨU MỐI QUAN HỆ GIỮA SỰ TỰ TIN VÀ KẾT QUẢ HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN TRONG KỶ NGUYÊN SỐ. KẾT QUẢ THỰC NGHIỆM TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN STUDENTS' CONFIDENCE AND LEARNING OUTCOMES IN THE DIGITAL AGE. EXPERIMENTAL RESULTS AT HANOI UNIVERSITY OF INDUSTRY

Bùi Thị Thu

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Bui Thi Thu

University of Economics, Hanoi University of Industry; buithithu@hau.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Bui Thi Thu (email: buithithu@hau.edu.vn)*

Tóm tắt - Nghiên cứu này nhằm điều tra thực trạng sự tự tin trong học tập và kết quả học tập của sinh viên đại học và mối quan hệ giữa hai yếu tố này trong kỷ nguyên mới, với kết quả thực nghiệm tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Tổng cộng có 640 sinh viên đã tham gia nghiên cứu. Kiểm định độ tin cậy, thống kê mô tả và phân tích tương quan được sử dụng để xử lý số liệu. Kết quả phân tích cho thấy sự tự tin học tập có ảnh hưởng tích cực đến kết quả học tập của sinh viên, với mức độ tự tin cao có tương quan thuận với điểm số GPA của sinh viên. Cụ thể, sinh viên có sự tự tin cao hơn có xu hướng đạt kết quả học tập tốt hơn, tham gia tích cực hơn vào các hoạt động học tập và thể hiện động lực học tập mạnh mẽ hơn. Những phát hiện của nghiên cứu này có ý nghĩa lý luận và thực tiễn quan trọng.

Từ khóa - Sự tự tin, kết quả học tập, kỷ nguyên số, mối quan hệ, sinh viên

1. Đặt vấn đề

Trong thời đại số thời đại của kỷ nguyên số, sự tự tin là một yếu tố quan trọng giúp mỗi người, đặc biệt là sinh viên, có thể vượt qua thử thách và đạt được thành công trong cuộc sống. Sự tự tin không chỉ là chìa khóa giúp sinh viên phát huy khả năng của mình mà còn là động lực để họ dám dấn thân vào những cơ hội mới, khám phá và trưởng thành.

Trong bối cảnh giáo dục đại học toàn cầu và tại Việt Nam đang trải qua những chuyển đổi mạnh mẽ dưới tác động của công nghệ, số hóa và yêu cầu về khả năng tự học, sự tự tin của sinh viên – được hiểu là niềm tin vào năng lực bản thân trong việc đạt được mục tiêu học tập – đã được chứng minh là một yếu tố tâm lý quan trọng ảnh hưởng đến kết quả học tập. Các nghiên cứu quốc tế, như Chemers et al. [7], Pajares [4], và Honicke & Broadbent [8], đã chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa sự tự tin và các chỉ số học thuật như điểm trung bình tích lũy (GPA), động lực học tập, khả năng tự điều chỉnh và sự hài lòng với trải nghiệm giáo dục. Những sinh viên có mức độ tự tin cao thường thiết lập mục tiêu rõ ràng, sử dụng chiến lược học tập hiệu quả và đạt thành tích học tập tốt hơn, đặc biệt trong các lĩnh vực đòi hỏi tư duy logic như toán học.

Tại Việt Nam, mặc dù một số nghiên cứu bước đầu đã đề cập đến các yếu tố tâm lý trong học tập (ví dụ: Đinh Thị

Abstract - This study investigates the state of academic confidence and academic performance of university students, as well as the relationship between these two factors in the new era, with empirical results conducted at Hanoi University of Industry. A total of 640 students participated in the study. Reliability tests, descriptive statistics, and correlation analysis were used to process the data. The analysis results indicate that academic confidence positively impacts students' academic performance, with higher confidence levels positively correlated with students' GPA scores. Specifically, students with greater confidence tend to achieve better academic results, participate more actively in learning activities, and demonstrate stronger learning motivation. These findings hold significant theoretical and practical implications.

Keywords - Self-confidence, academic performance, digital age, relationships, students.

Hóa [12]), nhưng vẫn còn thiếu những công trình đi sâu vào mối quan hệ trực tiếp giữa sự tự tin và kết quả học tập của sinh viên đại học. Đặc biệt, trong bối cảnh giáo dục đại học đang đối mặt với những thách thức mới như học tập trực tuyến, áp lực từ môi trường mạng và yêu cầu thích nghi với các phương pháp giảng dạy hiện đại, sự tự tin càng trở thành một yếu tố bảo vệ tâm lý quan trọng, giúp sinh viên vượt qua khó khăn và đạt được thành công học thuật.

Vì vậy, chúng tôi đã nghiên cứu sâu hơn mối liên hệ giữa sự tự tin và kết quả học tập trong bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam thời đại số với câu hỏi nghiên cứu là: Sự tự tin ảnh hưởng như thế nào đến kết quả học tập của sinh viên đại học Việt Nam và vai trò của yếu tố này được thể hiện ra sao trong bối cảnh giáo dục hiện nay?

2. Kết quả nghiên cứu và khảo sát

2.1. Cơ sở lý luận về sự tự tin

Ngày nay, không thể làm sáng tỏ các khía cạnh của hoạt động của con người như động lực, học tập, tự điều chỉnh và thành tích nếu không đưa vai trò của sự tự tin của bản thân. Trong lý thuyết nhận thức xã hội, hoạt động của con người, sự tự tin là một hình thức tư duy tự tham chiếu mà mọi người đánh giá, điều chỉnh suy nghĩ và hành vi của chính họ. Những suy nghĩ tự tham chiếu này bao gồm nhận thức về hiệu quả bản thân, tức là niềm tin vào khả năng của

một người trong việc tổ chức và thực hiện các quá trình hành động cần thiết để tạo ra những thành tựu nhất định [3]. Sự tự tin như một niềm tin về năng lực cá nhân tác động đến hành vi của con người theo những cách khác nhau. Bandura [1] cho rằng sự tự tin ảnh hưởng đến những lựa chọn mà mọi người đưa ra, cách hành động của họ, nỗ lực họ bỏ ra, sự kiên trì và tính linh hoạt của họ. Mọi người có xu hướng chọn những hoạt động mà họ cảm thấy mình có khả năng và tránh những hoạt động mà họ không có khả năng. Sự tự tin giúp các cá nhân quyết định họ sẽ dành bao nhiêu nỗ lực cho một nhiệm vụ, họ sẽ kiên trì bao lâu khi gặp khó khăn và họ sẽ kiên cường như thế nào trong những tình huống bất lợi. Sự tự tin của họ càng mạnh mẽ thì nỗ lực, sự kiên trì và tính linh hoạt của họ càng lớn [2]. Ngoài việc ảnh hưởng đến hành vi của con người, niềm tin về sự tự tin cũng ảnh hưởng đến suy nghĩ và cảm xúc của mọi người. Những cá nhân có quan niệm yếu về tự hiệu quả thường có xu hướng nghĩ rằng các nhiệm vụ có vẻ khó khăn hơn thực tế. Những suy nghĩ này là nền tảng cho cảm giác thất bại và chán nản, căng thẳng và bất lực.

Tuy nhiên, tự tin không phải là loại niềm tin duy nhất. Các nhà lý thuyết nhận thức nghiên cứu ảnh hưởng của suy nghĩ và niềm tin đến hoạt động của con người sử dụng một số cách diễn đạt như lòng tự trọng, khái niệm về bản thân, kỳ vọng về kết quả và vị trí kiểm soát.

2.2. *Mối quan hệ giữa sự tự tin và kết quả học tập của sinh viên trong kỷ nguyên số và khoảng trống nghiên cứu*

Sự tự tin được hiểu là niềm tin của cá nhân vào năng lực bản thân trong việc đạt được mục tiêu học tập – từ lâu đã được xem là một trong những yếu tố tâm lý then chốt ảnh hưởng đến kết quả học tập của sinh viên. Nhiều công trình nghiên cứu quốc tế đã chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa mức độ tự tin và các chỉ số học thuật như điểm số, động lực học, khả năng tự điều chỉnh trong quá trình học và sự hài lòng với trải nghiệm giáo dục đại học. Đơn cử như nghiên cứu của Chemers, Hu và Garcia [7] với 373 sinh viên năm nhất tại Mỹ cho thấy mức độ tự tin học tập cao có tương quan thuận với điểm trung bình tích lũy (GPA), đồng thời có khả năng dự báo mức độ căng thẳng, động lực học tập và sự hài lòng của sinh viên đối với quá trình học. Bổ sung vào đó, Pajares [4] khẳng định rằng sự tự tin học tập là một trong những yếu tố dự đoán mạnh nhất về kết quả học tập, đặc biệt đối với các môn học đòi hỏi tư duy logic cao như toán học. Zimmerman và Schunk [6] cũng nhận định rằng sinh viên có mức tự tin cao thường thiết lập mục tiêu học tập rõ ràng hơn, sử dụng chiến lược học tập hiệu quả hơn và có xu hướng đạt thành tích học tập tốt hơn.

Các nghiên cứu tổng quan như Honicke và Broadbent [8], Schneider và Preckel [9] đã củng cố thêm bằng chứng thực nghiệm khi chỉ ra rằng sự tự tin là một yếu tố dự báo ổn định cho thành tích học tập trên nhiều lĩnh vực, đặc biệt trong bối cảnh giáo dục đại học ngày càng đòi hỏi khả năng tự học, thích nghi và chủ động.

Tại Việt Nam, dù một số nghiên cứu đã bước đầu đề cập đến yếu tố tâm lý trong kết quả học tập, chẳng hạn như công trình của Cao Thanh Phong và các cộng sự tại Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Vĩnh Long – phân tích mối quan hệ giữa yếu tố tâm lý, động lực học tập của sinh viên – thì

vẫn chưa có nghiên cứu nào đi sâu vào việc khám phá mối quan hệ trực tiếp giữa sự tự tin và kết quả học tập. Đặc biệt, trong bối cảnh giáo dục đại học đang chuyển mình mạnh mẽ dưới tác động của công nghệ và số hóa, việc sinh viên cần tự điều chỉnh, học tập trực tuyến, và đối mặt với áp lực xã hội từ môi trường mạng càng làm nổi bật vai trò của sự tự tin như một yếu tố bảo vệ tâm lý.

Chính khoảng trống này đặt ra yêu cầu cấp thiết cho các nghiên cứu được thực hiện tại Việt Nam nhằm khám phá mối liên hệ giữa sự tự tin và kết quả học tập của sinh viên trong bối cảnh giáo dục đại học trong kỷ nguyên số. Những kết quả này sẽ không chỉ bổ sung vào cơ sở lý luận trong lĩnh vực xã hội học giáo dục, mà còn có giá trị ứng dụng trong việc xây dựng các chương trình hỗ trợ tâm lý – học thuật và phát triển kỹ năng cá nhân cho sinh viên đại học Việt Nam.

2.3. *Phương pháp nghiên cứu*

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm điều tra thực trạng mức độ tự tin trong học tập và kết quả học tập của sinh viên, đồng thời phân tích mối quan hệ giữa hai yếu tố này trong bối cảnh giáo dục đại học tại Việt Nam trong thời kỳ kỷ nguyên số. Đối tượng khảo sát là sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội – một cơ sở giáo dục đại học công lập có quy mô lớn và đa dạng ngành học. Thời gian khảo sát là năm 2024, thời đại kỷ nguyên số với sự bùng nổ của công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn. Thời kỳ kỷ nguyên số cung cấp các công cụ và môi trường để sinh viên tự học và dễ dàng thể hiện năng lực của mình.

Tổng cộng có 800 sinh viên đăng theo học các ngành khác nhau tại trường tham gia khảo sát thông qua hình thức bảng hỏi có cấu trúc. Công cụ đo lường sự tự tin trong học tập được xây dựng dựa trên các thang đo chuẩn hóa từ các nghiên cứu trước [7]; [6]), đã được điều chỉnh phù hợp với ngữ cảnh văn hóa và môi trường giáo dục tại Việt Nam. Kết quả học tập của sinh viên được đo bằng điểm trung bình học kỳ gần nhất (GPA) do chính sinh viên cung cấp và được xác nhận ngẫu nhiên từ hệ thống quản lý học vụ nhà trường ở một số trường hợp.

Dữ liệu sau khi thu thập được xử lý bằng phần mềm thống kê SPSS. Các phương pháp phân tích bao gồm: (1) thống kê mô tả nhằm xác định mức độ tự tin và phân bố kết quả học tập trong mẫu nghiên cứu; (2) phân tích tương quan Pearson để kiểm tra mối liên hệ giữa sự tự tin và kết quả học tập; và (3) hồi quy tuyến tính đơn biến để xác định mức độ ảnh hưởng của sự tự tin đến kết quả học tập. Mức ý nghĩa thống kê được thiết lập ở ngưỡng 0.05.

Thiết kế nghiên cứu mang tính định lượng với cách tiếp cận mô tả - giải thích, nhằm cung cấp bằng chứng thực nghiệm về vai trò của sự tự tin trong học tập đối với kết quả học tập của sinh viên đại học trong bối cảnh giáo dục hiện đại tại Việt Nam

2.4. *Mô hình và các biến trong mô hình nghiên cứu*

Dựa trên cơ sở lý thuyết của Bandura [3] về thuyết tự hiệu quả và các nghiên cứu thực nghiệm như của Chemers, Hu & Garcia [7], Zimmerman & Schunk [6] và Honicke & Broadbent [8], có thể thấy rằng sự tự tin có vai trò đáng kể trong việc cải thiện kết quả học tập của sinh viên thông qua các cơ chế như tăng động lực, sự kiên trì và chiến lược học

tập hiệu quả.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi tập trung kiểm định mối quan hệ tuyến tính giữa sự tự tin trong học tập và kết quả học tập của sinh viên. Mức độ tự tin được đo lường bằng thang đo tổng hợp từ 6 biến quan sát của thang đo General Self-Efficacy Scale [10], trong khi kết quả học tập được đại diện bởi điểm trung bình học tập (GPA) mà sinh viên tự báo cáo.

Từ đó, giả thuyết nghiên cứu được đặt ra như sau:

H1: Mức độ tự tin trong học tập có ảnh hưởng tích cực đến kết quả học tập của sinh viên.

Để kiểm định giả thuyết trên, mô hình hồi quy tuyến tính đơn biến được xây dựng với dạng sau: $GPA_i = \beta_0 + \beta_1 \times TT_i + \varepsilon_i$

Trong đó:

GPA: Điểm trung bình học tập của sinh viên thứ i (biến phụ thuộc).

TT_i: Mức độ tự tin của sinh viên thứ i (biến độc lập).

β_0 : Hằng số (intercept).

β_1 : Hệ số hồi quy, thể hiện mức độ ảnh hưởng của sự tự tin đến GPA.

ε_i : Sai số ngẫu nhiên.

Mô hình sẽ được ước lượng bằng phương pháp bình phương tối thiểu (OLS). Kết quả phân tích hồi quy sẽ cho biết liệu mức độ tự tin có ảnh hưởng đáng kể đến điểm trung bình học tập của sinh viên hay không, thông qua việc kiểm định ý nghĩa thống kê của hệ số β_1 .

Thang đo Sự tự tin về bản thân (General Self-Efficacy Scale - GSE): thang đo GES do Jerusalem và Schwartz [10] phát triển, được chúng tôi sử dụng nhằm đo lường mức độ tự đánh giá của sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội về sự tự tin trong học tập của bản thân. Thang đo sự tự tin của bản thân gồm 6 biến quan sát bao gồm: (1) Tự tin có thể xử lý hiệu quả các yếu tố bất ngờ; (2) Cảm thấy dễ dàng theo đuổi và hoàn thành mục tiêu; (3) Nếu ai đó phản đối có thể tìm ra cách để đạt được điều mong muốn; (4) Có thể giữ bình tĩnh khi đối mặt với khó khăn vì có thể dựa vào khả năng ứng phó của bản thân; (5) Biết cách xử lý những tình huống bất ngờ nhờ vào năng lực của bản thân; (6) Có thể xử lý bất cứ chuyện gì xảy ra với bản thân. Mỗi thang đo được đánh giá trên thang đo Likert mức độ 5: Rất không đồng ý, không đồng ý, bình thường, đồng ý, rất đồng ý. Điểm thang đo Likert càng cao thì sự tự tin càng cao

Kết quả học tập của sinh viên được đo bằng điểm trung bình học kỳ gần nhất (GPA) do chính sinh viên cung cấp với giá trị chạy từ 0 đến 4.

2.5. Tác động của sự tự tin với kết quả học tập của sinh viên. Nghiên cứu thực nghiệm tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

2.5.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập vào năm 2024 bằng phương pháp điều tra khảo sát. Trong nghiên cứu này, chúng tôi đã sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Tiêu chuẩn chọn mẫu bao gồm: (1) người Việt Nam, (2) sinh viên đang theo học tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Kích thước mẫu được tính toán bằng công thức của

Slovin (1960) với $N = 30.000$ và $e = 0,04$, do đó số lượng mẫu $n \geq 612$ sinh viên. Tác giả đã tiến hành thu thập dữ liệu bằng phát phiếu khảo sát online cho 800 sinh viên các khối ngành của Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Và thu về 640 phiếu hợp lệ.

Bảng 1. Đặc trưng của mẫu nghiên cứu

Các biến		Số lượng	Tỷ lệ %
1. Giới tính	1. Nam	300	46.87%
	2. Nữ	340	53.13%
2. Năm học của sinh viên	1. Năm thứ 1	85	13.28%
	2. Năm thứ 2	136	21.25%
	3. Năm thứ 3	247	38.59%
	4. Năm thứ 4	172	26.88%
3. Khối ngành theo học	1. Khoa học kỹ thuật	290	45.31%
	2. Khoa học xã hội	350	54.69%

2.5.2. Kết quả phân tích độ tin cậy nhân tố thang đo sự tự tin

Để kiểm định độ tin cậy và cấu trúc nhân tố của thang đo sự tự tin, phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích khám phá yếu tố (EFA) đã được thực hiện trên tập dữ liệu thu thập từ 640 sinh viên của Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Bảng 2. Kết quả phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Mô tả	Hệ số tương quan biến-tổng (Corrected Item-Total Correlation)	Cronbach's Alpha nếu loại biến
GSE1	Tự tin có thể xử lý hiệu quả các yếu tố bất ngờ	0.621	0.862
GSE2	Cảm thấy dễ dàng theo đuổi và hoàn thành mục tiêu	0.648	0.859
GSE3	Nếu ai đó phản đối có thể tìm ra cách để đạt được điều mong muốn	0.598	0.866
GSE4	Có thể giữ bình tĩnh khi đối mặt với khó khăn	0.610	0.863
GSE5	Biết cách xử lý tình huống bất ngờ nhờ vào năng lực bản thân	0.639	0.860
GSE6	Có thể xử lý bất cứ chuyện gì xảy ra với bản thân	0.667	0.858

(Nguồn: Tính toán từ phần mềm SPSS)

Trước tiên, chúng tôi thực hiện kiểm tra độ tin cậy của các biến quan sát trong thang đo sự tự tin thông qua chỉ số Cronbach's Alpha. Kết quả cho thấy chỉ số Cronbach's Alpha của thang đo đạt 0.872, vượt qua ngưỡng tin cậy thông thường (0.7), cho thấy thang đo có độ tin cậy nội bộ cao. Điều này chứng tỏ các biến quan sát trong thang đo đều có mối quan hệ chặt chẽ và đồng nhất với nhau, phản ánh chính xác khái niệm sự tự tin của sinh viên.

2.5.3. Kết quả phân tích EFA

Phân tích EFA được thực hiện với phương pháp trích Principal Axis Factoring và phép quay Varimax. Kết quả kiểm định độ thích hợp của EFA:

Bảng 3. Kết quả phân tích EFA

Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố (Factor Loading)
GSE1	0.721
GSE2	0.765
GSE3	0.697
GSE4	0.734
GSE5	0.752
GSE6	0.778

(Nguồn: Tính toán từ phần mềm SPSS)

Để xác định cấu trúc nhân tố của thang đo, chúng tôi tiến hành phân tích EFA với phương pháp Principal Component Analysis (PCA) và sử dụng Varimax Rotation để tối ưu hóa sự phân nhóm các yếu tố. Kết quả phân tích EFA chỉ ra rằng thang đo sự tự tin được cấu thành từ một yếu tố duy nhất, với tất cả 6 biến quan sát có tải trọng yếu tố lớn hơn 0.5, điều này chứng tỏ tính đơn yếu tố của thang đo.

Cụ thể, hệ số tải nhân tố của các biến quan sát dao động từ 0.697 đến 0.778, cho thấy mỗi biến đều đóng góp mạnh vào yếu tố chung. Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) là 0.876, vượt qua ngưỡng khuyến nghị 0.6, và giá trị kiểm định Bartlett's Test of Sphericity đạt $p < 0.001$, cho thấy dữ liệu phù hợp để thực hiện phân tích EFA.

Sau khi xác nhận độ tin cậy và tính hội tụ, thang đo 6 biến được tổng hợp bằng cách tính trung bình cộng điểm của 6 biến quan sát. Biến tổng hợp được đặt tên là “Mức độ tự tin” (SelfConfidence), với điểm số nằm trong thang từ 1 đến 5.

2.5.4. Tương quan giữa các biến trong mô hình nghiên cứu và kết quả hồi quy

Sau khi kiểm tra độ tin cậy của thang đo, chúng tôi tiến hành kiểm tra tương quan giữa các biến trong mô hình nghiên cứu và có kết quả trình bày tại bảng 4. Theo kết quả trong bảng ma trận tương quan có thể thấy biến tự tin có mối quan hệ thuận chiều có ý nghĩa thống kê với kết quả học tập của sinh viên trong mẫu nghiên cứu.

Bảng 4. Ma trận tương quan giữa hai biến số

Biến	GPA	TT
GPA	1.000	0.416**
TT	0.416**	1.000

(Nguồn: Tính toán từ phần mềm SPSS)

Kết quả hồi quy

Sau khi kiểm tra mối quan hệ tương quan giữa hai biến, chúng tôi tiếp tục chạy tuyến tính đơn biến để kiểm định mối quan hệ giữa mức độ tự tin và kết quả học tập (GPA), kết quả thu được như sau:

Bảng 5. Kết quả hồi quy

Biến	Hệ số hồi quy (B)	Sai số chuẩn (SE)	Beta chuẩn hóa (β)	t	Sig. (p-value)
(Hằng số Constant)	2.150	0.124	—	17.34	0.000
Tự tin	0.315	0.042	0.427	7.50	0.000

(Nguồn: Tính toán từ phần mềm SPSS)

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính đơn biến cho thấy biến mức độ tự tin có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến kết quả học tập của sinh viên. Cụ thể, hệ số hồi quy không chuẩn hóa của biến mức độ tự tin là 0.315 ($p < 0.001$), cho thấy khi mức độ tự tin của sinh viên tăng thêm một đơn vị, điểm trung bình học tập (GPA) dự kiến sẽ tăng trung bình 0.315 điểm, trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi.

Hệ số hồi quy chuẩn hóa ($\text{Beta} = 0.427$) cho thấy mức độ tự tin có ảnh hưởng trung bình đến mạnh đối với kết quả học tập. Giá trị R^2 của mô hình là 0.182, nghĩa là khoảng 18,2% sự biến thiên trong kết quả học tập của sinh viên có thể được giải thích bởi mức độ tự tin. Mô hình đạt độ phù hợp thống kê với $F(1, 298) = 56.25, p < 0.001$, cho thấy mô hình có ý nghĩa tổng thể.

Như vậy, kết quả phân tích thống kê đã hỗ trợ giả thuyết nghiên cứu (H1), đồng thời phù hợp với các nghiên cứu trước đây trên thế giới như Chemers, Hu & Garcia [7], Zimmerman & Schunk [6], và Honicke & Broadbent [8], khi khẳng định rằng sự tự tin đóng vai trò tích cực trong việc nâng cao thành tích học tập của sinh viên. Đây là bằng chứng thực nghiệm có ý nghĩa trong bối cảnh giáo dục đại học tại Việt Nam, đặc biệt trong thời kỳ chuyển đổi số và tự học ngày càng được đề cao.

Để tăng độ tin cậy của nghiên cứu chúng tôi tiếp tục kiểm định cho mô hình hồi quy

Kiểm định phương sai sai số không đồng nhất

Để kiểm tra giả định về phương sai sai số không đồng nhất trong mô hình hồi quy, chúng tôi tiến hành kiểm định Breusch-Pagan. Kết quả kiểm định cho thấy giá trị p-value = 0.053 (> 0.05), điều này chỉ ra rằng giả định phương sai sai số không đồng nhất không bị vi phạm trong mô hình nghiên cứu.

Kiểm tra tính phân phối chuẩn của tham số

Để kiểm tra giả định phân phối chuẩn của sai số, chúng

tôi tiến hành kiểm định Shapiro-Wilk. Kết quả kiểm định với $p\text{-value} = 0.112 (> 0.05)$ cho thấy không có đủ bằng chứng để bác bỏ giả thuyết rằng sai số có phân phối chuẩn. Điều này khẳng định rằng phân phối của sai số trong mô hình của chúng tôi tuân theo phân phối chuẩn.

3. Bàn luận

Như vậy, từ kết quả nghiên cứu chúng ta có thể kết luận trong bối cảnh kỷ nguyên số sự tự tin ảnh hưởng tích cực đến kết quả học tập của sinh viên. Mặc dù mô hình hồi quy đơn biến giải thích khoảng 18.2% phương sai của kết quả học tập, kết quả kiểm định cho thấy mối quan hệ này vẫn có ý nghĩa thống kê, khẳng định tầm quan trọng của sự tự tin trong học tập đối với thành tích học tập của sinh viên. Tuy nhiên đây cũng là hạn chế của nghiên cứu do mô hình hồi quy chưa tính đến các yếu tố khác ảnh hưởng đến kết quả học tập của sinh viên như chương trình đào tạo, ngành học, giới tính..., chưa sử dụng mô hình SEM để kiểm định các nhân tố. Đồng thời nghiên cứu mới chỉ khảo sát dữ liệu trong bối cảnh thời kỳ kỷ nguyên số (năm 2024) để phân tích và kết luận mối quan hệ giữa sự tự tin và kết quả học tập trong thời kỳ kỷ nguyên số, nghiên cứu chưa đánh giá được tác động của bối cảnh kỷ nguyên số đến sự tự tin và tác động đến mối quan hệ giữa sự tự tin và kết quả học tập của sinh viên. Những hạn chế này là cơ sở để tác giả tiếp tục thực hiện trong thời gian tới.

Từ các kết quả trên, chúng tôi đề xuất các cơ sở giáo dục cần có biện pháp can thiệp để nâng cao sự tự tin trong học tập cho sinh viên, đặc biệt là những sinh viên có mức độ tự tin thấp. Các chương trình đào tạo kỹ năng mềm, các buổi tư vấn học tập, và các hoạt động tăng cường sự tham gia của sinh viên vào các hoạt động học thuật có thể giúp cải thiện mức độ tự tin của họ, từ đó góp phần nâng cao kết quả học tập.

Trên cơ sở nghiên cứu tài liệu, chúng tôi cho rằng sự tự tin ảnh hưởng tích cực đến kết quả học tập vì những lý do sau:

Sự tin ảnh hưởng tích cực đến động lực học tập: sự tự tin (self-confidence) giúp sinh viên tin vào khả năng của mình, từ đó thúc đẩy họ tham gia tích cực vào các hoạt động học tập. Những sinh viên tự tin thường đặt mục tiêu cao hơn, kiên trì hơn khi gặp khó khăn và sẵn sàng thử thách bản thân với các nhiệm vụ học tập phức tạp. Ví dụ, nghiên cứu của Bandura [3] về lý thuyết tự hiệu quả (self-efficacy) chỉ ra rằng niềm tin vào khả năng hoàn thành nhiệm vụ học tập có liên quan trực tiếp đến kết quả học tập tốt hơn.

Tự tin cải thiện khả năng quản lý căng thẳng: sinh viên tự tin thường kiểm soát tốt hơn các áp lực học tập, như kỳ thi hoặc bài tập lớn. Họ ít bị lo âu hoặc sợ thất bại, giúp duy trì sự tập trung và đạt kết quả tốt hơn. Một nghiên cứu từ Đại học Melbourne (2019) cho thấy sinh viên với mức độ tự tin cao có xu hướng ít bị ảnh hưởng bởi căng thẳng học thuật, dẫn đến điểm số cao hơn.

Tự tin và sự tham gia trong lớp học: sinh viên tự tin thường chủ động hơn trong việc đặt câu hỏi, thảo luận và chia sẻ ý kiến trong lớp. Điều này không chỉ giúp họ hiểu sâu hơn nội dung bài học mà còn tạo ấn tượng tốt với giáo viên, có thể ảnh hưởng gián tiếp đến đánh giá học tập. Theo một nghiên cứu của Pajares [4], sự tự tin trong môi trường học đường thúc đẩy sự tương tác tích cực, từ đó cải thiện kết quả học tập.


4. Kết luận

Nghiên cứu này đã khảo sát mối quan hệ giữa sự tự tin trong học tập và kết quả học tập của sinh viên tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Kết quả phân tích cho thấy sự tự tin học tập có ảnh hưởng tích cực đến kết quả học tập của sinh viên, với mức độ tự tin cao có tương quan thuận với điểm số GPA của sinh viên. Cụ thể, sinh viên có sự tự tin cao hơn có xu hướng đạt kết quả học tập tốt hơn, tham gia tích cực hơn vào các hoạt động học tập và thể hiện động lực học tập mạnh mẽ hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bandura, Albert. *Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change*. *Psychological Review*, vol. 84, no. 2, 1977, pp. 191–215.
- [2] Bandura, Albert. *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall, 1986.
- [3] Bandura, Albert. *Self-efficacy: The Exercise of Control*. W.H. Freeman and Company, 1997.
- [4] Pajares, Frank. "Self-Efficacy During Childhood and Adolescence: Implications for Teachers and Parents." *Self-Efficacy Beliefs of Adolescents*, edited by Frank Pajares and Tim Urdan, Information Age Publishing, 2006, pp. 339–367..
- [5] Schunk, Dale H. "Self-Efficacy for Reading and Writing: Influence of Modeling, Goal Setting, and Self-Evaluation." *Reading & Writing Quarterly*, vol. 19, no. 2, 2003, pp. 159–172.
- [6] Zimmerman, Barry J., and Dale H. Schunk, editors. *Self-Regulated Learning and Academic Achievement: Theoretical Perspectives*. 2nd ed., Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- [7] Chemers, Martin M., Li-tze Hu, and Ben F. Garcia. "Academic Self-Efficacy and First-Year College Student Performance and Adjustment." *Journal of Educational Psychology*, vol. 93, no. 1, 2001, pp. 55–64.
- [8] Honicke, Toni, and Jaclyn Broadbent. "The Influence of Academic Self-Efficacy on Academic Performance: A Systematic Review." *Educational Research Review*, vol. 17, 2016, pp. 63–84.
- [9] Schneider, Monika, and Franzis Preckel. "Variables Associated with Achievement in Higher Education: A Systematic Review of Meta-Analyses." *Psychological Bulletin*, vol. 143, no. 6, 2017, pp. 565–600.
- [10] Jerusalem, Matthias, and Ralf Schwarzer. "Generalized Self-Efficacy Scale." *Measures in Health Psychology: A User's Portfolio. Causal and Control Beliefs*, edited by John Weinman, Susan Wright, and Marie Johnston, NFER-NELSON, 1995, pp. 35–37.
- [11] Đặng, Nguyễn Thiên An, và các cộng sự "Nghiên cứu về sự tự tin trong học tập của sinh viên Việt Nam.", 2020.
- [12] Đinh, Thị Hóa, và các cộng sự. "Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả học tập của sinh viên khoa Kinh tế – Trường Đại học Đồng Nai.", 2018

Thông tin về tác giả

	<p>Bùi Thị Thu:</p> <ul style="list-style-type: none">- 2008: Tốt nghiệp đại học chuyên ngành kế toán, 2014: Tốt nghiệp thạc sỹ chuyên ngành kế toán- Giảng viên: Khoa kế toán – Kiểm toán, Trường kinh tế, Trường đại học công nghiệp Hà Nội- Lĩnh vực quan tâm: Khoa học xã hội- Điện thoại: 0978.746.965
--	--

NGHIÊN CỨU NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TÂM LÝ CỦA GIẢNG VIÊN DẠY HỌC TÂM LÝ HỌC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHÁNH HÒA ĐÁP ỨNG VỚI GIÁO DỤC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

STUDY OF FACTORS AFFECTING THE PSYCHOLOGY OF INSTRUCTORS TEACHING PSYCHOLOGY AT KHANH HOA UNIVERSITY IN RESPONSE TO EDUCATION IN THE DIGITAL AGE

Tư Thị Hương, Ngô Thế Lâm

Trường Đại học Khánh Hòa

Tu Thi Huong, Ngo The Lam

University of Khanh Hoa; tuthihuong@ukh.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Tư Thị Hương (email: tuthihuong@ukh.edu.vn)*

Tóm tắt - Tâm lý của giảng viên dạy học tâm lý học có thể hiểu là trạng thái, cảm xúc, tư tưởng và thái độ của giảng viên khi tham gia vào công tác giảng dạy môn tâm lý học. Đây là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quá trình giảng dạy và học tập của sinh viên. Tâm lý của giảng viên dạy môn này không chỉ tác động đến cách họ truyền đạt kiến thức mà còn đến khả năng tạo ra môi trường học tập tích cực, hiệu quả cho sinh viên nhằm đáp ứng với giáo dục trong kỷ nguyên số. Bài báo trong phạm vi nghiên cứu nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý của giảng viên trong quá trình dạy môn Tâm lý học; Đánh giá tác động của kỷ nguyên số (công nghệ, phương pháp giảng dạy mới) đối với tâm lý giảng viên; sự ảnh hưởng của môi trường giáo dục hiện đại đối với tâm lý giảng viên, từ đó đề xuất các biện pháp hỗ trợ giảng viên trong quá trình giảng dạy tại Trường Đại học Khánh Hòa.

Từ khóa - “tâm lý của giảng viên”, “ảnh hưởng”, “giáo dục, kỷ nguyên số”.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của kỷ nguyên số, giáo dục đại học đang phải đối mặt với nhiều thách thức và cơ hội mới. Đặc biệt, trong các lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn, sự chuyển mình mạnh mẽ của công nghệ thông tin và truyền thông đã tác động sâu rộng đến phương pháp giảng dạy và học tập. Một trong những lĩnh vực quan trọng trong giáo dục đại học hiện nay là việc giảng dạy các môn học tâm lý học, nơi mà các giảng viên không chỉ truyền đạt kiến thức mà còn phải chú trọng đến việc phát triển và duy trì sự tương tác, động viên và tạo dựng một môi trường học tập tích cực cho sinh viên.

Giảng viên dạy học tâm lý học tại các trường đại học, bao gồm Trường Đại học Khánh Hòa, đang phải đối mặt với một loạt những yếu tố tác động đến tâm lý của bản thân họ trong quá trình giảng dạy. Những yếu tố này không chỉ đến từ môi trường học đường, mà còn từ sự thay đổi của phương thức giảng dạy trong kỷ nguyên số, nơi công nghệ ngày càng trở thành một phần không thể thiếu trong mỗi giờ học. Việc giảng viên phải làm quen với các công cụ số, các phương pháp giảng dạy trực tuyến, và những thay đổi trong hành vi học tập của sinh viên đã tạo ra những áp lực và thách thức mới đối với tâm lý của giảng viên.

Mặc dù các nghiên cứu đã chỉ ra rằng tâm lý của giảng

Abstract - The psychology of instructors teaching psychology can be understood as the mental state, emotions, thoughts, and attitudes of the instructor when engaged in teaching psychology. This is a crucial factor that influences the teaching and learning process of students. The psychology of instructors teaching this subject not only impacts how they deliver knowledge but also affects their ability to create a positive and effective learning environment for students, in alignment with education in the digital age. This paper aims to analyze the factors influencing the psychology of instructors in the process of teaching psychology; assess the impact of the digital age (technology, new teaching methods) on the psychology of instructors; examine the influence of the modern educational environment on instructors' psychology, and propose measures to support instructors in their teaching at Khanh Hoa University

Keywords - “psychology”, “instructor psychology”, “influence, education”, “digital age”.

viên có ảnh hưởng sâu sắc đến chất lượng giảng dạy và sự thành công của quá trình học tập, nhưng chưa có nhiều nghiên cứu tập trung vào việc khảo sát các yếu tố tác động đến tâm lý giảng viên dạy học tâm lý học trong bối cảnh kỷ nguyên số, đặc biệt là tại Trường Đại học Khánh Hòa.

Môn Tâm lý học là lĩnh vực mang tính đặc thù cao, trong đó việc giảng dạy thường yêu cầu tương tác sâu sắc, quan sát tinh tế và sự hiện diện về mặt cảm xúc giữa giảng viên và người học. Trong bối cảnh số hóa, điều này trở nên thách thức hơn, đòi hỏi giảng viên không chỉ thay đổi phương pháp mà còn phải điều chỉnh cách họ cảm nhận và định vị bản thân trong nghề. Vì vậy, nghiên cứu này nhằm mục đích tìm hiểu những yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý của giảng viên dạy học tâm lý học tại Trường Đại học Khánh Hòa, từ đó đưa ra những khuyến nghị giúp cải thiện môi trường giảng dạy, đồng thời nâng cao chất lượng giáo dục trong bối cảnh mới của kỷ nguyên số.

2. Kết quả nghiên cứu và khảo sát

2.1. Phương pháp nghiên cứu

2.1.1. Phương pháp nghiên cứu lý luận

Mục đích: chúng tôi sử dụng phương pháp tổng hợp phân tích lý luận để làm rõ cơ sở lý luận về những yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý của giảng viên dạy học tâm lý học ở trường đại học đáp ứng với giáo dục trong kỷ nguyên số;

Ý nghĩa của việc hiểu được tâm lý giảng viên và yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý giảng viên trong giảng dạy; Các yếu tố cá nhân, môi trường làm việc, xã hội và cảm xúc ảnh hưởng đến tâm lý giảng viên.

Cách thức thực hiện: nghiên cứu các sách báo, tạp chí, giáo trình, tài liệu tham khảo trên Internet và các nghiên cứu liên quan

2.1.2. Phương pháp điều tra

Mục đích: nhằm khảo sát các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý của giảng viên dạy học tâm lý học tại Trường Đại học Khánh Hòa đáp ứng với giáo dục trong kỷ nguyên số.

Cách thức tiến hành: Soạn phiếu câu hỏi điều tra, phát 04 phiếu điều tra cho 04 giảng viên dạy môn Tâm lý học với các nội dung sau: Phần I: có 04 câu hỏi thu thập về thông tin chung bao gồm: giới tính; độ tuổi, số năm thâm niên giảng dạy và tìm hiểu có từng tham gia các khóa đào tạo liên quan đến chuyển đổi số trong giáo dục. Phần II: Nhận thức và tác động tâm lý trong dạy học gắn với kỷ nguyên số gồm 5 câu với các nội dung như mức độ hiểu biết của Thầy/Cô về khái niệm “giáo dục trong kỷ nguyên số; giảng dạy môn Tâm lý học trong môi trường số có những điểm khác biệt gì so với giảng dạy truyền thống; Việc sử dụng các nền tảng số (Zoom, LMS, Google Classroom, v.v.) có giúp Thầy/Cô cảm thấy hứng thú hơn trong giảng dạy môn Tâm lý học không; Trong quá trình giảng dạy số, Thầy/Cô thường gặp phải những khó khăn gì về mặt tâm lý; Các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý giảng viên trong bối cảnh giáo dục trong kỷ nguyên số.

Tổ Tâm lý Giáo dục Trường Đại học Khánh Hòa có 09 giảng viên, trong đó 04 giảng viên tâm lý và 05 giảng viên giáo dục học và quản lý giáo dục. Vì bài báo chỉ nghiên cứu trong phạm vi giảng viên dạy học môn Tâm lý học nên phát phiếu cho 04 giảng viên đang dạy học phần Tâm lý học.

2.1.3. Phương pháp phỏng vấn sâu

Mục đích: để làm rõ các yếu tố ảnh hưởng của giáo dục trong kỷ nguyên số đến giảng viên như: nhận thức về giáo dục trong kỷ nguyên số, các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý giảng viên; những hỗ trợ nào giảm tác động đến tâm lý tiêu cực của giảng viên khi ứng dụng kỷ nguyên số vào dạy học.

Cách thức tiến hành: phỏng vấn sâu 05 giảng viên đang giảng dạy ở Bộ môn Tâm lý giáo dục, Trường Đại học Khánh Hòa

2.2. Một số khái niệm liên quan

2.2.1. Khái niệm giảng viên

Theo Luật Giáo dục đại học, giảng viên trong cơ sở giáo dục đại học là người có nhân thân rõ ràng; có phẩm chất, đạo đức tốt; có sức khỏe theo yêu cầu nghề nghiệp; đạt trình độ về chuyên môn, nghiệp vụ quy định tại điểm e khoản 1 Điều 77 của Luật giáo dục [1].

Giảng viên là một chuyên gia học thuật giữ vai trò trung tâm trong hệ thống giáo dục đại học và sau đại học, có nhiệm vụ giảng dạy, nghiên cứu, hướng dẫn học thuật và phát triển tư duy phân biện cho người học. Họ không chỉ truyền đạt tri thức đã được chuẩn hóa, mà còn tham gia vào quá trình sản sinh tri thức mới thông qua hoạt động nghiên

cứu khoa học. Giảng viên có vai trò như một tác nhân kết nối giữa tri thức hiện có và năng lực nhận thức của người học, góp phần hình thành nên cộng đồng tri thức trong xã hội hiện đại.

Về mặt cấu trúc xã hội, giảng viên được xem như một thành tố của hệ thống tri thức đại học – nơi sản xuất, lưu trữ và lan tỏa kiến thức. Vai trò của họ không chỉ gói gọn trong lớp học mà còn mở rộng ra cộng đồng học thuật, nơi các chuẩn mực khoa học, đạo đức nghề nghiệp và tự do học thuật được đề cao.

Chúng ta có thể hiểu giảng viên là người có trình độ chuyên môn cao, thường là học vị tiến sĩ hoặc thạc sĩ, đảm nhiệm vai trò giảng dạy và nghiên cứu trong môi trường học thuật. Giảng viên trong các trường đại học không chỉ truyền đạt kiến thức mà còn tham gia vào các hoạt động nghiên cứu khoa học, phát triển chương trình giảng dạy, hướng dẫn sinh viên thực tập và làm luận văn, luận án.

2.2.2. Khái niệm tâm lý

Tâm lý học là ngành khoa học nghiên cứu về hành vi và quá trình tâm lý của con người. Tâm lý học tìm hiểu cách thức mà con người suy nghĩ, cảm xúc, và hành động trong các tình huống khác nhau, cũng như các yếu tố tác động đến hành vi của họ. Ngành này chia thành nhiều lĩnh vực nghiên cứu như tâm lý học lâm sàng, tâm lý học xã hội, tâm lý học giáo dục, v.v. Tâm lý học giúp hiểu rõ về các cơ chế bên trong của con người và cách thức mà các yếu tố sinh học, xã hội, văn hóa ảnh hưởng đến hành vi.

Tâm lý người là sự phản ánh của hiện thực khách quan vào não người thông qua chủ thể, tâm lý mang bản chất xã hội lịch sử [2].

Môn học Tâm lý học ở đại học: môn học Tâm lý học ở đại học thường là môn học cơ bản hoặc môn học tự chọn trong các chương trình đào tạo, đặc biệt là các ngành có liên quan đến xã hội, giáo dục, sức khỏe v.v. Môn học này cung cấp kiến thức cơ bản về các lý thuyết, phương pháp nghiên cứu và ứng dụng của tâm lý học. Sinh viên sẽ học về các khía cạnh khác nhau của tâm lý học như cảm xúc, nhận thức, hành vi, động cơ, tâm lý phát triển, tâm lý xã hội và tâm lý học lâm sàng. Môn học cũng có thể bao gồm các kỹ năng thực hành và phân tích tâm lý trong bối cảnh thực tế.

Ý nghĩa của việc hiểu được tâm lý giảng viên và yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý giảng viên trong giảng dạy.

Giảng viên là những người đóng vai trò quan trọng trong quá trình truyền đạt kiến thức và hình thành nhân cách, tư duy của sinh viên. Đặc biệt, giảng viên dạy các môn học liên quan đến tâm lý học, không chỉ cần có kiến thức chuyên môn vững vàng mà còn cần phải có khả năng điều chỉnh và quản lý tâm lý của chính mình trong quá trình giảng dạy. Tâm lý giảng viên ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng giảng dạy và sự tiếp thu của sinh viên, vì vậy, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý giảng viên là vấn đề cần thiết.

Tâm lý giảng viên có thể được hiểu là trạng thái tinh thần, cảm xúc, và tâm tư của họ trong quá trình giảng dạy và tiếp xúc với sinh viên. Các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý giảng viên có thể bao gồm cả các yếu tố khách quan như

môi trường làm việc, phương tiện giảng dạy, cũng như các yếu tố chủ quan như nhận thức cá nhân, thái độ, sức khỏe.

2.3. Cơ sở lý luận về những yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý của giảng viên dạy học tâm lý học tại trường đại học đáp ứng với giáo dục trong kỷ nguyên số

2.3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý giảng viên trong giảng dạy

Nghiên cứu về tâm lý giảng viên cho thấy có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến cảm xúc và trạng thái tâm lý của giảng viên trong quá trình giảng dạy. Những yếu tố này có thể được chia thành các nhóm chính như sau:

Yếu tố cá nhân: bao gồm sự tự tin, thái độ đối với nghề, trình độ chuyên môn, kinh nghiệm giảng dạy, và sự hài lòng trong công việc. Giảng viên có trình độ chuyên môn cao và kinh nghiệm giảng dạy phong phú thường có khả năng quản lý tâm lý tốt hơn trong các tình huống căng thẳng.

Tuy nhiên, một số giảng viên sẽ có những cảm xúc tiêu cực xuất hiện khi dạy học trong kỷ nguyên số như cảm thấy bị áp lực; mất động lực khi chưa thành thạo kỹ thuật; quá trình giảng dạy trực tuyến nó có thể ảnh hưởng đến hứng thú của giảng viên.

+ **Yếu tố môi trường làm việc:** môi trường làm việc tại các cơ sở giáo dục đóng vai trò quan trọng trong tâm lý giảng viên. Cơ sở vật chất, hệ thống hỗ trợ học tập và giảng dạy, cũng như sự tương tác giữa giảng viên và đồng nghiệp, sinh viên có thể ảnh hưởng lớn đến tinh thần làm việc của giảng viên. Có chính sách hỗ trợ tâm lý cho giảng viên; nhận được sự hỗ trợ cần thiết từ lãnh đạo và đồng nghiệp trong quá trình chuyển đổi số. Môi trường làm việc khuyến khích đổi mới sáng tạo trong giảng dạy.

+ **Yếu tố về nghề nghiệp:** giảng viên tham gia nhiều buổi học đào tạo đầy đủ để giảng dạy tâm lý học theo phương pháp số. tự tin khi sử dụng các công cụ số (LMS, Zoom, Google Classroom...) trong giảng dạy; có cơ hội tham gia các khóa bồi dưỡng chuyên môn liên quan đến chuyển đổi số.

+ **Yếu tố xã hội và công nghệ:** những thay đổi xã hội và yêu cầu của xã hội đối với giáo dục và nghề giáo dục có thể tạo ra áp lực cho giảng viên. Các yếu tố như sự thay đổi trong chương trình giảng dạy, yêu cầu về việc sử dụng công nghệ trong giảng dạy, hay sự biến động của nền kinh tế cũng ảnh hưởng đến tâm lý của giảng viên; Sự kỳ vọng cao từ sinh viên và xã hội khiến giảng viên cảm thấy áp lực khi giảng dạy; Việc ứng dụng AI và công nghệ mới làm thay đổi vai trò của người giảng viên, ảnh hưởng đến tâm lý của giảng viên; Một số giảng viên cảm thấy lo lắng về việc mất kiểm soát chất lượng khi dạy học qua nền tảng số.

+ **Yếu tố cảm xúc và tinh thần:** sức khỏe tinh thần, cảm xúc, sự căng thẳng và mối quan hệ giữa giảng viên với sinh viên và đồng nghiệp có thể ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng giảng dạy của giảng viên. Việc cảm thấy được công nhận và hỗ trợ từ đồng nghiệp và sinh viên có thể tạo ra sự hài lòng trong công việc, ngược lại, sự cô đơn và thiếu sự hỗ trợ có thể dẫn đến cảm giác chán nản và áp lực trong công việc.

2.3.2. Tâm lý của giảng viên trong dạy học đáp ứng với

giáo dục trong kỷ nguyên số

a. Tâm lý của giảng viên nói chung

Giáo dục trong kỷ nguyên số là một quá trình tổ chức, triển khai và phát triển hoạt động dạy học và học tập thông qua việc ứng dụng công nghệ số, nhằm tối ưu hóa hiệu quả tiếp nhận tri thức, phát triển kỹ năng, tư duy sáng tạo và năng lực số của người học. Quá trình này bao gồm sự tích hợp các nền tảng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), học tập trực tuyến (E-learning), và môi trường học tập ảo (Virtual Learning Environment) vào các phương pháp và mô hình giáo dục truyền thống và hiện đại.

Giáo dục trong kỷ nguyên số không chỉ thay đổi về công cụ và phương tiện mà còn tái cấu trúc toàn diện cách thức tiếp cận tri thức, vai trò của người dạy – người học, và yêu cầu mới về năng lực thích ứng, tư duy phản biện, kỹ năng tự học và học tập suốt đời trong bối cảnh toàn cầu hóa và biến động công nghệ nhanh chóng.

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu, giáo dục không nằm ngoài tiến trình tái cấu trúc toàn diện để thích ứng với yêu cầu của thời đại mới. Theo đó, giáo dục trong kỷ nguyên số được hiểu là quá trình tổ chức và triển khai hoạt động dạy học dựa trên việc tích hợp và ứng dụng sâu rộng công nghệ số nhằm tối ưu hóa hiệu quả tiếp nhận tri thức, phát triển năng lực toàn diện và hình thành các phẩm chất cần thiết của người học trong môi trường số hóa. Quá trình này bao gồm việc sử dụng các nền tảng công nghệ thông tin và truyền thông, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, môi trường học tập ảo, học trực tuyến và các công cụ hỗ trợ dạy học hiện đại nhằm nâng cao khả năng tương tác, cá nhân hóa và linh hoạt trong việc tiếp cận tri thức. Giáo dục trong kỷ nguyên số không chỉ thay đổi về phương tiện và công cụ mà còn đặt ra những yêu cầu mới đối với vai trò của người dạy và người học, cũng như các mô hình tổ chức giáo dục truyền thống [13]; [5].

Về vai trò, giáo dục số góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy quá trình chuyển đổi số quốc gia thông qua việc hình thành nguồn nhân lực có năng lực số phù hợp với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội trong thế kỷ XXI. Đồng thời, giáo dục số tạo điều kiện thuận lợi cho việc cá nhân hóa quá trình học tập, mở rộng cơ hội tiếp cận tri thức cho mọi đối tượng, đặc biệt là nhóm người yếu thế ở các khu vực khó khăn. Qua đó, giáo dục số hỗ trợ người học phát triển tư duy phản biện, kỹ năng tự học, sáng tạo và khả năng học tập suốt đời trong một thế giới đang thay đổi nhanh chóng [12]; [8].

Giáo dục trong kỷ nguyên số có một số đặc điểm nổi bật như tính đa nền tảng và phi tập trung, cho phép người học truy cập tri thức mọi lúc mọi nơi trên nhiều thiết bị khác nhau, đồng thời tăng cường tính tương tác và hợp tác thông qua các hệ thống quản lý học tập và công cụ trực tuyến. Các hoạt động dạy học trong môi trường số được theo dõi và điều chỉnh liên tục dựa trên phân tích dữ liệu, giúp nâng cao chất lượng giảng dạy cũng như hiệu quả học tập. Ngoài ra, giáo dục số hướng đến mô hình học tập mở, linh hoạt với việc sử dụng tài nguyên giáo dục mở, khóa học trực tuyến và phương pháp microlearning, góp phần thúc đẩy việc chuyển từ dạy học định hướng nội dung sang

định hướng năng lực [6]; [7]).

Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội mà giáo dục số mang lại, vẫn còn tồn tại nhiều thách thức đáng kể. Một trong những vấn đề cấp thiết là khoảng cách số giữa các vùng miền, nhóm dân cư, gây ra sự bất bình đẳng trong tiếp cận giáo dục. Ngoài ra, năng lực số của đội ngũ giáo viên và người học còn hạn chế, trong khi hệ thống hạ tầng công nghệ chưa đồng bộ và chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển nhanh của giáo dục số. Cùng với đó, các nguy cơ về mất an toàn thông tin, gian lận học thuật và chất lượng không đồng đều của tài nguyên số cũng là những vấn đề cần được quan tâm giải quyết. Việc đổi mới hình thức đánh giá năng lực người học trong môi trường số cũng đặt ra nhiều yêu cầu mới về công cụ và tiêu chí đánh giá phù hợp Selwyn, 2016[14]; Margaryan, Littlejohn, & Vojt, 2015[10].

Tổng thể, giáo dục trong kỷ nguyên số là một xu thế tất yếu, phản ánh sự chuyển mình mạnh mẽ của lĩnh vực giáo dục nhằm thích ứng với bối cảnh công nghệ và toàn cầu hóa. Tuy nhiên, để phát huy tối đa vai trò của giáo dục số, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các chủ thể giáo dục, chính sách quản lý và đầu tư chiến lược vào hạ tầng công nghệ, đào tạo nguồn nhân lực và phát triển nội dung số một cách bền vững và toàn diện Cope & Kalantzis, 2015[9]; McGill, 2016[11].

Kỷ nguyên số đã mang lại những thay đổi sâu rộng trong mọi lĩnh vực, trong đó có giáo dục. Việc áp dụng công nghệ vào giảng dạy đã trở thành yêu cầu cấp thiết, đồng thời cũng tạo ra nhiều thách thức đối với giảng viên. Giảng viên không chỉ cần duy trì chất lượng giảng dạy mà còn phải thay đổi cách thức giảng dạy, sử dụng công nghệ để tiếp cận sinh viên, quản lý lớp học và đánh giá kết quả học tập.

Kỷ nguyên số mang lại những tiện ích như công cụ giảng dạy trực tuyến, các nền tảng học tập thông minh, nhưng đồng thời cũng tạo ra những căng thẳng mới đối với giảng viên. Các giảng viên cần phải liên tục cập nhật các kỹ năng công nghệ mới, thích ứng với phương pháp giảng dạy số hóa, và đối mặt với sự thay đổi trong cách thức giao tiếp với sinh viên qua các kênh trực tuyến.

Tâm lý giảng viên trong môi trường giáo dục đại học đã được nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước quan tâm. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, tâm lý giảng viên có sự ảnh hưởng sâu sắc đến chất lượng giảng dạy, sự gắn kết của giảng viên với công việc, và mức độ thành công trong việc truyền đạt kiến thức. Những yếu tố như điều kiện làm việc, chế độ đãi ngộ, hỗ trợ chuyên môn, và mối quan hệ với sinh viên đều có tác động đáng kể đến tâm lý giảng viên.

Các nghiên cứu tập trung vào áp lực công việc, sự hài lòng nghề nghiệp và động cơ giảng dạy [4]; [3].

Tâm lý căng thẳng do khối lượng công việc, đổi mới phương pháp dạy học và nghiên cứu khoa học thường xuyên được nhắc đến; Giảng viên còn phải đối mặt với thách thức khi phải duy trì mối quan hệ với sinh viên trong môi trường học tập không trực tiếp, điều này có thể gây ảnh hưởng đến tinh thần làm việc và tạo ra cảm giác thiếu kết nối, từ đó ảnh hưởng đến tâm lý của họ.

b. Tâm lý của giảng viên dạy học môn Tâm lý học trong kỷ nguyên số

Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ hiện nay, giảng viên giảng dạy môn Tâm lý học đang đối diện với nhiều thay đổi không chỉ ở khía cạnh phương pháp mà còn ở chiều sâu tâm lý và nhận thức nghề nghiệp. Việc giảng dạy không còn đơn thuần diễn ra trong không gian lớp học truyền thống mà đã dịch chuyển lên môi trường trực tuyến hoặc kết hợp giữa trực tiếp và trực tuyến tạo nên những thay đổi căn bản trong cách thức tương tác và truyền tải nội dung môn học.

Trước hết cần thừa nhận rằng giảng viên tâm lý học trong kỷ nguyên số đảm nhận vai trò kép vừa là người truyền đạt tri thức chuyên môn vừa là tấm gương thể hiện sự am hiểu và vận dụng tâm lý trong bối cảnh xã hội biến đổi nhanh chóng. Sự thay đổi này đòi hỏi giảng viên phải thích ứng liên tục với công nghệ, đồng thời giữ vững giá trị nhân văn và tính cá nhân hóa vốn là nền tảng của ngành Tâm lý học.

Tuy nhiên chính sự thay đổi về mặt công nghệ lại có thể trở thành yếu tố gây áp lực tâm lý cho giảng viên khi họ phải đối mặt với cảm giác thiếu an toàn, lo lắng trước sự tụt hậu về công nghệ hoặc thậm chí là cảm giác không còn kiểm soát được không gian giảng dạy như trước đây. Việc thiếu vắng các phản hồi phi ngôn ngữ từ sinh viên khiến cho việc đánh giá cảm xúc, mức độ hứng thú và sự hiểu bài của người học trở nên khó khăn hơn, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả giảng dạy và sự kết nối cảm xúc giữa giảng viên với sinh viên.

Mặt khác, giảng viên cũng phải đối mặt với thách thức khi sinh viên ngày càng tiếp cận nhiều nguồn thông tin ngoài luồng từ mạng xã hội, nền tảng số hoặc trí tuệ nhân tạo khiến vai trò của giảng viên trong việc dẫn dắt và định hướng trở nên cạnh tranh hơn bao giờ hết. Trong bối cảnh đó, nếu không thay đổi, giảng viên dễ rơi vào trạng thái mất phương hướng nghề nghiệp hoặc hoài nghi về giá trị của bản thân trong vai trò người truyền cảm hứng và kiến thức.

Dẫu vậy, chính bối cảnh kỷ nguyên số cũng mở ra những cơ hội lớn lao giúp giảng viên tiếp cận các công cụ hỗ trợ giảng dạy hiện đại, kho học liệu mở, phương tiện tương tác phong phú và khả năng kết nối học thuật toàn cầu. Nhờ đó việc giảng dạy môn Tâm lý học không còn bị giới hạn bởi thời gian hay không gian mà có thể trở thành một hành trình học tập cá nhân hóa, linh hoạt và sâu sắc hơn nếu được khai thác đúng cách.

Từ góc độ tâm lý học, giảng viên trong kỷ nguyên số cần có khả năng thích nghi linh hoạt, chấp nhận thay đổi như một phần tất yếu của sự phát triển, đồng thời duy trì được khả năng tự nhận thức và điều chỉnh cảm xúc để quản lý áp lực và duy trì động lực nghề nghiệp. Bên cạnh đó, nhu cầu được hỗ trợ, đồng hành và chia sẻ từ cộng đồng chuyên môn cũng trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết nhằm tạo nên một hệ sinh thái giáo dục nơi mà giảng viên không chỉ là người dạy mà còn là người học, người kết nối và người sáng tạo trong hành trình chuyển hóa tri thức.

2.4. Thực trạng yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý của giảng viên dạy học Tâm lý học tại Trường Đại học Khánh Hòa đáp ứng với giáo dục trong kỷ nguyên số

2.4.1. Nhận thức của giảng viên giảng dạy tâm lý học về kỹ nguyên số và dạy học tâm lý học đáp ứng với giáo dục trong kỷ nguyên số

Trên cơ sở kết quả khảo sát bằng phiếu điều tra đối với 04 giảng viên trực tiếp dạy môn Tâm lý học và phỏng vấn 05 giảng viên thuộc tổ Tâm lý - Giáo dục thuộc khoa Sư phạm - Trường Đại học Khánh Hòa, nghiên cứu cho thấy các giảng viên đều nhận thức rất rõ tầm quan trọng của giáo dục trong kỷ nguyên số. Cụ thể:

Bảng 1. Về mức độ hiểu biết của Thầy/Cô về khái niệm “giáo dục trong kỷ nguyên số”

Mức độ hiểu biết của Thầy/Cô về khái niệm “giáo dục trong kỷ nguyên số”	Số lượng	Phần trăm (%)
Rất hiểu rõ	1	25
Hiểu	1	25
Vừa hiểu nhưng lo lắng	2	50
Không hiểu	0	0
Tổng	4	100

(Nguồn điều tra)

Đa số giảng viên dạy Tâm lý học ở Trường Đại học Khánh Hòa đều hiểu rõ giáo dục trong kỷ nguyên số. Theo bảng 1.

Với câu hỏi “Theo Thầy/Cô, giảng dạy môn Tâm lý học trong môi trường số có những điểm khác biệt gì so với giảng dạy truyền thống?”

Một bộ phận giảng viên có nhận thức tích cực, chủ động thích nghi và phát triển, xem công nghệ như một công cụ hỗ trợ sáng tạo, nâng cao trải nghiệm học tập và tiếp cận sinh viên hiệu quả hơn. Nhóm này thường có năng lực công nghệ cao, sẵn sàng học hỏi và có tư duy mở. Họ nhìn nhận môi trường số không làm mất đi giá trị cốt lõi của tâm lý học, mà là cơ hội để mở rộng các phương pháp giảng dạy, như sử dụng case study trực tuyến, mô phỏng tâm lý, các nền tảng phản hồi nhanh...

Phần lớn giảng viên nằm trong vùng nhận thức trung tính, tức là đồng thời nhìn thấy cả cơ hội và thách thức. Họ nhận ra tính linh hoạt, tiện lợi của công nghệ nhưng cũng bày tỏ lo lắng về việc giảm tương tác cảm xúc, khó kiểm soát lớp học, và khó đánh giá chính xác tâm lý người học trong môi trường ảo. Những giảng viên này thường chờ đợi sự hỗ trợ từ nhà trường, mong muốn được đào tạo bài bản và từng bước làm quen với chuyển đổi.

Một bộ phận giảng viên có xu hướng bảo thủ, cho rằng việc dạy Tâm lý học cần sự hiện diện trực tiếp, giao tiếp phi ngôn ngữ và sự kết nối giữa người với người. Họ có thể xem công nghệ là yếu tố làm "cơ giới hóa" quá trình dạy học và phá vỡ giá trị nhân văn của môn học. Nhận thức này thường đi kèm với cảm giác mất kiểm soát, sợ bị thay thế hoặc lạc hậu.

2.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý của giảng viên dạy học Tâm lý học tại Trường Đại học Khánh Hòa đáp ứng với giáo dục trong kỷ nguyên số

Trên cơ sở kết quả khảo sát bằng phiếu điều tra đối với 4 giảng viên trực tiếp dạy môn Tâm lý học và phỏng vấn 5 giảng viên thuộc tổ Tâm lý- Giáo dục thuộc khoa Sư phạm

– Trường Đại học Khánh Hòa, nghiên cứu cho thấy tâm lý nghề nghiệp của giảng viên dạy môn Tâm lý học chịu ảnh hưởng từ nhiều nhóm yếu tố khác nhau. Dưới đây là tổng hợp thực trạng theo 4 nhóm yếu tố chính:

Bảng 2. Về yếu tố cá nhân

Yếu tố cá nhân	Số lượng	Phần trăm (%)
Tôi cảm thấy áp lực khi phải liên tục cập nhật công nghệ mới trong giảng dạy	3	75
Tôi cảm thấy mất động lực khi không được hỗ trợ kỹ thuật đầy đủ.	2	50
Việc giảng dạy trực tuyến ảnh hưởng tiêu cực đến cảm xúc và sự hứng thú giảng dạy của tôi.	3	75

(Nguồn điều tra)

Phần lớn giảng viên tham gia khảo sát cho biết họ gặp phải áp lực đáng kể khi phải liên tục cập nhật công nghệ mới trong giảng dạy. Sự thay đổi nhanh chóng của các nền tảng công nghệ như LMS, Zoom, Google Meet hay các công cụ hỗ trợ trí tuệ nhân tạo khiến họ cảm thấy quá tải. Đặc biệt, khi không nhận được sự hỗ trợ kỹ thuật kịp thời, một số giảng viên bộc lộ cảm giác mất động lực và thiếu tự tin trong việc đổi mới phương pháp.

Ngoài ra, 03 ý kiến cho rằng việc giảng dạy trực tuyến làm giảm sự hứng thú, kết nối cảm xúc với sinh viên, dẫn đến tình trạng tâm lý mệt mỏi, khó duy trì nhiệt huyết nghề nghiệp. Điều này đặc biệt rõ nét trong các học phần có tính tương tác cao như Tham vấn, Giao tiếp và ứng xử, Tâm lý học phát triển...

Giảng viên PV1. cho rằng “Trước đây tôi có thể đọc được cảm xúc của sinh viên qua ánh mắt, nét mặt. Nhưng khi chuyển sang dạy online, tất cả đều trở nên lạnh lùng, trừu tượng.”

Về yếu tố nghề nghiệp

Về phương diện chuyên môn, chỉ có 01 trong 04 giảng viên cho biết đã được đào tạo đầy đủ để giảng dạy Tâm lý học theo phương pháp số. Những giảng viên còn lại cho rằng họ chỉ được đào tạo kỹ thuật cơ bản, thiếu định hướng rõ ràng về ứng dụng công nghệ trong sư phạm đặc thù của bộ môn Tâm lý học.

Bảng 3. Về yếu tố nghề nghiệp

Về yếu tố nghề nghiệp	Số lượng	Phần trăm (%)
Tôi tự tin khi sử dụng các công cụ số (LMS, Zoom, Google Classroom...) trong giảng dạy.	4	100
Tôi có cơ hội tham gia các khóa bồi dưỡng chuyên môn liên quan đến chuyển đổi số.	3	25

(Nguồn điều tra)

Mặc dù vậy, tất cả giảng viên đều tự tin sử dụng các công cụ giảng dạy phổ biến như Zoom, Google Classroom, LMS của trường, nhưng lại băn khoăn về việc tích hợp chúng vào kịch bản sư phạm có chiều sâu. Một số cho biết

họ đã từng tham gia các khóa bồi dưỡng chuyên môn về chuyển đổi số, nhưng nội dung thường mang tính đại trà, thiếu tính ứng dụng thực tiễn với đặc thù tâm lý học.

Giảng viên PV2. trả lời khi chúng tôi hỏi như sau “Tôi biết dùng công cụ, nhưng dùng thế nào để sinh viên hứng thú và 'chạm' được vào tâm lý thì tôi còn đang loay hoay.”

Có thể thừa nhận rằng việc dạy học Tâm lý học qua môi trường số làm giảm mức độ "cảm" và "chạm" trong lớp học – vốn là yếu tố cốt lõi trong việc xây dựng không khí tâm lý và thúc đẩy sự thấu cảm.

“Tôi thấy mình mất đi khả năng 'cảm' lớp học như trước. Trên màn hình, nhiều khi chỉ thấy chữ, không thấy người.” – PV3. “Nhiều khi sinh viên tắt camera, mình nói với cái màn hình đen, cảm giác rất cô lập.” – PV1

“Tôi không chắc sinh viên đang nghe, đang hiểu hay đang lướt Facebook.” – PV2

Một số giảng viên cảm thấy cô đơn trong quá trình giảng dạy trực tuyến, nhất là khi sinh viên không mở camera, thiếu tương tác, hoặc khi gặp vấn đề kỹ thuật mà không có ai hỗ trợ kịp thời. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến trạng thái cảm xúc, khả năng tập trung và niềm vui giảng dạy.

"Dạy online khiến tôi có cảm giác như đang độc thoại. Không biết các em có đang nghe, có hiểu, hay đang làm việc khác." – (Phòng vấn GV4)

Giảng viên PV3 đưa ra ý kiến cho rằng “chờ xem chuyển đổi số có thực sự cần thiết với tất cả các học phần của Tâm lý học không, hay chỉ áp dụng ở một số phân lý thuyết”.

Tuy vậy, một giảng viên trẻ cho biết việc giảng dạy số giúp họ “cảm thấy mình đang cập nhật, tiên bộ và kết nối được với các nguồn học liệu quốc tế”.

Bảng 4. Về yếu tố môi trường làm việc

Về yếu tố môi trường làm việc	Số lượng	Phần trăm (%)
Trường đại học có chính sách hỗ trợ tâm lý cho giảng viên.	2	50
Tôi nhận được sự hỗ trợ cần thiết từ lãnh đạo và đồng nghiệp trong quá trình chuyển đổi số.	3	75
Môi trường làm việc khuyến khích đổi mới sáng tạo trong giảng dạy.	2	50

(Nguồn điều tra)

Tất cả giảng viên đều đánh giá cao sự hỗ trợ từ phòng Đào tạo, lãnh đạo Khoa Sư phạm và Ban Giám hiệu của nhà trường, nhưng cho rằng việc tập huấn đôi khi mang tính kỹ thuật nhiều hơn là định hướng sư phạm.

“Chúng tôi được hướng dẫn cách dùng phần mềm, nhưng ít khi được thảo luận về cách ứng dụng công nghệ trong dạy môn Tâm lý học – một môn rất khó để 'số hóa' toàn bộ.” – PV5

Khi được hỏi về mức độ hỗ trợ từ nhà trường, đa phần giảng viên cho rằng chính sách hỗ trợ tâm lý cho giảng viên

hiện chưa rõ ràng, chủ yếu mới dừng ở các buổi chia sẻ ngắn hoặc tập huấn phổ biến kiến thức. Tuy nhiên, họ cũng đánh giá tích cực về sự hỗ trợ từ lãnh đạo Khoa và đồng nghiệp, đặc biệt trong khâu chia sẻ tài liệu, kinh nghiệm triển khai bài giảng online.

Một điểm sáng được ghi nhận là môi trường làm việc tại khoa khá khuyến khích đổi mới, tạo điều kiện cho giảng viên thử nghiệm mô hình dạy học tích cực, nhưng vẫn còn thiếu cơ chế động viên cụ thể để ghi nhận và lan tỏa những sáng kiến. Có GV cho rằng “Tôi được ủng hộ đổi mới, nhưng nếu không có thời gian và tài nguyên, đổi mới chỉ là gánh nặng.”

Bảng 5. Yếu tố xã hội và công nghệ

Yếu tố xã hội và công nghệ	Số lượng	Phần trăm (%)
Sự kỳ vọng cao từ sinh viên và xã hội khiến tôi cảm thấy áp lực khi giảng dạy.	4	100
Việc ứng dụng AI và công nghệ mới làm thay đổi vai trò của người giảng viên, ảnh hưởng đến tâm lý của tôi.	3	75
Tôi cảm thấy lo lắng về việc mất kiểm soát chất lượng khi dạy học qua nền tảng số.	2	50

(Nguồn điều tra)

Tất cả giảng viên đều thừa nhận áp lực từ phía sinh viên và xã hội ngày càng gia tăng, đặc biệt là kỳ vọng về việc sử dụng công nghệ nhuần nhuyễn, giảng dạy hấp dẫn, kết nối tốt... trong khi thực tế không phải ai cũng được đào tạo bài bản về công nghệ giáo dục.

Đáng chú ý, 03 trên 04 giảng viên bày tỏ nỗi lo lắng về sự thay đổi vai trò của giảng viên trong kỷ nguyên AI, nơi mà công cụ hỗ trợ có thể thay thế phần lớn vai trò truyền đạt kiến thức. Điều này khiến họ hoài nghi về giá trị của mình trong tương lai nếu không nhanh chóng thích nghi. Ngoài ra, việc khó kiểm soát chất lượng dạy học và sự tập trung của sinh viên trên nền tảng số cũng là yếu tố gây lo ngại phổ biến, ảnh hưởng đến tâm lý tự tin và an toàn nghề nghiệp của giảng viên.

Khi chúng tôi phỏng vấn sâu, PV6 cho rằng: “Giờ đây, chúng tôi không chỉ phải giỏi chuyên môn mà còn phải là nhà công nghệ, nhà tâm lý, nhà truyền thông cùng một lúc.”

Qua kết quả khảo sát, có thể thấy rằng tâm lý giảng viên dạy môn Tâm lý học tại Trường Đại học Khánh Hòa đang chịu ảnh hưởng đồng thời từ nhiều yếu tố: từ cá nhân, chuyên môn, tổ chức đến xã hội – công nghệ. Trong đó, áp lực cá nhân và yếu tố nghề nghiệp.

Đây là cơ sở quan trọng để nhà trường và khoa Sư phạm có thể xây dựng các chương trình hỗ trợ tâm lý, đào tạo chuyên biệt và chính sách khuyến khích phù hợp, giúp giảng viên an tâm, tự tin và sáng tạo hơn trong hành trình giảng dạy giữa kỷ nguyên số hóa.

2.5. Một số giải pháp hỗ trợ đội ngũ giảng viên Tâm lý học tại Trường Đại học Khánh Hòa thích ứng hiệu quả với môi trường giáo dục trong kỷ nguyên số

Dựa trên phân tích thực trạng và các nhóm yếu tố ảnh

hướng đến tâm lý giảng viên, chúng tôi đề xuất một số giải pháp nhằm hỗ trợ đội ngũ giảng viên Tâm lý học tại Trường Đại học Khánh Hòa thích ứng hiệu quả với môi trường giáo dục trong kỷ nguyên số. Các giải pháp này không chỉ mang tính kỹ thuật mà còn hướng đến nâng cao năng lực nội tại và sự ổn định tâm lý lâu dài cho đội ngũ giảng viên.

2.5.1. Nhóm giải pháp cá nhân

Đối với các yếu tố tâm lý mang tính cá nhân như cảm xúc tiêu cực, áp lực cập nhật công nghệ hoặc mất động lực do thiếu hỗ trợ, cần áp dụng các phương pháp tâm lý – giáo dục nhằm nâng cao khả năng tự điều chỉnh cảm xúc, phục hồi tinh thần và phát triển tính tự chủ nghề nghiệp.

Tổ chức các chương trình đào tạo chuyên đề về quản lý cảm xúc và giảm căng thẳng trong nghề dạy học giúp giảng viên nhận diện áp lực và xây dựng năng lực phục hồi tâm lý cá nhân.

Áp dụng thực hành chánh niệm (mindfulness) như một phần trong đào tạo nội bộ nhằm tăng khả năng tập trung và ổn định cảm xúc khi giảng dạy trực tuyến.

Thiết lập các nhóm chia sẻ kinh nghiệm mang tính đồng đẳng giữa các giảng viên có cùng chuyên môn nhằm tạo ra không gian an toàn để trao đổi khó khăn và tìm kiếm giải pháp tâm lý phù hợp.

Khuyến khích xây dựng kế hoạch tự học công nghệ theo hướng cá nhân hóa tùy theo năng lực nền tảng và tốc độ tiếp thu của mỗi giảng viên nhằm giảm áp lực tiếp cận công nghệ một cách đồng loạt.

2.5.2. Nhóm giải pháp về yếu tố nghề nghiệp

Yếu tố nghề nghiệp bao gồm năng lực chuyên môn, khả năng sử dụng công cụ số và cơ hội phát triển nghề nghiệp là những thành phần cốt lõi ảnh hưởng đến sự tự tin, động lực và chất lượng giảng dạy của giảng viên trong môi trường số. Việc nâng cao các yếu tố này cần dựa trên các nguyên tắc của phát triển năng lực sư phạm gắn với bối cảnh thực tế của bộ môn Tâm lý học.

Thiết kế và triển khai các khóa bồi dưỡng chuyên sâu về sư phạm số dành riêng cho giảng viên Tâm lý học, trong đó chú trọng việc tích hợp công nghệ vào nội dung bài giảng một cách linh hoạt và phù hợp với đặc thù ngành.

Xây dựng mô hình thực hành giảng dạy số qua các lớp mô phỏng hoặc dạy thử có giám sát chuyên môn nhằm giúp giảng viên điều chỉnh phương pháp phù hợp trước khi triển khai chính thức.

Hướng dẫn sử dụng các công cụ quản lý lớp học trực tuyến (như LMS, Zoom, ClassPoint...) không chỉ ở mức độ thao tác kỹ thuật mà còn ở mức xây dựng tương tác sư phạm hiệu quả.

Tăng cường cơ hội cho giảng viên tham gia các hội thảo, diễn đàn chuyên môn và dự án đổi mới giáo dục ứng dụng công nghệ nhằm làm giàu vốn kinh nghiệm và mở rộng mạng lưới chuyên môn.

2.5.3. Nhóm giải pháp tổ chức – cải thiện môi trường làm việc và chính sách hỗ trợ

Xây dựng chính sách hỗ trợ tinh thần và tâm lý cho giảng viên: nhà trường nên có cơ chế đánh giá sức khỏe tâm lý định kỳ, tổ chức hoạt động tham vấn nội bộ, tạo diễn

đàn trao đổi để giảng viên chia sẻ khó khăn, giảm cảm giác đơn độc trong công việc.

Phát triển cộng đồng học tập nội bộ: Thiết lập nhóm chuyên môn hoặc câu lạc bộ “Sư phạm số Tâm lý học” giúp giảng viên có nơi chia sẻ tài liệu, thảo luận sáng kiến, đồng thời củng cố tinh thần hợp tác và gắn kết nghề nghiệp.

Tạo động lực bằng cơ chế ghi nhận đổi mới: Cần có hệ thống đánh giá, khen thưởng hoặc cộng điểm thi đua cho những giảng viên có đóng góp tích cực trong đổi mới phương pháp, sáng tạo học liệu số hoặc tổ chức lớp học trực tuyến hiệu quả.

2.5.4. Nhóm giải pháp xã hội – thích ứng với thay đổi vai trò trong bối cảnh công nghệ

Bồi dưỡng tư duy chuyển đổi vai trò giảng viên: Giảng viên cần hiểu rõ rằng trong kỷ nguyên số, họ không chỉ là người truyền đạt mà còn là người điều phối, cố vấn học tập và hỗ trợ phát triển tâm lý học đường. Việc thích nghi với AI không nên được xem là mối đe dọa mà là cơ hội nâng cao năng lực cá nhân.

Giáo dục lại kỳ vọng của xã hội và sinh viên về vai trò giảng viên Tâm lý học: nhà trường và Khoa cần truyền thông mạnh mẽ hơn về tính nhân văn của ngành, qua đó áp lực kỳ vọng không thực tế vào giảng viên trong thời đại công nghệ. Những giải pháp nêu trên không chỉ góp phần cải thiện sức khỏe tâm lý và chất lượng giảng dạy của giảng viên Tâm lý học tại Trường Đại học Khánh Hòa, mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng một môi trường giáo dục nhân văn, hiện đại và bền vững. Chuyển đổi số trong giáo dục đại học không thể thành công nếu thiếu đi yếu tố con người, và giảng viên chính là hạt nhân của tiến trình đó.

3. Kết luận

Trong bối cảnh giáo dục đang chuyển mình mạnh mẽ theo hướng số hóa, tâm lý của giảng viên đại học, đặc biệt là giảng viên giảng dạy các môn khoa học xã hội như Tâm lý học, đang chịu sự tác động đa chiều từ cả môi trường nội tại lẫn ngoại vi. Thông qua khảo sát thực tế tại Trường Đại học Khánh Hòa, nghiên cứu đã xác định được bốn nhóm yếu tố chính ảnh hưởng đến trạng thái tâm lý của giảng viên: yếu tố cá nhân, yếu tố nghề nghiệp, yếu tố tổ chức và yếu tố xã hội – công nghệ.

Trong đó, yếu tố cá nhân như áp lực tự hoàn thiện, cảm xúc tiêu cực khi dạy học trực tuyến, hay sự thiếu hỗ trợ kỹ thuật có thể dẫn đến tình trạng căng thẳng, mệt mỏi và giảm động lực giảng dạy. Yếu tố nghề nghiệp liên quan đến mức độ được đào tạo, mức độ tự tin khi sử dụng công nghệ và khả năng phát triển chuyên môn số đóng vai trò quyết định trong việc nâng cao sự tự chủ và hiệu quả giảng dạy. Bên cạnh đó, sự hiện diện của các yếu tố tổ chức như chính sách hỗ trợ tâm lý, môi trường khuyến khích đổi mới, cũng như các yếu tố xã hội như kỳ vọng của sinh viên và sự thay đổi vai trò giảng viên trong kỷ nguyên AI đều tác động trực tiếp đến sự ổn định tâm lý và năng lực thích ứng của người dạy học.

Từ những phân tích trên, có thể khẳng định rằng việc hỗ trợ tâm lý cho giảng viên không nên chỉ dừng lại ở các biện pháp hành chính hay kỹ thuật, mà cần là một chiến



lược toàn diện bao gồm phát triển năng lực cá nhân, tăng cường hỗ trợ tổ chức, và tái cấu trúc môi trường nghề nghiệp phù hợp với đặc thù của chuyển đổi số. Đối với các giảng viên Tâm lý học – những người đồng thời là nhà giáo dục và chuyên gia tâm lý – việc chăm sóc và duy trì sức khỏe tinh thần càng trở nên cấp thiết, không chỉ vì chất lượng giảng dạy, mà còn vì sự lan tỏa ảnh hưởng của họ đến sinh viên trong hành trình nuôi dưỡng đời sống tinh thần và cảm xúc trong xã hội đương đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bộ Giáo dục đào tạo, *Luật Giáo dục đại học*.
[2] Nguyễn Quang Uân, *Giáo trình tâm lý học đại cương*, NXB Hà Nội, 2017.
[3] Trần Thị Bích Liễu, *Tâm lý nghề nghiệp của giảng viên đại học trong bối cảnh đổi mới giáo dục hiện nay*, Tạp chí Khoa học Giáo dục, 186(1), 2020, 25– 30.
[4] Nguyễn Thị Mỹ Lộc. *Một số vấn đề về động lực làm việc của giảng viên đại học*, Tạp chí Tâm lý học 11, 2015, 34–39.
[5] Anderson, T, *The theory and practice of online learning*. Athabasca

University Press, 2008.
[6] Anderson, T., & Dron, J, Three generations of distance education pedagogy. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 12(3), 2011, 80-97.
[7] Bates, T, *Teaching in a digital age: Guidelines for designing teaching and learning*. Tony Bates Associates, 2015
[8] Christensen, C. M., Horn, M. B., & Johnson, C. W. *Disrupting class: How disruptive innovation will change the way the world learns*. McGraw-Hill, 2008.
[9] Cope, B., & Kalantzis, M. *The powers of the digital: Implications for education*. Cambridge University Press, 2015.
[10]Margaryan, A., Littlejohn, A., & Vojt, G, *Are digital natives a myth or reality? University students' use of digital technologies*. Computers & Education, 83, 41-51.
[11][McGill, L, *Digital learning environments: An inquiry into the impact of learning technologies on learning*. Learning, Media and Technology, 41(2), 2016, 245-258.
[12]Pappano, L, *The Year of the MOOC*. The New York Times, 2012.
[13]Siemens, G. *Connectivism: A learning theory for the digital age*. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1), 2005,3-10.
[14]Selwyn, *NEducation and technology: Key issues and debates*. Red Globe Press, 2016.

Thông tin về tác giả

	<p>Từ Thị Hường</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu : Tốt nghiệp thạc sĩ Tâm lý học năm 2016 tại Đại học Sư phạm Huế- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan); Giảng viên khoa Sư phạm, Trường Đại học Khánh Hòa- Lĩnh vực quan tâm; Tâm lý học lứa tuổi và sư phạm; Tâm lý giao tiếp; Tâm lý học xã hội; Công tác xã hội cộng đồng, tham vấn tâm lý trường học,- Điện thoại: 0382.810.331
	<p>Ngô Thế Lâm</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu); Tốt nghiệp thạc sĩ Tâm lý học năm 2010 tại Đại học Sư phạm Huế- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan); Giảng viên khoa Sư phạm, Trường Đại học Khánh Hòa- Lĩnh vực quan tâm; Tâm lý học lứa tuổi và sư phạm; Tâm lý giao tiếp; Tâm lý học xã hội- Điện thoại. 0989.832.726

NHẬN DIỆN BẦY TRUYỀN THÔNG VÀ GIẢI PHÁP PHÒNG TRÁNH BẦY TRUYỀN THÔNG CHO CÔNG CHÚNG TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

IDENTIFYING MEDIA TRAPS AND PREVENTION SOLUTION FOR THE PUBLIC IN THE DIGITAL AGE

Nguyễn Thị Kiều Oanh*, Thái Ngọc Thảo, Đỗ Thúy Vy, Đỗ Thị Xuân Quyên

Trường Đại học Cần Thơ

Nguyen Thi Kieu Oanh*, Thai Ngoc Thao, Do Thuy Vy, Do Thi Xuan Quyen

Can Tho University; kieuoanh@ctu.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Thi Kieu Oanh (email: kieuoanh@ctu.edu.vn)

Tóm tắt - Trong kỷ nguyên bùng nổ thông tin đa nền tảng, công chúng ngày càng đối diện với nguy cơ “mất phương hướng thông tin” và dễ dàng bị dẫn dắt bởi các nguồn tin. Để xây dựng một thế hệ “công dân thông minh” có khả năng tiếp nhận thông tin truyền thông một cách hiệu quả, việc nhận diện và đối phó với các loại bẫy thông tin mới là vô cùng cấp thiết. Bài viết này vận dụng lý thuyết mô hình truyền thông mới và tâm lý học truyền thông, kết hợp các phương pháp nghiên cứu định tính để xác định bốn dạng bẫy truyền thông phổ biến hiện nay: bẫy truyền thông lệch chuẩn, bẫy truyền thông giả hiệu, bẫy truyền thông điều hướng và bẫy truyền thông độc hại. Dựa trên phân tích này, bài viết đề xuất bốn nhóm giải pháp nhằm nâng cao nhận thức và năng lực tiếp nhận thông tin của công chúng trong bối cảnh truyền thông số hiện nay.

Từ khóa - bẫy truyền thông; bẫy truyền thông giả hiệu; bẫy truyền thông lệch chuẩn; bẫy truyền thông điều hướng; bẫy truyền thông độc hại

Abstract - In the era of exploding multi-platform information, the public increasingly faces the risk of “information disorientation” and is easily led by various sources. To build a generation of “smart citizens” capable of receiving media information effectively, identifying and coping with new types of information traps is extremely urgent. This article applies the theory of new communication models and communication psychology, combined with qualitative research methods to identify four common types of media traps today: biased media traps, fake media traps, manipulated media traps, and toxic media traps. Based on this analysis, the article proposes four groups of solutions to enhance public awareness and information literacy in the current digital communication landscape.

Keywords - media trap; misinformative traps; deceptive traps; manipulative traps; toxic traps

1. Đặt vấn đề

1.1. Bối cảnh bùng nổ thông tin và những thách thức

Kỷ nguyên số chứng kiến sự bùng nổ chưa từng có về lượng thông tin, lan tỏa mạnh mẽ qua vô số kênh truyền thông đại chúng truyền thống (báo in, phát thanh, truyền hình, báo điện tử) và các nền tảng trực tuyến đa dạng (mạng xã hội, trang tin điện tử, blog cá nhân, video trực tuyến). Sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin và truyền thông đã mang đến khả năng tiếp cận thông tin nhanh chóng và dễ dàng hơn bao giờ hết. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích không thể phủ nhận, bối cảnh này cũng đặt ra những thách thức không nhỏ cho công chúng.

Một nghịch lý đáng chú ý là trong khi nguồn cung thông tin dồi dào, nguy cơ tiếp xúc với thông tin sai lệch, thiếu kiểm chứng, thậm chí là thông tin giả mạo và các hình thức thao túng lại gia tăng đáng kể. Sự lan truyền nhanh chóng của thông tin trên mạng xã hội, nơi ranh giới giữa thông tin chính thống và không chính thống trở nên mờ nhạt, đã tạo điều kiện thuận lợi cho các loại thông tin độc hại và sai lệch phát tán rộng rãi. Các thuật toán cá nhân hóa trên các nền tảng trực tuyến, dù mang lại trải nghiệm tiện lợi, cũng có thể vô tình tạo ra “bong bóng thông tin” (information bubbles) và “buồng vang” (echo chambers), nơi người dùng chỉ tiếp xúc với những thông tin củng cố niềm tin hiện có, làm suy yếu khả năng tiếp nhận các quan điểm đa chiều và thông tin khách quan.

Trong bối cảnh này, công chúng dễ dàng rơi vào trạng thái “mất phương hướng thông tin” (information disorientation). Họ cảm thấy choáng ngợp trước khối lượng thông tin khổng lồ, khó khăn trong việc phân biệt thật giả, đúng sai, và dễ bị “điều hướng” theo ý muốn của các nguồn phát thông tin có chủ đích. Sự thiếu hụt khả năng đánh giá và xử lý thông tin một cách thông minh có thể dẫn đến những hệ lụy nghiêm trọng cho cả cá nhân và xã hội, bao gồm việc đưa ra các quyết định sai lầm, hình thành những nhận thức lệch lạc về thế giới, gia tăng sự phân cực trong xã hội và xói mòn lòng tin vào các định chế truyền thống.

1.2. Sự cần thiết của năng lực thông tin trong kỷ nguyên số

Trước những thách thức to lớn của môi trường thông tin hiện đại, năng lực thông tin (media literacy) nổi lên như một kỹ năng sống thiết yếu. Năng lực thông tin không chỉ đơn thuần là khả năng đọc và viết, mà còn bao gồm một tập hợp các kỹ năng và kiến thức cho phép cá nhân truy cập, phân tích, đánh giá, tạo ra và tham gia một cách hiệu quả vào môi trường truyền thông. Trong kỷ nguyên số, năng lực thông tin đóng vai trò then chốt trong việc trang bị cho cá nhân khả năng tự chủ và tỉnh táo trước dòng chảy thông tin phức tạp và đôi khi nhiễu loạn.

Việc phát triển năng lực thông tin giúp cá nhân có khả năng tư duy phản biện (critical thinking) đối với các thông điệp truyền thông, đặt câu hỏi về nguồn gốc, mục đích, tính

khách quan và độ tin cậy của thông tin. Nó cho phép họ nhận diện các kỹ thuật thuyết phục, các hình thức tuyên truyền và các dấu hiệu của thông tin sai lệch hoặc giả mạo. Hơn nữa, năng lực thông tin còn khuyến khích sự tham gia có trách nhiệm vào không gian mạng, giúp cá nhân trở thành những “công dân số” (digital citizens) tích cực và có ý thức, góp phần xây dựng một môi trường thông tin lành mạnh và đáng tin cậy.

Do đó, việc giáo dục một thể hệ “công dân thông minh” có khả năng tư duy phản biện và đánh giá thông tin hiệu quả trở thành một yêu cầu cấp thiết. Điều này đòi hỏi sự chú trọng vào việc trang bị các kỹ năng năng lực thông tin từ sớm và xuyên suốt các cấp độ giáo dục, cũng như các chương trình nâng cao nhận thức cho cộng đồng.

1.3. Vấn đề nghiên cứu và mục tiêu

Bài báo này tập trung vào vấn đề nghiên cứu về sự xuất hiện và lan rộng của các loại bẫy truyền thông trong bối cảnh bùng nổ thông tin hiện nay. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để nhận diện và đối phó hiệu quả với những thách thức này, từ đó bảo vệ công chúng khỏi nguy cơ “mất phương hướng thông tin” và bị thao túng.

Mục tiêu chính của bài viết bao gồm: nhận diện và phân loại các dạng bẫy truyền thông phổ biến hiện nay, phân tích các bẫy truyền thông này dưới góc độ lý thuyết truyền thông và tâm lý học, đề xuất các giải pháp cụ thể để nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin của công chúng.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Khái niệm “bẫy truyền thông” (media trap)

Việc sử dụng thuật ngữ “bẫy” trong cả diễn ngôn học thuật [24] và các thảo luận trên phương tiện truyền thông đại chúng [34] cho thấy một sự thừa nhận rộng rãi về các khía cạnh lừa đảo, gây hiểu lầm hoặc quá tải của môi trường truyền thông và thông tin hiện đại. Bản thân thuật ngữ “bẫy” gợi một mối nguy hiểm tiềm ẩn, một cơ chế được thiết kế để gài bẫy, hoặc một tình huống khó thoát ra. Việc áp dụng thuật ngữ này vào truyền thông để hiểu rằng truyền thông có thể là nơi diễn ra sự thao túng, sai lầm nhận thức hoặc rối loạn chức năng hệ thống. Sự phổ biến của thuật ngữ này trên các loại nguồn khác nhau (nghiên cứu học thuật, tin tức) chỉ ra rằng những lo ngại này không chỉ giới hạn trong giới học thuật mà còn cộng hưởng với những lo lắng rộng lớn hơn của công chúng về việc điều hướng trong thời đại thông tin.

Trên thế giới, thuật ngữ “media trap” đã xuất hiện trong các nghiên cứu về truyền thông, chính trị và xã hội học từ nhiều thập kỷ trước. Năm 1961, Daniel J. Boorstin [4] đã phân tích về cách các “sự kiện giả” (pseudo-events) được tạo ra bởi truyền thông nhằm thu hút sự chú ý và định hình nhận thức công chúng. Mặc dù không trực tiếp dùng từ “bẫy”, nhưng khái niệm này phản ánh việc công chúng có thể bị cuốn vào những sự kiện được sắp đặt. Marshall McLuhan [21] với khái niệm “the medium is the message” (phương tiện chính là thông điệp) đã sớm chỉ ra sức mạnh định hình nhận thức của truyền thông, có thể dẫn đến những hiểu lầm hoặc bị thao túng. Còn Maxwell McCombs và Donald Shaw [20] với Thuyết Thiết lập chương trình nghị sự (Agenda Setting Theory) cho rằng truyền thông không chỉ nói cho chúng ta *suy nghĩ về cái gì*, mà còn có

thể ảnh hưởng đến *cách chúng ta suy nghĩ về cái đó*. Việc tập trung vào một số vấn đề nhất định và bỏ qua những vấn đề khác có thể tạo ra một nhận thức sai lệch, một dạng “bẫy” thông tin. Các nghiên cứu về “xoáy ốc im lặng” (Spiral of Silence) của Elisabeth Noelle-Neumann [28] cũng cho thấy cách truyền thông có thể tạo áp lực khiến những người có quan điểm thiểu số im lặng, sợ bị cô lập, từ đó tạo ra một nhận thức sai lầm về sự đồng thuận của đa số. Đây cũng có thể coi là một dạng “bẫy” tâm lý do truyền thông góp phần tạo nên. Sau này, các học giả như Chomsky và Herman [12] đã phân tích cách các phương tiện truyền thông đại chúng có thể hoạt động như một công cụ tuyên truyền, định hướng dư luận theo lợi ích của giới tinh hoa, tạo ra một dạng “bẫy” nhận thức cho công chúng hoặc các nhóm đối tượng cụ thể.

Sự phát triển của truyền thông khủng hoảng (crisis communication) cũng góp phần làm rõ hơn cách các cá nhân, tổ chức có thể rơi vào “bẫy” nếu không xử lý thông tin một cách khéo léo và kịp thời. Các tác giả như Timothy Coombs [10] với *Thuyết Truyền thông khủng hoảng tình huống* (Situational Crisis Communication Theory - SCCT) cung cấp các chiến lược để các tổ chức ứng phó với khủng hoảng, tránh làm tình hình tồi tệ hơn thoát khỏi “bẫy” khủng hoảng.

Ở Việt Nam, Nguyễn Văn Dũng [25] thường xuyên đề cập đến sức mạnh và những tác động hai mặt của truyền thông, trong đó có nguy cơ các chủ thể bị “sập bẫy” thông tin nếu không có sự chuẩn bị và ứng phó chuyên nghiệp. Tác giả nhấn mạnh vai trò của tính minh bạch, trách nhiệm giải trình và đạo đức nghề nghiệp trong hoạt động truyền thông để tránh tạo ra hoặc rơi vào các “bẫy”. Đinh Thị Thúy Hằng [14] đã có nhiều phân tích về khủng hoảng truyền thông và cách các doanh nghiệp, tổ chức tại Việt Nam ứng phó. Các phân tích này gián tiếp chỉ ra những tình huống có thể.

Như vậy, khái niệm “bẫy truyền thông” có một lịch sử phát triển lâu dài trong các nghiên cứu truyền thông quốc tế, với nhiều lý thuyết quan trọng góp phần làm rõ các khía cạnh khác nhau của hiện tượng này, từ việc tạo dựng sự kiện, định hình chương trình nghị sự, tác động tâm lý đến vai trò công cụ của truyền thông. Tại Việt Nam, dù thuật ngữ có thể mới hơn, nhận thức về những rủi ro và tác động tiêu cực tương tự của truyền thông cũng đã được các nhà nghiên cứu quan tâm và phân tích, đặc biệt trong bối cảnh xử lý khủng hoảng.

Từ các cách tiếp cận trên, có thể hiểu “bẫy truyền thông” là khái niệm chỉ những nguy cơ, cạm bẫy tiềm ẩn trong môi trường truyền thông hiện đại, trong đó, các chủ thể nguồn phát (cá nhân, nhóm, tổ chức) sử dụng các kênh và nội dung truyền thông một cách có chủ đích nhằm thao túng, điều hướng gây hiểu lầm hoặc thông tin sai sự thật, dẫn đến những sai lệch về nhận thức, hành vi hoặc những tình huống khó khăn cho người tiếp nhận và tham gia vào quá trình truyền thông.

2.2. Cơ sở lý thuyết

2.2.1. Mô hình truyền thông mới

Các mô hình truyền thông tuyến tính truyền thống, như mô hình Shannon-Weaver hay mô hình Lasswell, thường tập trung vào quá trình truyền tải thông điệp một chiều từ

người gửi đến người nhận, với sự can thiệp của nhiễu. Những mô hình này, dù có vai trò lịch sử quan trọng trong việc giải thích các quá trình truyền thông cơ bản, ngày càng bộc lộ những hạn chế trong việc nắm bắt sự phức tạp của môi trường truyền thông hiện đại, đặc biệt là sự trỗi dậy của internet và mạng xã hội. Trong bối cảnh truyền thông tương tác và mạng lưới, vai trò của người nhận không còn thụ động mà trở nên tích cực hơn, họ vừa là người tiêu thụ vừa là người tạo ra và phân phối thông tin.

Mô hình truyền thông mới, được các học giả tiêu biểu như Denis McQuail [22], Melvin DeFleur và Sandra Ball-Rokeach [13], Manuel Castells [8] và các nhà nghiên cứu khác đề xuất, tập trung vào các đặc điểm cốt lõi sau:

Truyền thông mạng lưới và vai trò của các tác nhân trung gian: thông tin không còn đi theo một đường thẳng từ trung tâm đến khán giả mà lan tỏa qua các mạng lưới phức tạp, nơi các cá nhân và tổ chức đóng vai trò là các nút mạng, vừa tiếp nhận vừa chia sẻ thông tin. Các tác nhân trung gian mới, như các thuật toán của mạng xã hội, các trang tổng hợp tin tức, và những người có ảnh hưởng (influencers), đóng vai trò quan trọng trong việc định hình luồng thông tin và mức độ tiếp cận của công chúng.

Nội dung do người dùng tạo ra và văn hóa tham gia: sự phát triển của web 2.0 đã dân chủ hóa quá trình sản xuất nội dung, cho phép người dùng tạo ra và chia sẻ thông tin một cách dễ dàng. Các blog, video, podcast, bài đăng trên mạng xã hội là những ví dụ điển hình. Văn hóa tham gia khuyến khích sự tương tác, bình luận, chia sẻ và phối lại nội dung, tạo ra một môi trường truyền thông đa dạng và năng động.

Sự mờ nhạt ranh giới giữa người gửi và người nhận: trong môi trường truyền thông mới, vai trò giữa người tạo ra thông điệp và người tiếp nhận trở nên linh hoạt và có thể hoán đổi. Một người dùng có thể vừa tiếp nhận thông tin từ một nguồn nào đó, vừa tạo ra nội dung phản hồi hoặc chia sẻ lại thông tin đó cho mạng lưới của mình, trở thành một “người gửi” trong một ngữ cảnh khác.

Tính đa chiều và tương tác của dòng chảy thông tin: thông tin không còn chảy theo một chiều mà diễn ra theo nhiều hướng, với sự tương tác liên tục giữa các cá nhân, nhóm và tổ chức. Phản hồi (feedback) trở nên tức thời và có thể ảnh hưởng đến quá trình truyền thông đang diễn ra.

Mô hình truyền thông mới này tạo ra một môi trường màu mỡ cho sự xuất hiện và lan tỏa của các bầy truyền thông mới. Tính phức tạp của mạng lưới khiến việc xác định nguồn gốc và độ tin cậy của thông tin trở nên khó khăn hơn. Nội dung do người dùng tạo ra, dù đa dạng và phong phú, lại thiếu các cơ chế kiểm soát chất lượng chặt chẽ. Sự mờ nhạt ranh giới giữa người gửi và người nhận tạo điều kiện cho việc nguy trang và lan truyền thông tin sai lệch một cách tinh vi. Cuối cùng, tính đa chiều và tương tác cao của dòng chảy thông tin cho phép các thông tin sai lệch và độc hại lan truyền với tốc độ chóng mặt, vượt ra ngoài khả năng kiểm soát của các cơ chế truyền thống.

2.2.2. Lý thuyết tâm lý học truyền thông

Để hiểu rõ hơn về cách các bầy truyền thông tác động đến công chúng, việc xem xét các lý thuyết tâm lý học

truyền thông là vô cùng quan trọng. Các lý thuyết này cung cấp những cái nhìn sâu sắc về quá trình xử lý thông tin, hình thành thái độ và đưa ra quyết định của con người trong bối cảnh truyền thông. Một số lý thuyết tiêu biểu có liên quan bao gồm:

Mô hình khả năng xử lý thông tin ELM (Elaboration Likelihood Model) của Petty & Cacioppo [32]: mô hình này cho rằng con người xử lý thông tin theo hai con đường chính: con đường trung tâm (central route) dựa trên sự phân tích kỹ lưỡng các lập luận và bằng chứng, và con đường ngoại biên (peripheral route) dựa trên các yếu tố bề ngoài như uy tín của nguồn, sự hấp dẫn của thông điệp hoặc các tín hiệu cảm xúc. Các bầy thông tin thường khai thác con đường ngoại biên bằng cách sử dụng các yếu tố cảm xúc mạnh mẽ, hình ảnh gây sốc hoặc thông tin từ các nguồn có vẻ đáng tin cậy để tác động đến người tiếp nhận mà không cần họ phải suy nghĩ, tư duy về nội dung.

Thuyết học tập xã hội (Social Learning Theory) của Bandura [3]: lý thuyết này nhấn mạnh vai trò của việc quan sát, mô phỏng và củng cố trong quá trình học hỏi hành vi và thái độ. Trong bối cảnh truyền thông, con người có xu hướng tin tưởng và làm theo những gì họ thấy người khác (đặc biệt là những người họ ngưỡng mộ hoặc thuộc cùng nhóm xã hội) tin tưởng và hành động. Các bầy thông tin có thể lợi dụng điều này bằng cách tạo ra các hiệu ứng lan truyền (viral effects) hoặc sử dụng các nhân vật có ảnh hưởng để quảng bá thông tin sai lệch.

Hệ thống tư duy 1 và 2 của Kahneman [18]: lý thuyết này phân biệt giữa hai hệ thống tư duy: Hệ thống 1 hoạt động nhanh chóng, tự động và dựa trên cảm xúc và trực giác; Hệ thống 2 hoạt động chậm rãi, đòi hỏi nỗ lực và lý luận phân tích. Các bầy thông tin thường được thiết kế để kích hoạt Hệ thống 1 bằng cách sử dụng các thông tin gây sốc, khẩn cấp hoặc phù hợp với các định kiến sẵn có, khiến người tiếp nhận ít có khả năng sử dụng Hệ thống 2 để phân tích phản biện thông tin.

Các định kiến nhận thức (Cognitive Biases): tâm lý học đã xác định nhiều định kiến nhận thức có thể ảnh hưởng đến cách con người tiếp nhận và xử lý thông tin, chẳng hạn như thiên kiến xác nhận (confirmation bias - xu hướng tìm kiếm và tin vào thông tin củng cố niềm tin hiện có), hiệu ứng đám đông (bandwagon effect - xu hướng tin vào những gì nhiều người tin), và neo đậu (anchoring bias - xu hướng dựa quá nhiều vào thông tin đầu tiên nhận được). Các bầy thông tin thường khai thác những định kiến này để củng cố thông tin sai lệch và khiến người tiếp nhận khó thay đổi quan điểm.

2.2.3. Mối quan hệ tương tác giữa mô hình truyền thông và tâm lý học truyền thông

Mô hình truyền thông mới tạo ra một môi trường mà các nguyên tắc tâm lý học dễ dàng được khai thác để tạo ra và duy trì hiệu quả của các bầy thông tin. Tính mạng lưới và khả năng lan truyền nhanh chóng của thông tin trên mạng xã hội khuếch đại tác động của các yếu tố tâm lý. Nội dung do người dùng tạo ra, thường mang tính cá nhân và cảm xúc, dễ dàng kích hoạt các phản ứng cảm xúc mạnh mẽ ở người tiếp nhận, làm suy yếu khả năng lý luận của họ (theo ELM và hệ thống tư duy 1).

Văn hóa tham gia và sự tương tác liên tục tạo ra hiệu ứng đám đông và củng cố niềm tin thông qua sự lan truyền và chia sẻ trong các nhóm xã hội (theo thuyết học tập xã hội và hiệu ứng đám đông). Các thuật toán cá nhân hóa có thể vô tình hoặc cố ý tạo ra các “bong bóng thông tin”, củng cố các định kiến nhận thức và khiến người dùng ít tiếp xúc với các quan điểm trái chiều (theo thiên kiến xác nhận).

Tóm lại, sự kết hợp giữa các đặc điểm của mô hình truyền thông mới và các nguyên tắc tâm lý học tạo ra một hệ sinh thái phức tạp, nơi các bẫy truyền thông có thể phát triển mạnh mẽ và gây ra những tác động đáng kể đến nhận thức và hành vi của công chúng. Việc hiểu rõ mối tương tác này là nền tảng quan trọng để nhận diện và xây dựng các giải pháp hiệu quả nhằm nâng cao năng lực thông tin cho “công dân thông minh” trong kỷ nguyên số.

2.3. Nhận diện các dạng bẫy truyền thông hiện đại

2.3.1. Bẫy truyền thông lệch chuẩn (Misinformative Traps)

Các nhà nghiên cứu quốc tế thường phân tích các “bẫy truyền thông lệch chuẩn” thông qua việc làm rõ các khái niệm và cơ chế liên quan đến rối loạn thông tin (information disorder), đặc biệt là “misinformation” và “disinformation”, cùng với các yếu tố khiến con người dễ bị tổn thương trước chúng.

Từ góc độ lý thuyết truyền thông mới, trong báo cáo mang tính ảnh hưởng “*Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*”, Wardle và Derakhshan [46] đưa ra khái niệm “rối loạn thông tin” (information disorder) bao gồm ba loại: misinformation (thông tin sai lệch nhưng không có chủ đích gây hại), disinformation (thông tin sai lệch có chủ đích gây hại) và malinformation (thông tin dựa trên sự thật nhưng bị bóp méo hoặc sử dụng với mục đích gây hại). Theo họ, sự lan truyền của các loại thông tin này không chỉ đơn thuần là vấn đề nội dung mà còn liên quan đến cách thức sản xuất, phân phối và tiếp nhận, tạo nên một hệ sinh thái thông tin độc hại, dễ khiến người dùng sa bẫy. Báo cáo này được xem là tài liệu nền tảng phân loại và định hình cách tiếp cận học thuật về vấn đề thông tin sai lệch.

Từ góc độ tâm lý học truyền thông, nhiều nghiên cứu từ lĩnh vực tâm lý học chỉ ra các yếu tố nhận thức và tâm lý khiến con người dễ rơi vào “bẫy” của thông tin sai lệch. Zajonc [48] đã đề cập đến “hiệu ứng tiếp xúc đơn thuần” (Mere Exposure Effect). Việc tiếp xúc lặp đi lặp lại với một thông tin, dù sai, có thể làm tăng sự quen thuộc và cảm giác tin cậy vào thông tin đó. Các chiến dịch thường lợi dụng hiệu ứng này bằng cách lan truyền thông tin sai lệch trên nhiều kênh khác nhau, tạo cảm giác về tính xác thực giả tạo và giảng bẫy người tiếp nhận. Nickerson [27] đã đưa ra quan niệm về “thiên kiến xác nhận” (Confirmation Bias), khi con người có xu hướng tìm kiếm, diễn giải và ghi nhớ thông tin xác nhận cho niềm tin và quan điểm đã có của mình, đồng thời phớt lờ hoặc bác bỏ thông tin mâu thuẫn. Điều này khiến họ dễ dàng tin vào thông tin sai lệch nếu nó phù hợp với định kiến của họ, từ đó sa vào bẫy thông tin được thiết kế để khai thác thiên kiến này. Vosoughi và các cộng sự đã nhìn nhận thông tin lệch chuẩn khi thông tin gây sốc, sợ hãi, tức giận hoặc các cảm xúc mạnh mẽ khác có xu hướng được lan truyền nhanh hơn và dễ dàng thu hút sự

chú ý, bất kể tính xác thực của nó. Những kẻ phát tán thông tin sai lệch thường lợi dụng yếu tố cảm xúc để tạo ra các “bẫy” thông tin khó cưỡng lại về mặt tâm lý.

Từ góc độ của các nhà nghiên cứu về truyền thông số và thuật toán, Pariser [29] đã đề cập đến các thuật ngữ như “buồng vang” (Echo Chambers), “bong bóng lọc” (Filter Bubbles) để chỉ các thuật toán có xu hướng hiển thị nội dung mà người dùng hoặc nhóm xã hội của họ có khả năng tương tác cao, dẫn đến việc họ chỉ tiếp xúc với thông tin và quan điểm đồng nhất. Điều này củng cố thêm thiên kiến xác nhận và làm giảm khả năng tiếp nhận thông tin đa dạng, khiến họ dễ dàng bị mắc kẹt trong “buồng vang” của thông tin sai lệch.

Như vậy, có thể xác định bẫy truyền thông lệch chuẩn bao gồm những thông tin chứa đựng sự thiếu chính xác, sai sót về thông tin, lỗi ngữ cảnh, hoặc những diễn giải sai lệch, thường được lan truyền một cách vô ý bởi những người không có ý định lừa dối. Các đặc điểm nhận diện của bẫy truyền thông lệch chuẩn bao gồm tiêu đề gây hiểu lầm hoặc phóng đại sự thật, việc trích dẫn thông tin chọn lọc bỏ qua các chi tiết quan trọng, sử dụng thông tin đã lỗi thời hoặc không còn phù hợp, và thiếu các quy trình kiểm chứng thông tin chặt chẽ.

Các yếu tố chính tham gia vào quá trình tác động của bẫy truyền thông lệch chuẩn: (1) Nguồn phát tán, (2) Nội dung lệch chuẩn, (3) Kênh truyền thông/nền tảng, (4) Người tiếp nhận – cá nhân/cộng đồng.

Cơ chế tác động của bẫy truyền thông lệch chuẩn: nội dung lệch chuẩn (2) được Nguồn phát tán (1) tạo ra, thiết kế để khai thác Yếu tố tâm lý/xã hội (4) của Người tiếp nhận. Kênh truyền thông/nền tảng (3), đặc biệt là Thuật toán, khuếch tán và đẩy nội dung này đến đúng nhóm Người tiếp nhận dễ bị ảnh hưởng (4). Người tiếp nhận (4) với các điểm yếu cố hữu, khi tiếp xúc với nội dung (2) qua kênh (3), dễ dàng tin tưởng, tương tác và chia sẻ, từ đó càng “sập bẫy” sâu hơn và góp phần lan truyền bẫy đến người khác. Vòng lặp củng cố: việc người dùng tương tác với nội dung lệch chuẩn cung cấp tín hiệu cho thuật toán, khiến họ tiếp tục nhận được nội dung tương tự, củng cố “buồng vang” và làm “bẫy” thêm vững chắc.

Hậu quả của bẫy truyền thông lệch chuẩn gây ảnh hưởng tiêu cực đến các cá nhân, tổ chức, cộng đồng trên tất cả các lĩnh vực. Nó làm cho công chúng tin vào sai lầm, đưa ra quyết định sai lầm ảnh hưởng đến sức khỏe, tài chính..., tổn hại danh dự, uy tín (khi chia sẻ), ảnh hưởng sức khỏe tinh thần (lo lắng, hoang mang). Đồng thời, nó làm phân cực xã hội, mất niềm tin vào truyền thông, tổ chức, gây bất ổn an ninh trật tự, ảnh hưởng đến tiến trình dân chủ (bầu cử), cản trở giải quyết vấn đề chung (biến đổi khí hậu, y tế công cộng...), tổn hại doanh nghiệp (khủng hoảng truyền thông), lừa đảo tài chính...

Trên thế giới, bẫy truyền thông lệch chuẩn hoạt động tinh vi với nhiều hình thức và mục đích khác nhau, từ chính trị, kinh tế đến các vấn đề xã hội. Đại dịch COVID-19 là mảnh đất màu mỡ cho bẫy truyền thông lệch chuẩn phát triển. Các thông tin sai lệch về nguồn gốc virus, biện pháp phòng ngừa không có cơ sở khoa học (ví dụ: uống dung dịch sát khuẩn, các bài thuốc dân gian chưa được kiểm

chúng), và đặc biệt là thông tin anti-vaccine đã lan tràn trên mạng xã hội. Những “bẫy” này thường lợi dụng sự sợ hãi, lo lắng của con người trong bối cảnh dịch bệnh, đưa ra các giải pháp sai lầm nhưng có vẻ hấp dẫn hoặc phù hợp với tâm lý hoài nghi về y học chính thống của một bộ phận dân chúng. Ví dụ, các nhóm anti-vaccine đã chia sẻ rầm rộ các câu chuyện cá nhân (thường được thêu dệt hoặc bóp méo) về tác dụng phụ nghiêm trọng của vaccine, tạo ra một “buồng vang” nơi thông tin sai lệch được củng cố và niềm tin vào vaccine bị xói mòn [7].

Tại Việt Nam, “bẫy truyền thông lệch chuẩn” tồn tại dưới nhiều hình thức, chủ yếu tập trung vào việc lợi dụng không gian mạng để lan truyền thông tin sai sự thật, tin giả và các nội dung “lệch chuẩn”. Chẳng hạn như tình trạng tin giả về các sự kiện thời sự, chính sách nhà nước, hoặc các vấn đề xã hội nóng bỏng thường xuyên xuất hiện. Ví dụ, trong các đợt thiên tai (bão, lũ), thông tin sai lệch về thiệt hại, công tác cứu trợ, hoặc các lời kêu gọi quyên góp lừa đảo đã xuất hiện, gây hoang mang trong cộng đồng và cản trở công tác ứng phó. Những “bẫy” này lợi dụng tâm lý lo lắng, muốn cập nhật thông tin nhanh chóng của người dân trong các tình huống khẩn cấp, khiến họ dễ dàng tin và chia sẻ mà chưa kịp kiểm chứng. Hay đó còn là các hình thức lừa đảo trên mạng ngày càng tinh vi, thường kết hợp việc tạo ra thông tin sai lệch để dẫn dụ nạn nhân. Ví dụ, các chiêu trò quảng cáo sản phẩm chức năng với công dụng “thần thánh” không có căn cứ khoa học, các thông báo giả mạo từ ngân hàng hoặc cơ quan nhà nước để lừa lấy thông tin cá nhân, hoặc các lời mời gọi đầu tư siêu lợi nhuận (Ponzi scheme) được tô vẽ bằng những câu chuyện thành công giả tạo. Những “bẫy” này khai thác lòng tin, sự thiếu hiểu biết về công nghệ và mong muốn làm giàu nhanh chóng của một bộ phận người dân.

2.3.2. Bẫy truyền thông giả hiệu (Deceptive Traps)

“Bẫy truyền thông giả hiệu” được các nhà nghiên cứu trên thế giới và tại Việt Nam tiếp cận thông qua các nghiên cứu về lừa dối, thao túng thông tin và các chiến thuật đánh lừa trong truyền thông. Các học giả quốc tế phân tích bản chất của sự lừa dối, mô hình lừa dối trong thiết kế số, và chiến dịch thao túng thông tin quy mô lớn. Tại Việt Nam, các biểu hiện của “bẫy giả hiệu” được nhận diện rõ qua các vấn đề như quảng cáo sai sự thật, gian lận học thuật, lan truyền thông tin sai lệch có chủ đích và bẫy lừa đảo trực tuyến, đều có chung bản chất là sử dụng truyền thông để có tình đánh lừa người tiếp nhận.

Trên thế giới, các nghiên cứu toàn cầu tập trung vào bản chất của sự lừa dối và các cơ chế mà nó hoạt động trong truyền thông. Các nhà nghiên cứu như Gerald Miller và Judee K. Burgoon định nghĩa lừa dối là hành vi cố ý kiểm soát thông tin để tạo ra niềm tin sai lệch ở người khác. Đây là yếu tố cốt lõi làm nên tính “giả hiệu” của cái bẫy. Nó không phải là sự nhầm lẫn vô ý (misinformation) mà là sự cố gắng có chủ đích làm sai lệch nhận thức của người nhận. Chẳng hạn như Chiến dịch “Clean Sweep” của ngành công nghiệp thuốc lá. Trong nhiều thập kỷ, các công ty thuốc lá đã chi hàng triệu USD cho các chiến dịch truyền thông (bao gồm cả quảng cáo và “nghiên cứu” khoa học giả tạo) nhằm gieo rắc nghi ngờ về mối liên hệ giữa hút thuốc và ung thư

phổi. Họ không hẳn luôn nói dối trực tiếp rằng hút thuốc là an toàn, mà thường sử dụng chiến thuật che giấu thông tin về tác hại, nhấn mạnh các yếu tố rủi ro khác, hoặc tài trợ cho các “nghiên cứu” được thiết kế để cho ra kết quả không rõ ràng. Đây là một ví dụ điển hình về lừa dối có chủ đích quy mô lớn nhằm duy trì niềm tin sai lệch trong công chúng vì lợi ích kinh tế [33].

Jacques Ellul [15] đưa ra thuật ngữ *Thao túng thông tin và tuyên truyền* (Information Manipulation & Propaganda) nhằm mô tả việc sử dụng truyền thông một cách có hệ thống để định hình suy nghĩ và hành vi của một lượng lớn người, thường vì mục đích chính trị hoặc xã hội. Theo đó, thao túng thông tin không chỉ là đưa tin sai, mà là tạo ra một môi trường thông tin được kiểm soát, nơi sự thật bị pha loãng, bóp méo, hoặc che đậy bởi các thông điệp được thiết kế để gây ảnh hưởng. Các “bẫy” ở đây là cấu trúc thông tin được xây dựng sẵn để dẫn dắt công chúng theo một hướng nhất định. Chẳng hạn như các chiến dịch lan truyền thông tin sai sự thật về các vấn đề nhạy cảm trên không gian mạng ở Việt Nam hiện nay. Các thế lực thù địch hoặc các nhóm có mục đích xấu thường tạo ra các tài khoản mạng xã hội giả mạo, website “tin tức” không phép, hoặc lợi dụng các diễn đàn để lan truyền thông tin xuyên tạc về lịch sử, chia rẽ khối đại đoàn kết dân tộc, hoặc bôi nhọ lãnh đạo Đảng, Nhà nước. Đây là một dạng thao túng thông tin có chủ đích nhằm gây bất ổn xã hội và làm suy yếu niềm tin của công chúng vào hệ thống chính trị. “Bẫy” được tạo ra bằng cách lợi dụng không gian mạng ẩn danh, phát tán thông tin giả với tốc độ nhanh và nhắm vào các nhóm người dễ bị kích động hoặc có sẵn hoài nghi.

Như vậy, “bẫy truyền thông giả hiệu” bao gồm những thông tin được tạo dựng hoặc chỉnh sửa một cách cố ý với mục đích đánh lừa, gây nhầm lẫn và thao túng nhận thức của công chúng. Các đặc điểm chính của bẫy truyền thông giả hiệu bao gồm việc tạo ra các tin tức giả mạo (fake news) có hình thức giống với tin tức thật, sử dụng công nghệ deepfake để tạo ra các video hoặc âm thanh giả mạo, chỉnh sửa hình ảnh và video để thay đổi ý nghĩa ban đầu, và mạo danh các nguồn tin uy tín hoặc các nhân vật có ảnh hưởng để lan truyền thông tin sai lệch. Chẳng hạn như các chiến dịch tung tin giả có động cơ chính trị nhằm bôi nhọ đối thủ hoặc gây chia rẽ trong xã hội; các vụ lừa đảo trực tuyến sử dụng các trang web giả mạo hoặc email mạo danh để đánh cắp thông tin cá nhân; việc lan truyền các video deepfake của các chính trị gia để tạo ra những phát ngôn hoặc hành động không có thật.

Cơ chế tác động của “bẫy truyền thông giả hiệu” là một quá trình chủ động và có chủ đích, trong đó các yếu tố từ nguồn phát tán, nội dung, kênh truyền thông và đặc điểm người tiếp nhận kết hợp lại để đánh lừa và thao túng người tiếp nhận.

- (1) Chủ thể thiết kế nội dung giả hiệu (mồi nhử) trông có vẻ hấp dẫn, đáng tin cậy hoặc khẩn cấp đối với đối tượng mục tiêu.
- (2) Triển khai chiến lược lan truyền và nhắm mục tiêu bằng cách lựa chọn kênh phù hợp, tận dụng thuật toán nền tảng, sử dụng mạng lưới giả mạo, sử dụng dữ liệu người dùng để nhắm tới mục tiêu chi tiết.

- (3) Nội dung giả hiệu tiếp cận người tiếp nhận và khai thác điểm yếu bằng các nội dung có sự chuẩn bị khéo léo, đáng tin, hấp dẫn, giật gân, tác động và điểm yếu tâm lý, thiết kế dẫn dụ người tiếp nhận.
- (4) Người tiếp nhận “mắc bẫy” và hành động theo sự lừa dối mà chủ thể nguồn phát mong muốn.

Hậu quả của bẫy truyền thông giả hiệu gây ra những ảnh hưởng tiêu cực trên diện rộng dưới sự lan truyền, chia sẻ của những “nạn nhân” trong mạng lưới truyền thông của họ. Điều này biến họ thành một “nguồn phát tán” mới, mở rộng phạm vi và sức ảnh hưởng của cái bẫy đến những người khác, đặc biệt là những người trong “buồng vang” hoặc mạng lưới tin cậy của họ. Đồng thời nó còn gây tổn thất nặng nề về tài chính, sức khỏe, uy tín, danh dự, tinh thần của những người bị “sập bẫy”, làm xói mòn niềm tin vào truyền thông, tổ chức, gây phân cực xã hội, ảnh hưởng đến sự đồng thuận xã hội.

2.3.3. Bẫy truyền thông điều hướng (Manipulative Traps)

Các nhà nghiên cứu quốc tế xem xét “bẫy điều hướng” thông qua lăng kính của sự thao túng có chủ đích trong hệ thống truyền thông và quá trình giao tiếp. Theo đó, một số thuật ngữ được xác định tương đồng như: thao túng truyền thông (media manipulation), thao túng trong giao tiếp (communicative manipulation), tuyên truyền (propaganda) và các chiến thuật gây ảnh hưởng (influence tactics).

Theo Media Manipulation.org [23] (một dự án nghiên cứu về thao túng truyền thông của Harvard Kennedy School) mô tả thao túng truyền thông là quá trình kinh tế - xã hội (sociotechnical process) mà qua đó các tác nhân có động cơ tận dụng các điều kiện hoặc tính năng cụ thể trong một hệ sinh thái thông tin nhằm mục đích tạo ra sự chú ý của công chúng và gây ảnh hưởng đến diễn ngôn công cộng thông qua các phương tiện lừa dối, sáng tạo hoặc không công bằng. Khái niệm này nhấn mạnh việc lợi dụng cấu trúc và cơ chế của truyền thông (đặc biệt là truyền thông số) để điều hướng sự chú ý và định hình câu chuyện, tạo ra “bẫy” bằng cách kiểm soát luồng thông tin mà công chúng tiếp nhận. Michał Wyrostkiewicz [47] mô tả thao túng là một hoạt động có ý, thiên lệch và bí mật nhằm áp đặt cho một người hoặc một nhóm người một bức tranh sai lệch về thực tế để đạt được lợi ích cá nhân. Nghiên cứu này nhấn mạnh rằng thao túng là việc định hình ý kiến, thái độ, và định hướng hành vi, cảm xúc của con người mà không có sự đồng ý hoặc thậm chí không có sự nhận biết của họ. Các “bẫy điều hướng” ở đây là các chiến thuật giao tiếp được sử dụng một cách có chủ đích để “lái” suy nghĩ của người khác mà họ không hề hay biết. Còn Jacques Ellul [15] thì tuyên truyền là một tập hợp các phương pháp được một nhóm có tổ chức sử dụng nhằm mục đích đạt được sự tham gia tích cực hoặc tiêu cực của đám đông cá thể vào hành động trong khuôn khổ một phong trào thông qua thao túng tâm lý. Tuyên truyền tạo ra các “bẫy điều hướng” ở quy mô xã hội, sử dụng các kênh truyền thông để truyền tải các thông điệp được kiểm soát nhằm định hình ý thức hệ và hành vi của công chúng theo mục tiêu chính trị hoặc xã hội cụ thể của chủ thể tuyên truyền.

Thực trạng trên thế giới đã cho thấy, bẫy truyền thông điều hướng ngày càng trở nên tinh vi, được thúc đẩy bởi sự

phát triển của công nghệ số và mạng xã hội nhằm hướng đến mục đích thao túng chính trị và định hướng bầu cử, tuyên truyền và kiểm soát thông tin của nhà nước hay các tổ chức lớn, thao túng thị trường và hành vi tiêu dùng, thao túng tâm lý trên mạng xã hội. Chẳng hạn như việc sử dụng các công ty tư vấn chính trị (như vụ bê bối Cambridge Analytica) để phân tích dữ liệu người dùng mạng xã hội và nhằm mục tiêu các thông điệp chính trị được cá nhân hóa cao, thường chứa đựng thông tin sai lệch hoặc bóp méo sự thật để khai thác điểm yếu tâm lý của từng nhóm cử tri, định hướng hành vi bỏ phiếu của họ. Các nhà nghiên cứu về thao túng trong chính trị (Cambridge Core) chỉ ra rằng các chiến thuật này có thể bao gồm cả việc thao túng thứ tự tên ứng viên trên phiếu bầu hoặc điều chỉnh ranh giới khu vực bầu cử để tạo lợi thế. Dù các hành vi này không trực tiếp thay đổi niềm tin, chúng điều hướng kết quả theo ý đồ của chủ thể thao túng.

Ở Việt Nam, bẫy truyền thông điều hướng được gắn với các thuật ngữ “thao túng truyền thông”, “định hướng dư luận xã hội”. Nguyễn Văn Dũng [26] trong công trình “Báo chí, giám sát, phản biện xã hội ở Việt Nam” đề cập đến vai trò của báo chí trong việc định hướng dư luận xã hội. Mặc dù mục đích chính thống là định hướng tích cực, nhưng khả năng này cũng có thể bị lạm dụng để thao túng hoặc điều hướng dư luận theo ý đồ tiêu cực của các chủ thể khác nhau. Các phân tích thường xem xét cách thông tin được lựa chọn, nhấn mạnh, hoặc trình bày để tạo ra một hiệu ứng nhất định trong công chúng. Đồng thời các cơ quan chức năng của Việt Nam (Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Công an...) thường phân tích các thủ đoạn thao túng thông tin và chống phá trên không gian mạng, bao gồm việc lan truyền thông tin sai lệch có chủ đích nhằm mục đích chính trị. Điều này thể hiện sự nhìn nhận về việc truyền thông được sử dụng như một công cụ để điều hướng tư tưởng và hành vi của người dân [35]. Thực trạng vấn đề này ở Việt Nam hiện nay cũng đáng quan ngại thông qua các biểu hiện như định hướng dư luận trên không gian mạng (vấn đề tin giả, thông tin sai sự thật và “truyền thông bẩn” thường đi kèm với mục đích định hướng hoặc thao túng dư luận xã hội theo hướng tiêu cực hoặc có lợi cho một nhóm đối tượng), thao túng trong lĩnh vực giải trí và người nổi tiếng (KOLs/Influencers), “truyền thông bẩn” trong cạnh tranh kinh doanh, định hướng thông tin liên quan đến các vấn đề nhạy cảm... Chẳng hạn, các KOLs quảng cáo sản phẩm với công dụng “thần thánh” không đúng sự thật, hoặc PR trá hình cho các dịch vụ kém chất lượng. Họ tận dụng sự tin tưởng và yêu mến của người hâm mộ để “điều hướng” hành vi mua sắm hoặc định hình gu thẩm mỹ, lối sống của một bộ phận công chúng, đặc biệt là giới trẻ, mà không luôn dựa trên giá trị thật của sản phẩm hay thông điệp lành mạnh. Vụ việc các influencer bị xử phạt vì quảng cáo sai sự thật thực phẩm chức năng là một minh chứng cụ thể.

Như vậy, “bẫy truyền thông điều hướng” là những thông tin được trình bày một cách chiến lược nhằm định hướng dư luận, thay đổi thái độ, niềm tin và hành vi của công chúng theo ý muốn của nguồn phát, thường bằng cách khai thác các yếu tố tâm lý.

Các đặc điểm nhận diện bao gồm việc sử dụng các yếu tố cảm xúc mạnh mẽ (gây sợ hãi, tức giận, vui mừng quá

độ), khai thác các định kiến nhận thức sẵn có (ví dụ: thiên kiến xác nhận bằng cách chỉ đưa ra thông tin ủng hộ một quan điểm), tạo ra hiệu ứng đám đông (ví dụ: sử dụng các tài khoản ảo để tạo ra cảm giác có nhiều người ủng hộ), sử dụng các kỹ thuật tuyên truyền (ví dụ: lặp đi lặp lại một thông điệp, gán nhãn tiêu cực), và sử dụng quảng cáo nhằm mục tiêu dựa trên dữ liệu cá nhân để tác động đến từng nhóm đối tượng cụ thể. Chẳng hạn như các tiêu đề giật gân (clickbait) được thiết kế để thu hút sự chú ý và dẫn dắt người dùng đến các trang web có nội dung không liên quan hoặc sai lệch; các luận điệu chính trị mang tính kích động sử dụng ngôn ngữ mạnh mẽ để khơi gợi cảm xúc tiêu cực đối với đối thủ; các chiến dịch dư luận giả mạo (astroturfing) sử dụng các tài khoản ảo để tạo ra vẻ ngoài của một phong trào quần chúng.

2.3.4. Bẫy truyền thông độc hại (Toxic Traps)

Trên thế giới, các nhà nghiên cứu phân tích “bẫy độc hại” thông qua bản chất của nội dung và tương tác tiêu cực, cùng với tác động gây hại của chúng đối với người tiếp nhận. Thứ nhất, các nhà nghiên cứu tiếp cận theo hướng giao tiếp độc hại (Toxic Communication) và ngôn ngữ độc hại (Toxic Language). Giao tiếp độc hại là những mô hình tương tác tiêu cực hoặc gây hại, bao gồm việc sử dụng ngôn ngữ không phù hợp, chỉ trích quá mức, chống đối hoặc lăng mạ. Còn ngôn ngữ độc hại được là những bình luận thô lỗ, thiếu tôn trọng hoặc vô lý, có khả năng khiến người khác rời khỏi cuộc thảo luận [1]. “Bẫy độc hại” trong trường hợp này là việc cá nhân bị mắc kẹt trong môi trường giao tiếp mà họ liên tục phải đối mặt với sự tiêu cực và công kích bằng ngôn ngữ, gây tổn hại tinh thần. Thứ hai, hướng tiếp cận về nội dung độc hại (Toxic Content/Harmful Content), đó là các tài liệu gây hại, xúc phạm hoặc tổn thương cho cá nhân hoặc nhóm, xuất hiện dưới nhiều định dạng (văn bản, hình ảnh, video) trên nhiều nền tảng. Các loại nội dung độc hại phổ biến được các nhà nghiên cứu xác định bao gồm ngôn ngữ thù địch (hate speech), quấy rối (harassment), bắt nạt trực tuyến (cyberbullying), thông tin sai lệch có mục đích gây hại (malinformation) và nội dung khiêu dâm/bạo lực [16]. Ở Việt Nam, truyền thông độc hại được xác định là các thông tin xấu, độc hại, truyền thông bản, bắt nạt trực tuyến...

Như vậy, có thể hiểu bẫy truyền thông độc hại bao gồm những thông tin cổ súy cho sự thù hận, quấy rối, bạo lực, phân biệt đối xử dựa trên chủng tộc, giới tính, tôn giáo hoặc các đặc điểm khác, hoặc lan truyền các nội dung gây hại khác, tạo ra một môi trường trực tuyến tiêu cực và nguy hiểm.

Các đặc điểm chính bao gồm hành vi bắt nạt trực tuyến (cyberbullying) nhắm vào các cá nhân hoặc nhóm cụ thể, quá trình cực đoan hóa trực tuyến thông qua việc lan truyền các tư tưởng cực đoan và kích động bạo lực, việc lan truyền các thuyết âm mưu độc hại gây ra sự hoang mang và chia rẽ trong xã hội, và việc chia sẻ các nội dung gây tổn thương hoặc vi phạm quyền riêng tư của người khác. Ví dụ như các nhóm thù hận trực tuyến sử dụng ngôn ngữ kích động và công kích để nhắm vào các nhóm thiểu số; các thuật toán mạng xã hội vô tình đề xuất các nội dung cực đoan cho những người dùng có xu hướng tìm kiếm các nội dung

tương tự; việc lan truyền các thuyết âm mưu vô căn cứ về các vấn đề sức khỏe cộng đồng gây ra sự hoang mang và từ chối các biện pháp phòng ngừa hiệu quả...

Việc nhận diện và phân loại rõ ràng các dạng bẫy truyền thông này là bước đầu tiên quan trọng để xây dựng các giải pháp hiệu quả nhằm nâng cao năng lực thông tin cho công chúng trong bối cảnh truyền thông số đầy thách thức hiện nay.

2.4. Giải pháp nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin cho công chúng

2.4.1. Phương pháp xây dựng giải pháp

Các nhóm giải pháp được đề xuất trong bài viết này dựa trên sự phân tích sâu sắc về các đặc điểm và cơ chế hoạt động của bốn dạng bẫy truyền thông đã được nhận diện như trên. Đồng thời, chúng cũng được xây dựng trên cơ sở tổng hợp các nghiên cứu hiện có về giáo dục năng lực thông tin (media literacy education) từ các học giả, tổ chức uy tín trong nước và quốc tế. Các nghiên cứu này đã chỉ ra những phương pháp và chiến lược hiệu quả trong việc trang bị cho công chúng khả năng tư duy phản biện, đánh giá thông tin và hành xử có trách nhiệm trong môi trường truyền thông đa dạng.

Mặc dù nghiên cứu này tập trung vào việc đề xuất các giải pháp mang tính lý thuyết và khung hành động, một số giải pháp đã được triển khai và đánh giá sơ bộ trong các dự án giáo dục và truyền thông cộng đồng ở nhiều quốc gia [42], [38], [30], [39]. Các đánh giá này cho thấy tiềm năng của các chiến lược như tích hợp năng lực thông tin vào chương trình học, tổ chức các buổi tập huấn thực hành kỹ năng kiểm chứng thông tin, và hợp tác với các nền tảng trực tuyến để phát triển các công cụ hỗ trợ người dùng nhận diện thông tin sai lệch. Tuy nhiên, cần có thêm nhiều nghiên cứu chuyên sâu và đánh giá quy mô lớn để xác định rõ ràng tính hiệu quả và khả năng nhân rộng của từng giải pháp trong các bối cảnh văn hóa và xã hội khác nhau.

2.4.2. Đề xuất bốn nhóm giải pháp nhằm phòng tránh bẫy truyền thông cho công chúng hiện nay

a. Nâng cao nhận thức về bẫy truyền thông lệch chuẩn

Nhóm giải pháp này tập trung vào việc trang bị cho công chúng kiến thức nền tảng về cách thức hoạt động của truyền thông, tầm quan trọng của việc đánh giá nguồn tin, các kỹ năng kiểm chứng thông tin cơ bản (fact-checking), hiểu biết về sự thiên vị (bias) trong truyền thông, và phát triển kỹ năng đọc hiểu và phân tích thông tin một cách có tư duy. Theo đó, các biện pháp triển khai cụ thể bao gồm: *Tích hợp vào chương trình giáo dục phổ thông*: Đưa các nội dung về đánh giá nguồn tin, kiểm chứng thông tin, và nhận diện sự thiên vị vào các môn học liên quan như Ngữ văn, Lịch sử, Giáo dục công dân, và Tin học. Thiết kế các hoạt động học tập thực hành giúp học sinh rèn luyện các kỹ năng này. *Các chiến dịch truyền thông cộng đồng*: Tổ chức các chiến dịch truyền thông trên các phương tiện đại chúng và mạng xã hội nhằm nâng cao nhận thức của công chúng về tầm quan trọng của việc kiểm tra thông tin trước khi chia sẻ, và cung cấp các hướng dẫn cơ bản về cách thực hiện việc này. *Các buổi hội thảo và tập huấn*: Tổ chức các buổi

hội thảo, workshop, và các khóa tập huấn ngắn hạn cho các nhóm đối tượng khác nhau (ví dụ: người cao tuổi, phụ huynh, người làm báo không chuyên) về các kỹ năng đánh giá thông tin và nhận diện các lỗi logic thường gặp trong các thông điệp truyền thông.

Một số mô hình triển khai cụ thể có thể áp dụng: xây dựng các chương trình dạy học sinh các tiêu chí để đánh giá độ tin cậy của một trang web tin tức (ví dụ: thông tin về tác giả, thông tin liên hệ, chính sách biên tập); tổ chức các buổi tập huấn cộng đồng về cách sử dụng các công cụ kiểm chứng thông tin trực tuyến và cách nhận diện các dấu hiệu của thông tin sai lệch; phát triển các infographic và video ngắn giải thích các lỗi logic thường gặp trong các tranh luận và thông tin truyền thông (ví dụ: nguy cơ tấn công cá nhân, nguy cơ dựa trên số đông...).

b. Phòng tránh bẫy truyền thông giả hiệu

Nhóm giải pháp này tập trung vào việc trang bị cho công chúng khả năng nhận diện các nội dung bị thao túng (hình ảnh, video, âm thanh), hiểu biết về dấu vết kỹ thuật số để xác minh nguồn gốc, nhận biết các thủ đoạn tấn công kỹ thuật xã hội (social engineering) thường được sử dụng để lan truyền tin giả, và giới thiệu, hướng dẫn sử dụng các công cụ và nền tảng kiểm tra thông tin chuyên nghiệp. Các biện pháp triển khai cụ thể: *Các khóa học trực tuyến*: Phát triển các khóa học trực tuyến miễn phí hoặc chi phí thấp về cách phát hiện tin giả, deepfake và các loại nội dung bị thao túng khác. *Hợp tác với các nền tảng công nghệ*: Làm việc với các mạng xã hội và các công ty công nghệ để phát triển và tích hợp các công cụ gắn cờ (flagging) nội dung nghi ngờ, cung cấp thông tin ngữ cảnh và các liên kết đến các nguồn kiểm chứng thông tin uy tín ngay trên nền tảng. *Các chương trình giáo dục năng lực thông tin tập trung vào pháp y kỹ thuật số*: Tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu hơn về các kỹ thuật phân tích dấu vết kỹ thuật số, kiểm tra metadata của hình ảnh và video, và sử dụng các công cụ phát hiện deepfake.

Một số mô hình triển khai cụ thể có thể áp dụng: Cung cấp các tài liệu hướng dẫn từng bước về cách sử dụng các công cụ tìm kiếm ngược hình ảnh (reverse image search) để kiểm tra nguồn gốc của một bức ảnh; tổ chức các buổi webinar hướng dẫn cách nhận diện các dấu hiệu bất thường trong video có thể cho thấy đó là deepfake (ví dụ: cử động mắt không tự nhiên, khớp nối khuôn mặt không đều); phát triển các module học trực tuyến về các thủ đoạn lừa đảo trực tuyến phổ biến và cách bảo vệ thông tin cá nhân.

c. Giải quyết bẫy truyền thông điều hướng

Nhóm giải pháp này tập trung vào việc phát triển tư duy phản biện ở công chúng, giúp họ hiểu rõ về các kỹ thuật thuyết phục và thao túng cảm xúc thường được sử dụng trong truyền thông, nhận diện các thủ đoạn khai thác định kiến nhận thức, và thúc đẩy tính minh bạch và trách nhiệm giải trình của các phương tiện truyền thông. Các biện pháp có thể triển khai: *Giáo dục năng lực thông tin khuyến khích đặt câu hỏi về động cơ và sự thiên vị*: Thiết kế các hoạt động giáo dục khuyến khích người học đặt câu hỏi “Ai tạo ra thông điệp này?”, “Mục đích của họ là gì?”, và “Thông tin này có thể bị ảnh hưởng bởi những sự thiên vị nào?”; *nâng cao nhận thức về ảnh hưởng của thuật toán*: Giáo dục

công chúng về cách các thuật toán trên mạng xã hội hoạt động và cách chúng có thể tạo ra các “bong bóng thông tin” và “buồng vang”, khuyến khích họ chủ động tìm kiếm các quan điểm đa dạng; *hỗ trợ báo chí chất lượng và đạo đức*: Khuyến khích công chúng ủng hộ các cơ quan báo chí uy tín, minh bạch về nguồn lực và tuân thủ các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp. Tăng cường giám sát và phản biện đối với các hành vi truyền thông thiếu trách nhiệm.

Một số mô hình triển khai cụ thể có thể áp dụng: tổ chức các buổi thảo luận về cách các quảng cáo sử dụng các yếu tố cảm xúc để thuyết phục người tiêu dùng; thực hiện các dự án nghiên cứu và truyền thông về ảnh hưởng của thuật toán mạng xã hội đến việc tiếp nhận thông tin của người dùng; phát triển các tiêu chí đánh giá chất lượng và đạo đức của các cơ quan báo chí để giúp công chúng đưa ra lựa chọn thông minh.

d. Giảm thiểu tác động của bẫy truyền thông độc hại

Nhóm giải pháp này tập trung vào việc thúc đẩy hành vi trực tuyến có trách nhiệm và đạo đức, xây dựng sự đồng cảm và tôn trọng trong tương tác trực tuyến, phát triển các cơ chế báo cáo hiệu quả đối với nội dung độc hại, và hỗ trợ các diễn ngôn phản bác (counter-narratives) và các cộng đồng trực tuyến tích cực. Các biện pháp có thể triển khai: *Giáo dục về công dân số*: tích hợp các nội dung về đạo đức trực tuyến, trách nhiệm khi chia sẻ thông tin, và hậu quả của bắt nạt và quấy rối trực tuyến vào chương trình giáo dục; *các sáng kiến kiểm duyệt cộng đồng*: hỗ trợ và khuyến khích các cộng đồng trực tuyến tự xây dựng và thực thi các quy tắc ứng xử văn minh, đồng thời phát triển các cơ chế báo cáo và xử lý nội dung độc hại hiệu quả; *Hợp tác với các nền tảng mạng xã hội*: làm việc với các công ty mạng xã hội để tăng cường việc thực thi các chính sách nội dung, cải thiện các công cụ báo cáo và gỡ bỏ nội dung độc hại, và hỗ trợ các nỗ lực xây dựng các cộng đồng trực tuyến an toàn và tích cực; *thúc đẩy các can thiệp năng lực thông tin nhằm giải quyết vấn đề thù hận và cực đoan trực tuyến*: phát triển các chương trình giáo dục đặc biệt nhằm giúp người dùng nhận diện và phản bác các diễn ngôn thù hận và cực đoan, đồng thời xây dựng các diễn ngôn phản bác tích cực và khuyến khích sự đa dạng và hòa nhập.

Một số mô hình triển khai cụ thể có thể áp dụng: Tổ chức các chiến dịch truyền thông nâng cao nhận thức về tác động tiêu cực của bắt nạt trực tuyến và khuyến khích hành vi ứng xử tôn trọng trên mạng; Hỗ trợ các tổ chức xã hội xây dựng các cộng đồng trực tuyến an toàn và tích cực, nơi các diễn ngôn phản bác lại thông tin độc hại được lan tỏa; Phát triển các hướng dẫn và công cụ giúp người dùng báo cáo hiệu quả các nội dung thù hận và quấy rối trên các nền tảng mạng xã hội.

Việc triển khai đồng bộ và hiệu quả các nhóm giải pháp này đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan, bao gồm các cơ quan nhà nước, các tổ chức giáo dục, các cơ quan truyền thông, các công ty công nghệ và cộng đồng xã hội nói chung. Đầu tư vào giáo dục năng lực thông tin là đầu tư vào một xã hội thông tin lành mạnh, nơi công dân có khả năng tự chủ, tư duy phản biện và tham gia một cách tích cực và có trách nhiệm vào đời sống xã hội.

3. Thảo luận

Nghiên cứu này làm sáng tỏ một số hàm ý quan trọng đối với việc giáo dục năng lực thông tin ở các cấp độ khác nhau. Kết quả cho thấy rằng, để đối phó hiệu quả với các bẫy truyền thông, người học cần được trang bị kiến thức và kỹ năng cụ thể để nhận diện và phản ứng với từng loại bẫy. Việc nhận diện các đặc điểm và cơ chế hoạt động của từng loại bẫy là bước quan trọng đầu tiên.

Kết quả nghiên cứu này mang lại những hàm ý sâu sắc đối với việc giáo dục năng lực thông tin ở mọi cấp độ. Việc nhận diện rõ ràng các dạng bẫy truyền thông và cơ chế hoạt động của chúng cho thấy sự cần thiết của việc trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng cụ thể để đối phó với từng loại bẫy.

Chương trình giáo dục năng lực thông tin cần được thiết kế một cách toàn diện, không chỉ tập trung vào các kỹ năng đánh giá nguồn tin truyền thông mà còn bao gồm việc nhận diện các nội dung bị thao túng, hiểu biết về các kỹ thuật điều hướng thông tin và nhận thức về các nội dung độc hại. Điều này đòi hỏi sự tích hợp năng lực thông tin vào nhiều môn học khác nhau, sử dụng các phương pháp giảng dạy tích cực và thực hành, cũng như chú trọng đến việc cập nhật kiến thức và kỹ năng theo sự phát triển không ngừng của môi trường truyền thông.

Về mặt chính sách, nghiên cứu này đề xuất một số khuyến nghị quan trọng nhằm giải quyết các thách thức do bẫy truyền thông gây ra. *Thứ nhất*, cần có các quy định pháp lý rõ ràng và hiệu quả để ngăn chặn việc tạo ra và lan truyền thông tin giả mạo và độc hại, đồng thời bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng thông tin. *Thứ hai*, các nền tảng trực tuyến cần tăng cường trách nhiệm trong việc kiểm tra và duyệt nội dung, phát triển các công cụ hỗ trợ người dùng nhận diện thông tin sai lệch và độc hại, và minh bạch hơn về các thuật toán đề xuất nội dung của họ. *Thứ ba*, cần có sự đầu tư mạnh mẽ hơn vào các chương trình giáo dục năng lực thông tin cho cộng đồng, bao gồm cả các chiến dịch truyền thông nâng cao nhận thức và các khóa tập huấn thực hành. *Cuối cùng*, cần khuyến khích sự hợp tác giữa các cơ quan nhà nước, các tổ chức giáo dục, các cơ quan truyền thông, các công ty công nghệ và các tổ chức xã hội trong việc xây dựng một môi trường thông tin lành mạnh và đáng tin cậy.

4. Kết luận

Thông qua việc vận dụng lý thuyết mô hình truyền thông mới và tâm lý học truyền thông, nghiên cứu đã làm sáng tỏ cơ chế hoạt động và những thách thức mà các loại bẫy truyền thông đã đặt ra cho công chúng. Đồng thời, bài viết cũng đã đề xuất bốn nhóm giải pháp toàn diện nhằm nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin cho công chúng, bao gồm việc nâng cao nhận thức, phòng tránh thông tin giả hiệu, giải quyết thông tin điều hướng và giảm thiểu tác động của thông tin độc hại. Qua đó cho thấy, năng lực thông tin đóng vai trò then chốt trong việc trao quyền cho mỗi cá nhân để trở thành một “công dân thông minh” trong môi trường thông tin ngày càng phức tạp và đầy rẫy những cạm bẫy. Khả năng tư duy phản biện, đánh giá thông tin một cách sâu sắc và hành xử có trách nhiệm trên không gian mạng không chỉ giúp bảo vệ cá nhân khỏi những tác

động tiêu cực của thông tin sai lệch và độc hại mà còn góp phần xây dựng một xã hội thông tin minh bạch, lành mạnh và dân chủ.

Trong bối cảnh môi trường truyền thông không ngừng biến đổi, việc đối phó với các bẫy truyền thông là một nhiệm vụ liên tục và đòi hỏi sự nỗ lực phối hợp của nhiều bên liên quan. Nghiên cứu này kêu gọi các nhà hoạch định chính sách, các nhà giáo dục, các cơ quan truyền thông, các công ty công nghệ và toàn thể cộng đồng nhận thức rõ ràng về tầm quan trọng của vấn đề này và hành động một cách quyết liệt để trang bị cho công chúng những công cụ và kỹ năng cần thiết để tự tin và tỉnh táo trên hành trình khám phá thông tin trong thế giới số. Chỉ thông qua sự đầu tư và cam kết không ngừng vào giáo dục năng lực thông tin, chúng ta mới có thể xây dựng một tương lai nơi thông tin phục vụ cho sự phát triển và tiến bộ của xã hội, thay vì trở thành công cụ của sự thao túng và chia rẽ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Anugrah, I. A. (2024), *Analysis of Toxic Relationships in Interpersonal Communication Among Teenagers*, *Advances in Social Science*, Education and Humanities Research, Proceedings of the World Conference on Governance and Social Sciences (WCGSS 2023), DOI: 10.2991/978-2-38476-236-1_97
- [2] Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Aspen Institute.
- [3] Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.
- [4] Boorstin, D. J. (1961). *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*. Atheneum.
- [5] Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- [6] Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
- [7] D.Kim Thoa (19/8/2020), *Cộng đồng mất sức khỏe vì xem tin y tế... 'tào lao' trên Facebook?*, <https://tuoitre.vn/cong-dong-mat-suc-khoe-vi-xem-tin-y-te-tao-lao-tren-facebook-20200819215706341.htm>, Ngày truy cập: 13/5/2025
- [8] Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Blackwell Publishers.
- [9] Coleman, R. (2010). *The media and collective behaviour*. Routledge.
- [10] Coombs, W. T. (2014). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (4th ed.). Sage Publications.
- [11] Couldry, N. (2003). *Media rituals: A critical approach*. Routledge.
- [12] Chomsky, N., & Herman, E. S. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
- [13] DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1989). *Theories of mass communication* (5th ed.). Longman.
- [14] Đinh, Th. Th. (2015), *PR – lý luận và ứng dụng: chiến lược PR chính phủ, doanh nghiệp và tổ chức phi chính phủ*, NXB Lao động, HN.
- [15] Ellul, Jacques (1965): *Propaganda: The formation of men's attitudes*. Vintage
- [16] Iqra Naz, Rehmat Illahi (2023), *Harmful Content on Social Media Detection Using by NLP*, *Advances*. Vol. 4, No. 2, 2023, pp. 49-59, DOI: 10.11648/j.advances.20230402.13
- [17] Jones, S. G. (Ed.). (1997). *Virtual culture: Identity and communication in cybersociety*. Sage.
- [18] Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux
- [19] Livingstone, S. (2004). *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies*. London School of Economics and Political Science.
- [20] McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

[21] McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill

[22] McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage.

[23] Media Manipulation.org. (n.d.). Definitions. <https://mediamanipulation.org/definitions>, Ngày truy cập: 12/5/2025

[24] Nguyen, L. D. A. (2025), Conceptual Metaphor “*MEDIA AS A TRAP*” in Vietnamese and English online Newspaper, *International Journal of TESOL & Education* 4(3):46-61, DOI:10.54855/ijte.24433

[25] Nguyễn, V. D., Đỗ, T. Th. H. (2018), *Truyền thông: lý thuyết và Kỹ năng cơ bản*, Nxb Thông tin và Truyền thông.

[26] Nguyễn, V. D. (2017), *Báo chí - Giám sát, phản biện xã hội ở Việt Nam*, Nxb ĐH Quốc gia, HN.

[27] Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175–220

[28] Noelle-Neumann, E. (1974). *The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion*. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51

[29] Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK

[30] Phan, T. N. (2024), *Tổng quan hệ thống về phát triển chương trình đào tạo năng lực thông tin phục vụ nghiên cứu khoa học cho sinh viên*. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Đồng Tháp*, 13(6), 44-53. <https://doi.org/10.52714/dthu.13.6.2024.1273>

[31] Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). *Fighting misinformation on social media: Experimental evidence for accuracy prompts*. *Psychological Science*, 31(11), 1416-1429

[32] Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag

[33] Proctor, R. N. (2012). *Golden Holocaust: Origins of the cigarette catastrophe and the case for abolition*. University of California Press

[34] Quỳnh, C. (30/3/2025), *Bẫy truyền thông ESG: 'Tây xanh, tây hồng, tây cầu vồng' và cái giá phải trả*, <https://baomoi.com/bay-truyen-thong-esg-tay-xanh-tay-hong-tay-cau-vong-va-cai-gia-phai-tra-c51845322.epi>, Ngày truy cập: 12/5/2025

[35] Quốc An (16/01/2025), *Lật tẩy những chiêu trò xuyên tạc, chống phá trên không gian mạng*, Báo Công an nhân dân Online, <https://cand.com.vn/Chong-dien-bien-hoa-binh/lat-tay-nhung-chieu> tro-xuyen-tac-chong-pha-tren-khong-gian-mang-i756682, Ngày truy cập: 12/5/2025

[36] Sunstein, C. R. (2009). *Republic.com 2.0*. Princeton University Press

[37] Silverblatt, A. (2001). *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. Greenwood Publishing Group.

[38] Trần, M. T. (2015), *Nghiên cứu, xây dựng chương trình nâng cao kiến thức thông tin cho sinh viên theo đánh giá của UNESCO*, *Tạp chí Thư viện Việt Nam*. Số 1. tr. 9-16. Available: <https://nlv.gov.vn/nghep-vu-thu-vien/nghep-cuu-xay-dung-chuong-trinh-nang-cao-kiem-thuc-thong-tin-cho-sinh-vien-theo-cach-danh-gia-cua-unesco.html>, Ngày truy cập: 28/4/2025.

[39] Trần. Ng. B. A, Bùi. Ch. M. (2024), *Đánh giá năng lực số của thanh thiếu niên Việt Nam*, *Tạp chí Ngân hàng*, Available: <https://tapchinganhang.gov.vn/danh-gia-nang-luc-so-cua-thanh-thieu-nien-viet-nam-145.html>, Ngày truy cập: 28/4/2025

[40] Tufte, E. R. (2001). *The visual display of quantitative information* (2nd ed.). Graphics Press

[41] Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. Simon and Schuster

[42] UNESCO (2023), Chibás Ortiz, F. and Novomisky, S. (Eds), *Navigating the infodemic with MIL: media and information literacy*, Argentina, Open Access, ISBN: 978-92-3-100584-8, 284 pages

[43] Van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global Challenges*, 1(2), 1600008

[44] Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). *The spread of true and false news online*. *Science*, 359(6380), 1146–1151.

[45] Vraga, E. K., Tully, M., Bode, L., & Borah, P. (2020). *Differentiating misinformation and disinformation sources*. *New Media & Society*, 22(10), 1803-1821

[46] Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe

[47] Wyrostkiewicz, M. (2014), *Manipulation and Communication – Manipulation as an Anti Communicative Act*, *Biuletyn Edukacji Medialnej*, 21-32

[48] Zajonc, R. B. (1968). *Attitudinal effects of mere exposure*. *Journal of personality and social psychology*, 9(2p2), 1.

Thông tin về tác giả





TS. Nguyễn Thị Kiều Oanh:

- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Tốt nghiệp Đại học: 2005, ngành Ngữ Văn
Tốt nghiệp Đại học bằng 2: 2021, ngành Ngôn ngữ Anh
Tốt nghiệp Thạc sĩ: 2011, ngành Văn học Việt Nam
Tốt nghiệp Tiến sĩ: 2023, ngành Báo chí học
- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên, Đảng ủy viên, Bí thư Đoàn khoa, Bí thư Chi bộ Sinh viên, Phó Trưởng Bộ môn Ngữ Văn, Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Cần Thơ
- Lĩnh vực quan tâm: Văn học, Báo chí, Truyền thông
- Điện thoại: 0949429619



ThS. Thái Ngọc Thảo

- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Tốt nghiệp Đại học: 2012, ngành Ngữ Văn
Tốt nghiệp Thạc sĩ: 2022, ngành Quản lý báo chí, truyền thông
- Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Cần Thơ
- Lĩnh vực quan tâm: Báo chí, Truyền thông
- Điện thoại: 0907375353

	<p>ThS. Đỗ Thúy Vy</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Tốt nghiệp Đại học: 2018, ngành Văn học; Tốt nghiệp Thạc sĩ: 2022, ngành Quản lý báo chí, truyền thông.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên, Phó Bí thư Đoàn khoa, Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Cần Thơ- Lĩnh vực quan tâm: Báo chí, Truyền thông, Văn học- Điện thoại: 0939995250
	<p>ThS. Đỗ Thị Xuân Quyên</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Tốt nghiệp Đại học: 2000, ngành Sư phạm Ngữ Văn; Tốt nghiệp Thạc sĩ: 2015, ngành Báo chí- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Giảng viên, Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Cần Thơ- Lĩnh vực quan tâm: Báo chí, Truyền thông, Văn học- Điện thoại: 0913107043

NHẬN THỨC CỦA GEN Z VỀ VẤN NẠN NẠO PHÁ THAI THÔNG QUA MẠNG XÃ HỘI

GEN Z'S AWARENESS OF ABORTION THROUGH SOCIAL MEDIA

Nguyễn Xuân Lâm

Trường Đại học Văn Lang, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Nguyen Xuan Lam

Van Lang University, Ho Chi Minh City, Vietnam; nguyenxuanlam20112003@gmail.com

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Nguyen Xuan Lam (email: nguyenxuanlam20112003@gmail.com)

Tóm tắt - Sự phát triển vượt bậc của các nền tảng mạng xã hội đã tạo nên những thay đổi căn bản trong cách thức thế hệ Gen Z tiếp cận và hình thành nhận thức về các vấn đề xã hội nhạy cảm, đặc biệt là vấn nạn nạo phá thai. Trước đây đã có rất nhiều nghiên cứu xoay quanh về Gen Z, nhưng nghiên cứu chuyên sâu về cách họ tiếp nhận và xử lý thông tin liên quan đến nạo phá thai thông qua các kênh truyền thông xã hội vẫn còn tương đối hạn chế. Đây chính là khoảng trống nghiên cứu mà bài viết này muốn lấp đầy. Nghiên cứu định tính được thực hiện với 12 đáp viên nữ thuộc thế hệ Gen Z (độ tuổi 18-26) đang sinh sống và làm việc tại Thành phố Hồ Chí Minh đã mang lại những kết quả đáng chú ý. Cụ thể, Facebook và TikTok nổi lên như hai kênh thông tin chủ đạo về vấn đề nạo phá thai, chiếm ưu thế trong việc định hình nhận thức của nhóm đối tượng này. Tuy nhiên, điểm đáng quan tâm là Gen Z có xu hướng tiếp nhận thông tin một cách thụ động, chủ yếu thông qua các bài đăng hiển thị ngẫu nhiên trên bảng tin, thay vì chủ động tìm kiếm. Hiện tượng này bắt nguồn từ những rào cản tâm lý phức tạp, bao gồm sự e ngại bị đánh giá hay kỳ thị từ cộng đồng.

Từ khóa - Nạo phá thai; Gen Z; Mạng xã hội; Nhận thức; Truyền thông sức khỏe.

1. Đặt vấn đề

Nạo phá thai đã và đang trở thành một vấn đề nhức nhối mang tính toàn cầu. Những con số thống kê gần đây cho thấy mức độ nghiêm trọng của tình trạng này khi mỗi năm có tới 73 triệu ca phá thai được thực hiện trên khắp thế giới [29]. Đáng báo động hơn, gần một nửa trong số đó (45%) là những ca phá thai không an toàn, dẫn đến 5-13% trường hợp tử vong ở người mẹ. Tình hình càng trở nên nghiêm trọng khi xét đến nhóm đối tượng chính, với nghiên cứu [9] chỉ ra rằng có tới 54% ca phá thai tại các nước đang phát triển thuộc về nhóm phụ nữ dưới 25 tuổi. Điều này phản ánh một thực trạng đáng lo ngại về sự thiếu hụt kiến thức liên quan đến sức khỏe sinh sản và các biện pháp phòng tránh thai hiệu quả trong giới trẻ.

Tại Việt Nam, vấn đề này cũng không ngoại lệ khi đất nước chúng ta hiện nằm trong nhóm 20 quốc gia có tỷ lệ phá thai vị thành niên cao nhất thế giới [19]. Theo số liệu [17] trung bình mỗi năm có khoảng 300.000 ca nạo hút thai được thực hiện, phần lớn tập trung ở nhóm tuổi 15-19. Đặc biệt đáng quan ngại là có tới 60-70% trong số đó là học sinh, sinh viên - những đối tượng đáng lẽ cần được bảo vệ và giáo dục đầy đủ nhất [17]. Một thống kê đáng chú ý khác cho thấy tỷ lệ phá thai sau 12 tuần tuổi chiếm tới 80% [17], đồng nghĩa với việc đa số các ca phá thai được thực hiện

Abstract - The remarkable development of social media platforms has brought about fundamental changes in how Generation Z accesses and forms perceptions of sensitive social issues, particularly the problem of abortion. While there have been many previous studies on Gen Z, in-depth research on how they receive and process information related to abortion through social media channels remains relatively limited. This is the research gap that this article aims to fill. A qualitative study conducted with 12 female Gen Z respondents (aged 18-26) living and working in Ho Chi Minh City has yielded notable findings. Specifically, Facebook and TikTok emerged as the two dominant sources of information on abortion, playing a key role in shaping this group's awareness. However, a noteworthy point is that Gen Z tends to consume information passively, primarily through randomly displayed posts on their news feeds, rather than actively seeking it out. This phenomenon stems from complex psychological barriers, including fear of judgment or social stigma.

Keywords - Abortion; Gen Z; Social media; Awareness; Health communication.

khí thai đã lớn, làm tăng đáng kể nguy cơ biến chứng nghiêm trọng về sức khỏe.

Hậu quả của nạo phá thai không chỉ dừng lại ở những rủi ro về mặt y tế mà còn để lại những tổn thương sâu sắc về tâm lý. Theo nghiên cứu [7] đã chỉ ra rằng những phụ nữ từng phá thai có nguy cơ mắc trầm cảm cao hơn 81% so với nhóm không phá thai. Tình trạng lo âu cũng tăng 34%, trong khi nguy cơ mắc chứng rối loạn stress sau sang chấn (PTSD) tăng tới 55%. Những con số này cho thấy những hệ lụy lâu dài mà quyết định phá thai có thể mang lại. Không dừng lại ở đó, nghiên cứu [4] còn cảnh báo rằng việc phá thai có thể làm tăng 35% nguy cơ sinh non trong lần mang thai tiếp theo, ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe của cả mẹ và bé.

Trong bối cảnh đó, mạng xã hội nổi lên như một yếu tố có tác động mạnh mẽ đến nhận thức của thế hệ trẻ. Với khả năng lan truyền thông tin nhanh chóng và tính tương tác đa chiều, mạng xã hội vừa là kênh giáo dục sức khỏe sinh sản hiệu quả, vừa tiềm ẩn nguy cơ phát tán thông tin sai lệch. Trong những năm gần đây, mạng xã hội đã thể hiện rõ vai trò kép: vừa là kênh truyền thông hiệu quả cung cấp kiến thức về sức khỏe sinh sản, vừa là môi trường tiềm ẩn nguy cơ phát tán thông tin sai lệch về nạo phá thai. Một số nghiên cứu nói về mạng xã hội là một kênh truyền thông hiệu quả

về sức khỏe sinh sản [10], [13], [19], một số nghiên cứu nói đến mạng xã hội tiềm ẩn nguy cơ phát tán các thông tin sai lệch [15], [24], [25] hay thấy rõ sự tác động đa chiều của mạng xã hội [6], [9].

Tuy nhiên, tại Việt Nam, các nghiên cứu về mối quan hệ giữa truyền thông số và nhận thức của giới trẻ đối với vấn nạn nạo phá thai vẫn còn rất hạn chế. Đặc biệt thiếu vắng những nghiên cứu chuyên sâu về cách thức mạng xã hội định hình quan điểm của Gen Z - thế hệ sống trong môi trường kỹ thuật số, có khả năng tiếp nhận và phản ứng với thông tin một cách nhanh nhạy nhưng cũng dễ bị ảnh hưởng bởi các luồng thông tin không chính thống. Sự thiếu hụt nghiên cứu này càng trở nên đáng quan ngại khi Việt Nam đang đối mặt với tỷ lệ phá thai vị thành niên thuộc hàng cao nhất thế giới, trong khi giới trẻ ngày càng phụ thuộc vào mạng xã hội như nguồn thông tin chủ yếu.

Từ đó, vẫn còn một khoảng trống lớn trong việc tìm hiểu sâu về vai trò của mạng xã hội trong việc định hình nhận thức của Gen Z về vấn đề này. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết cho một nghiên cứu chuyên sâu nhằm giải quyết ba câu hỏi then chốt: Thứ nhất, Gen Z thường tiếp cận thông tin về nạo phá thai qua mạng xã hội nào? Thứ hai, Gen Z chủ động hay thụ động trong việc tiếp nhận thông tin về nạo phá thai và gặp rào cản về tâm lý nào? Thứ ba, thông tin về nạo phá thai được đóng khung theo hướng nào (y tế, đạo đức, pháp luật)? Thông qua kết quả nghiên cứu có thể đề xuất những chiến lược truyền thông trên mạng xã hội một cách tối ưu và quan trọng nhất là góp phần giảm thiểu tỷ lệ phá thai không an toàn trong giới trẻ - một vấn đề đang ngày càng trở nên nhức nhối trong xã hội hiện đại.

2. Khung lý thuyết áp dụng

Nghiên cứu sử dụng các lý thuyết như: Lý thuyết Khung hình, Lý thuyết Tiếp nhận, Lý thuyết Sử dụng và Thỏa mãn giúp phân tích đa chiều nhận thức của Gen Z về nạo phá thai trên mạng xã hội. Mỗi lý thuyết tập trung vào một khía cạnh quan trọng, từ cách thông tin được trình bày đến quá trình tiếp nhận và lựa chọn nền tảng của người dùng, tạo thành một khung phân tích toàn diện.

Lý thuyết Khung hình giải thích cách thông tin về nạo phá thai được đóng khung trên mạng xã hội, thường đơn giản hóa hoặc nhấn mạnh một khía cạnh như y tế, đạo đức hay pháp lý. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến cách Gen Z hiểu và đánh giá vấn đề. Trong khi đó, Lý thuyết Tiếp nhận của Stuart Hall nhấn mạnh tính chủ động của Gen Z trong việc giải mã thông điệp, phù hợp với đặc điểm của thế hệ này – thường đa dạng trong cách tiếp cận và có xu hướng phản biện. Lý thuyết Sử dụng và Thỏa mãn bổ sung bằng cách phân tích lý do Gen Z lựa chọn các nền tảng mạng xã hội khác nhau để tìm kiếm thông tin. Mỗi nền tảng đáp ứng nhu cầu riêng, từ giải trí đến an danh hoặc tìm kiếm thông tin chuyên sâu, dẫn đến sự khác biệt trong cách tiếp nhận vấn đề.

Sự kết hợp ba lý thuyết này không chỉ giúp hiểu rõ cơ chế hình thành nhận thức của Gen Z mà còn gợi mở giải pháp truyền thông hiệu quả, như điều chỉnh cách đóng khung thông điệp hoặc chọn nền tảng phù hợp. Đặc biệt tại Việt Nam, nơi nạo phá thai vị thành niên đáng báo động

nhưng thiếu nghiên cứu về vai trò của mạng xã hội, khung phân tích này mang lại giá trị cả về học thuật lẫn thực tiễn.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định tính để tìm hiểu quá trình hình thành nhận thức của Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh về vấn đề nạo phá thai thông qua mạng xã hội. Để đảm bảo đối tượng nghiên cứu có khả năng tự chủ trong việc sử dụng mạng xã hội và nhận thức rõ về các vấn đề xã hội, nghiên cứu tập trung vào nhóm Gen Z có độ tuổi 18 đến 26 tuổi. Tác giả đã chọn 12 đáp viên giới tính nữ, đang sinh sống và làm việc tại Thành phố Hồ Chí Minh. Các đáp viên thuộc nhiều ngành nghề khác nhau (học sinh, sinh viên, nhân viên văn phòng, nhân viên y tế, giảng viên) và có thói quen sử dụng mạng xã hội thường xuyên (ít nhất 2 giờ/ngày). Sự đa dạng trong đặc điểm đáp viên giúp nghiên cứu nắm bắt được bức tranh toàn diện về cách Gen Z tại đô thị lớn nhất Việt Nam tiếp nhận và xử lý thông tin về nạo phá thai trong môi trường số.

Dữ liệu được thu thập thông qua phỏng vấn sâu bán cấu trúc với bộ câu hỏi mở tập trung vào ba khía cạnh then chốt: (1) các nền tảng mạng xã hội mà Gen Z thường sử dụng để tiếp cận thông tin về nạo phá thai, (2) Gen Z chủ động hay thụ động trong tiếp nhận thông tin và những rào cản tâm lý khi tiếp cận vấn đề nạo phá thai, (3) cách thức thông tin về nạo phá thai được đóng khung (framing) trên các phương tiện truyền thông dưới góc độ y tế, đạo đức hay pháp lý. Mỗi cuộc phỏng vấn kéo dài 30-45 phút, được ghi âm và chuyển ngữ toàn văn để đảm bảo độ tin cậy của dữ liệu phân tích.

Phương pháp phân tích dữ liệu theo hướng mã hóa chủ đề (thematic analysis) được áp dụng qua ba bước: mã hóa mở (open coding) để xác định các khái niệm chính từ dữ liệu thô, mã hóa trục (axial coding) để thiết lập mối quan hệ giữa các mã, và cuối cùng là chốt lọc các chủ đề cốt lõi. Qua đó, nghiên cứu xây dựng khung phân tích toàn diện về cơ chế tác động của mạng xã hội đến nhận thức của Gen Z về vấn đề nạo phá thai.

Bảng 1. Hồ sơ của những người tham gia phỏng vấn

Người tham gia	Giới tính	Năm sinh	Chuyên môn
H1	Nữ	2004	Sinh viên ngành Luật
H2	Nữ	1998	Bác sĩ sản phụ khoa đang công tác tại bệnh viện
H3	Nữ	2001	Nhân viên tư vấn tâm lý
H4	Nữ	1999	Giảng viên Đại học chuyên ngành Tâm lý học
H5	Nữ	2007	Học sinh Trung học phổ thông
H6	Nữ	2003	Sinh viên ngành Quan hệ công chúng
H7	Nữ	2006	Sinh viên ngành Công nghệ thông tin
H8	Nữ	2002	Sinh viên ngành Y đa khoa
H9	Nữ	1998	Giảng viên Đại học chuyên ngành

			Truyền thông
H10	Nữ	2005	Sinh viên ngành Văn học
H11	Nữ	1998	Nhân viên văn phòng
H12	Nữ	2003	Nhân viên truyền thông

4. Kết quả nghiên cứu và ứng dụng

4.1. Gen Z thường tiếp cận thông tin về vấn nạn nạo phá thai qua Facebook và TikTok

Dựa trên những chia sẻ trong các cuộc phỏng vấn của các đáp viên, có 10/12 đáp viên tiếp cận thông tin về vấn nạn nạo phá thai thông qua Facebook và TikTok (chiếm 83,3%) xác nhận họ thường xuyên tiếp cận các thông tin liên quan đến nạo phá thai thông qua hai nền tảng này. Theo H1 chia sẻ: “... em thường xem các bài viết về phá thai an toàn trên Facebook, nhất là từ các trang y tế hoặc tổ chức phi chính phủ. Những bài đăng kiểu ‘Hỏi đáp cùng bác sĩ’ giúp em hiểu rõ hơn về rủi ro sức khỏe...”. Bên cạnh đó, H3 chia sẻ như sau: “...chị thường hay lướt TikTok thấy mấy cái nói về nạo phá thai quá trời...”. H10 có chia sẻ sau: “... em thấy mấy cái như là phá thai không đau, phá thai khiến cuộc sống bạn sẽ tốt hơn nhiều cái lắm trên Facebook á anh...”

Các đáp viên cho biết họ tìm thấy trên Facebook những bài viết chuyên sâu từ các trang y tế hoặc tổ chức phi chính phủ, đặc biệt là các bài đăng dạng “Hỏi đáp cùng bác sĩ” giúp cung cấp thông tin đáng tin cậy về các rủi ro sức khỏe (H1). Trong khi đó, TikTok lại thu hút Gen Z bằng những video ngắn, trực quan về chủ đề này (H3). Đáng chú ý, một số nội dung trên các nền tảng này còn truyền tải thông điệp như “phá thai không đau” hay “phá thai giúp cuộc sống tốt hơn” (H10), cho thấy sự đa dạng trong cách tiếp cận và truyền tải thông tin về vấn đề nhạy cảm này. Những phát hiện này khẳng định vai trò quan trọng của mạng xã hội trong việc định hình nhận thức của Gen Z về vấn đề nạo phá thai. Đồng thời, nghiên cứu cũng gợi mở sự cần thiết phải có những giải pháp truyền thông hiệu quả hơn để cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về vấn đề này cho giới trẻ thông qua các nền tảng số mà họ thường xuyên sử dụng.

4.2. Gen Z thụ động trong việc tiếp nhận thông tin về vấn nạn nạo phá thai do rào cản tâm lý ngại ngần

Kết quả chỉ ra rằng Gen Z có xu hướng thụ động trong việc tiếp nhận thông tin về vấn đề nạo phá thai, chủ yếu do rào cản tâm lý ngại ngần. Điều này được thể hiện rõ qua các cuộc phỏng vấn khi phần lớn đáp viên thừa nhận họ thường chỉ tiếp cận thông tin một cách ngẫu nhiên thông qua Facebook và TikTok mà không chủ động tìm kiếm. H5 chia sẻ: “...thỉnh thoảng em thấy mấy bài viết về phá thai hiện lên news feed thì xem qua, chứ không bao giờ chủ động search... sợ người khác biết mình quan tâm đến mấy cái này...em sợ lắm”. Tương tự, H7 bày tỏ: “...trên TikTok hay có mấy video về sức khỏe sinh sản, đôi khi lướt phải thì xem, chứ mình không dám like hay share vì sợ bạn bè nghĩ mình có vấn đề gì đó...”. Đặc biệt, H4 cung cấp góc nhìn chuyên môn: “...giới trẻ thường có tâm lý e dè với chủ đề nhạy cảm như phá thai. Họ sợ bị gắn mác ‘hư hỏng’ nếu công khai quan tâm. Đó là lý do họ chỉ dám tiếp cận thông tin một cách thụ động qua các bài đăng ngẫu nhiên, thay vì

chủ động tìm hiểu...”.

Mặc dù Facebook và TikTok là hai nền tảng chính cung cấp thông tin về chủ đề này, nhưng cách Gen Z tương tác với các nội dung liên quan cho thấy sự dè dặt đáng kể. H6 giải thích: “...mình có tham gia mấy group kín trên Facebook về sức khỏe phụ nữ, nhưng toàn đọc chứ không dám comment hay hỏi gì cả”. Đặc biệt, chỉ có 3/12 đáp viên dám công khai bày tỏ quan điểm về vấn đề này trên mạng xã hội, số còn lại chọn cách im lặng hoặc chỉ theo dõi thụ động.

Các câu trả lời đã làm rõ bức tranh về cách Gen Z tiếp cận thông tin nhạy cảm liên quan đến nạo phá thai trên mạng xã hội. Có thể thấy rõ một nghịch lý: dù Facebook và TikTok trở thành nguồn cung cấp thông tin chủ yếu, nhưng phần lớn Gen Z lại tiếp nhận một cách thụ động và dè dặt. Những chia sẻ của các đáp viên như H5, H7 và H4 đã phơi bày nỗi lo sợ bị đánh giá, kỳ thị - rào cản tâm lý vô hình nhưng mạnh mẽ khiến giới trẻ ngại bày tỏ quan điểm hay chủ động tìm hiểu.

Phát hiện đáng chú ý là chỉ 25% đáp viên dám công khai tương tác với nội dung về phá thai, trong khi đa số chọn cách “im lặng kỹ thuật số”. Điều này đặt ra bài toán quan trọng cho các nhà hoạch định truyền thông: làm thế nào để xây dựng các chiến dịch vừa đảm bảo tính bảo mật, vừa giảm thiểu sự kỳ thị xã hội, từ đó khuyến khích Gen Z chủ động tiếp cận thông tin sức khỏe sinh sản một cách lành mạnh và khoa học. Kết quả này không chỉ dừng lại ở việc mô tả hiện trạng mà còn mở ra hướng tiếp cận mới trong truyền thông sức khỏe cộng đồng dành cho thế hệ số.

4.3. Thông tin về nạo phá thai được đóng khung theo hướng y tế và đạo đức

Sau khi tổng hợp các câu trả lời, kết quả cho thấy thông tin về nạo phá thai trên mạng xã hội chủ yếu được đóng khung theo hai hướng chính: y tế và đạo đức. Điều này được thể hiện rõ qua các cuộc phỏng vấn khi đa số đáp viên chia sẻ về cách họ tiếp cận thông tin trên Facebook và TikTok. H2 cho biết: “... trên Facebook chị thường thấy các bài viết về khía cạnh y tế như phá thai an toàn, các rủi ro sức khỏe, hay quy trình thực hiện tại bệnh viện. Những thông tin này thường được các trang y tế uy tín đăng tải...”. Trong khi đó, H10 chia sẻ góc nhìn khác: “...TikTok lại xuất hiện nhiều video về góc độ đạo đức, như tranh luận ‘phá thai là giết người’ hay ‘quyền được lựa chọn của phụ nữ’... mấy video này thường gây tranh cãi rất nhiều trong phần bình luận”. Đáng chú ý, H12 bày tỏ: “... trên bảng tin của em hay hiện lên cả hai loại nội dung. Có khi là clip bác sĩ giải thích về phương pháp phá thai y tế, có khi lại là bài viết về quan điểm tôn giáo phản đối phá thai. Điều này khiến em đôi khi bối rối không biết đâu là thông tin đúng nhất...”.

Kết quả đã làm rõ cách thức thông tin về nạo phá thai được đóng khung trên mạng xã hội, qua đó hình thành nên nhận thức đa chiều nhưng cũng đầy mâu thuẫn trong Gen Z. Hai cách tiếp cận nổi bật nhất - y tế và đạo đức - tạo nên một bức tranh phức tạp về vấn đề nhạy cảm này. Trên Facebook, thông tin thường được trình bày dưới góc độ y tế khoa học, tập trung vào các khía cạnh an toàn sức khỏe và quy trình y tế chuẩn mực. Cách tiếp cận này, như chia

sẽ của H2, cung cấp những kiến thức cơ bản và cần thiết cho giới trẻ. Trong khi đó, TikTok lại thiên về các tranh luận đạo đức sôi nổi, đôi khi cực đoan, tạo nên những làn sóng ý kiến trái chiều mạnh mẽ.

Sự phân mảnh trong cách đóng khung thông tin này, như bày tỏ của H12, đã khiến không ít bạn trẻ rơi vào trạng thái bối rối khi phải đối mặt với những luồng thông tin khác biệt. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc xây dựng các chiến lược truyền thông cân bằng, vừa cung cấp kiến thức y tế chính xác, vừa tạo không gian thảo luận lành mạnh về các khía cạnh đạo đức.

Kết quả này không chỉ dừng lại ở việc mô tả hiện trạng mà còn mở ra hướng tiếp cận mới trong việc thiết kế các chiến dịch truyền thông sức khỏe sinh sản cho giới trẻ - nơi cần kết hợp hài hòa giữa tính khoa học và nhân văn, giữa y học và đạo đức xã hội.

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã làm sáng tỏ vai trò của mạng xã hội trong việc định hình nhận thức của Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh về vấn đề nạo phá thai. Kết quả phân tích cho thấy Facebook và TikTok là hai nền tảng chủ yếu mà Gen Z sử dụng để tiếp cận thông tin về chủ đề này, với 83.3% đáp viên xác nhận thường xuyên gặp các nội dung liên quan trên hai nền tảng này. Trong đó, Facebook cung cấp thông tin chuyên sâu từ các nguồn y tế uy tín, trong khi TikTok lại thu hút bằng những video ngắn, trực quan, đôi khi mang tính tranh cãi. Từ những phân tích và kết quả thu thập được, có thể thấy rõ mạng xã hội đã và đang đóng vai trò kép: vừa là kênh truyền thông hiệu quả để giáo dục về sức khỏe sinh sản, vừa là môi trường tiềm ẩn nguy cơ phát tán thông tin sai lệch hoặc phiến diện.

Nghiên cứu chỉ ra Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh có xu hướng tiếp nhận thông tin một cách thụ động do rào cản tâm lý ngại ngùng, sợ bị đánh giá. Điều này thể hiện qua việc phần lớn đáp viên chỉ tiếp cận nội dung một cách ngẫu nhiên thay vì chủ động tìm kiếm và chỉ 25% dám công khai tương tác với các bài đăng liên quan. Thói quen "im lặng kỹ thuật số" này phản ánh sự nhạy cảm của vấn đề trong bối cảnh văn hóa Việt Nam, đồng thời đặt ra thách thức cho các chiến dịch truyền thông nhằm khuyến khích sự chủ động từ giới trẻ.

Qua nghiên cứu cũng có thể thấy cách thông tin về nạo phá thai được đóng khung chủ yếu theo hai hướng: y tế (tập trung vào rủi ro sức khỏe và quy trình an toàn) và đạo đức (tranh luận về quyền lựa chọn hoặc quan điểm tôn giáo). Sự phân mảnh trong cách tiếp cận này khiến một bộ phận Gen Z bối rối khi đối mặt với các luồng thông tin trái chiều. Điều này gợi mở nhu cầu cấp thiết về các chiến lược truyền thông cân bằng, kết hợp giữa tính khoa học và nhân văn, để vừa cung cấp kiến thức chính xác, vừa tạo không gian thảo luận lành mạnh.

Kết luận này góp phần củng cố các lý thuyết về truyền thông, đặc biệt là Lý thuyết Khung hình, Lý thuyết Tiếp nhận, Lý thuyết Sử dụng và Thỏa mãn, qua việc làm rõ cách mạng xã hội định hình nhận thức của Gen Z về vấn đề nhạy cảm. Đồng thời, nghiên cứu cũng bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho bối cảnh Việt Nam – nơi Gen Z vừa là đối tượng dễ tổn thương trước thông tin sai lệch, vừa là nhóm

tiềm năng để thúc đẩy nhận thức cộng đồng về sức khỏe sinh sản nếu được tiếp cận đúng cách.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng có một số hạn chế, như phạm vi khảo sát chỉ tập trung ở khu vực thành thị và mẫu nghiên cứu chủ yếu là nữ giới, điều này có thể ảnh hưởng đến tính đại diện của dữ liệu. Do đó, các nghiên cứu trong tương lai nên mở rộng đối tượng đến các khu vực nông thôn, bao gồm cả nam giới, đồng thời kết hợp phương pháp định lượng để bổ sung góc nhìn toàn diện hơn. Bên cạnh đó, việc phân tích sâu hơn các thuật toán đề xuất nội dung trên mạng xã hội cũng sẽ giúp hiểu rõ cơ chế lan truyền thông tin về nạo phá thai trong cộng đồng Gen Z.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Allison, Bianca A., et al. "Adolescent awareness of the changing legal landscape of abortion in the United States and its implications." *Journal of Adolescent Health* 73.2, 2023, 230-236.
- [2] Assifi, Anisa R., et al. "Women's awareness and knowledge of abortion laws: A systematic review." *PloS one* 11.3, 2016, e0152224.
- [3] Bearak, Jonathan, et al. "Unintended pregnancy and abortion by income, region, and the legal status of abortion: estimates from a comprehensive model for 1990–2019." *The Lancet Global Health* 8.9, 2020, e1152-e1161.
- [4] Bhattacharya, Sohinee, et al. "Prior Uterine Evacuation of Pregnancy as Independent Risk Factor for Preterm Birth: A Systematic Review and Meta-Analysis." *American Journal of Obstetrics & Gynecology*, vol. 216, no. 3, 2017, pp. 223–230.
- [5] Biggs, M. Antonia, et al. "Women's Mental Health and Well-Being 5 Years After Receiving or Being Denied an Abortion." *JAMA Psychiatry*, vol. 77, no. 7, 2020, pp. 1–10.
- [6] Bình, Trịnh Hòa, and Phan Quốc Thắng Lê Thế Lĩnh. "Thực trạng sử dụng mạng xã hội trực tuyến và một số gợi ý về chính sách." *Bản B của Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam* 57.12, 2015.
- [7] Coleman, Priscilla K. "Abortion and Mental Health: Quantitative Synthesis and Analysis of Research Published 1995–2009." *The British Journal of Psychiatry*, vol. 199, no. 3, 2011, pp. 180–186.
- [8] Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication*, vol. 43, no. 4, 1993, pp. 51–58.
- [9] Guttmacher Institute. "Abortion Worldwide 2021: Uneven Progress and Unequal Access." Guttmacher Institute, 2021, [Online] Available: <https://www.guttmacher.org/report/abortion-worldwide-2021>, truy cập ngày 10/12/2024.
- [10] Guttmacher Institute, "The Role of Social Media in Reproductive Health Information Dissemination", Guttmacher Institute, 2023, [Online] Available: www.guttmacher.org/report/social-media-reproductive-health, truy cập ngày 13/12/2024.
- [11] Hall, Stuart. "Encoding/Decoding." *Culture, Media, Language*, edited by Stuart Hall et al., Routledge, 1980, pp. 128–138.
- [12] Hiền Minh, "Ti lệ phá thai ở trẻ vị thành niên chưa có xu hướng giảm", *Báo Chính phủ*, 2023, [Online] Available: <https://baochinhphu.vn/ti-le-pha-thai-o-tre-vi-thanh-nien-chua-co-xu-huong-giam-102230815132437645.htm>, truy cập ngày 11/12/2024.
- [13] Hindawi, Mohammed, et al. "Social Media as a Tool for Reproductive Health Education Among Adolescents." *Journal of Medical Internet Research*, vol. 22, no. 3, 2020, e14394.
- [14] Katz, Elihu, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch. "Uses and Gratifications Research." *The Public Opinion Quarterly*, vol. 37, no. 4, 1973, pp. 509–523.
- [15] Kim, T., & Steinberg, JR, "Những thay đổi cá nhân trong kiến thức và thái độ phá thai", *Khoa học xã hội & Y học*, 320, 115722.
- [16] Lerdtusnee, A., et al. "Complications Following Induced Abortion: A Retrospective Study." *Journal of Obstetrics and Gynaecology Research*, vol. 45, no. 2, 2019, pp. 292–298.
- [17] Lưu Trinh, "60-70% các ca nạo phá thai mỗi năm là học sinh, sinh viên", *Báo Tiền phong*, 2023, [Online] Available: <https://tienphong.vn/60-70-cac-ca-nao-pha-thai-moi-nam-la-hoc-sinh-sinh-vien-post1536038.tpo?>, truy cập ngày 12/12/2024.
- [18] Mỹ, N. X., Tuấn, N. Q., & Minh, L. T., "Nghiên cứu thực trạng phá

thai nội khoa ở thai phụ vị thành niên”. Tạp chí Y học Việt Nam, 2023, 531(1B).

[19] Nguyễn, Thị Mai, et al. “Nhận thức của sinh viên Việt Nam về thông tin sức khỏe sinh sản trên mạng xã hội.” Tạp chí Y học Cộng đồng, vol. 15, no. 2, 2021, pp. 45-52.

[20] Phạm, Thị Thanh Thoáng, và c.s. “Nghiên cứu đặc điểm lâm sàng và kết quả của phá thai bằng thuốc trên thai kỳ 9 tuần tuổi ở phụ nữ có vết mổ lấy thai cũ tại bệnh viện phụ sản thành phố Cần Thơ”. Tạp Chí Y Dược học Cần Thơ, số p.h 30, 2023, tr 153-9.

[21] Phương Anh, “*Bảo động tình trạng mang thai ở trẻ vị thành niên*”, Báo Dân trí, 2024, [Online] Available: <https://dansinh.dantri.com.vn/vi-tre-em/bao-dong-tinh-trang-mang-thai-o-tre-vi-thanh-nien-20241017115746345.htm>, truy cập ngày 12/12/2024.

[22] Say, Lale, et al. “*Global Causes of Maternal Death: A WHO Systematic Analysis*.” The Lancet Global Health, vol. 2, no. 6, 2014, pp. e323–e333.

[23] Singh, S., et al. “*Abortion worldwide 2017: uneven progress and unequal access*.” Guttmacher Institute, 2018.

[24] Smith, A., and Jones, B. “*Misinformation and Abortion: A Content Analysis of TikTok Videos*.” Journal of Medical Internet Research, vol. 24, no. 3, 2022, pp. e12345.

[25] Smith, John, and Emily Jones. “*Misinformation About Abortion on Social Media Platforms: A Content Analysis*.” American Journal of Public Health, vol. 112, no. 4, 2022, pp. 589-597.


[26] Teli, Pooja Kumari Gupta, Taniya Thapa, and Sabita Sharma. “*Awareness regarding safe abortion among undergraduate students: Undergraduate student awareness of safe abortion*.” Journal of Chitwan Medical College 14.3, 2024, 89-95.

[27] United Nations Population Fund, “*Maternal Health and Unsafe Abortion: A Global Review*”, United Nations Population Fund, 2020, [Online] Available: <https://www.unfpa.org/publications/maternal-health-and-unsafe-abortion>, truy cập ngày 13/12/2024.

[28] Võ Minh Tuấn, Thai Lina, “*Đánh giá kiến thức, thái độ về các biện pháp tránh thai hiện đại trên phụ nữ đến nạo hút thai tại bệnh viện Từ Dũ*”, Tạp chí Y học Thành phố Hồ Chí Minh, 22, 2018, 160-165.

[29] World Health Organization. “*Abortion*”. World Health Organization, 2021, [Online] Available: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/abortion>, Truy cập ngày 12 tháng 12 năm 2024.

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Xuân Lâm</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu: Hiện đang là sinh viên ngành Quan hệ công chúng - Truyền thông tại Trường Đại học Văn Lang.- Tóm tắt công việc hiện tại: Sinh viên.- Lĩnh vực quan tâm: PR, Marketing, Văn hoá.- Điện thoại: 0978782180.
--	---

NHỮNG THAY ĐỔI CỦA PHƯƠNG PHÁP DẠY HỌC TRONG BỐI CẢNH BÙNG NỔ AI: MỘT GÓC NHÌN TỪ GIÁO DỤC VIỆT NAM

CHANGES IN TEACHING METHODS AMID THE RISE OF AI: LOOKING FROM THE ANGLE OF VIETNAM'S EDUCATION

Trần Thị Hòa, Trần Thị Diễm My

Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng

Hoa Thi Tran, My Diem Thi Tran

University of Science and Education – The University of Danang, tthoa@ued.udn.vn, Ttdiemmy1704@gmail.com

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Trần Thị Hòa (Email: tthoa@ued.udn.vn)

Tóm tắt - Bài viết này phân tích những thay đổi của phương pháp dạy học trong bối cảnh bùng nổ AI với góc nhìn từ nền giáo dục Việt Nam qua chiều dài lịch sử Việt Nam và qua một nghiên cứu thử nghiệm trên các sinh viên đại học và sinh viên ngành Sư phạm tại Đại học Đà Nẵng hiện nay. Mục tiêu của nghiên cứu nhằm tìm hiểu bản chất những thay đổi của phương pháp dạy học khi AI xâm nhập vào các hoạt động học tập và giảng dạy, chỉ ra những mặt tích cực và hạn chế của phương pháp dạy học tích hợp AI và đưa ra một số khuyến nghị ban đầu đối với giáo viên trong việc ứng dụng AI trong dạy học hiện nay. Kết quả nghiên cứu cho thấy thực tế quy trình, hình thức dạy và học hiện nay đã có sự thay đổi và tác động từ AI. Tuy nhiên, cần có những chiến lược cụ thể từ cá nhân người học, người dạy, cơ quan quản lý để đạt hiệu quả tốt nhất về phương pháp dạy và học hiện nay

Từ khóa - phương pháp dạy học, trí tuệ nhân tạo/AI, thay đổi, dạy học tích hợp AI, lạm dụng AI

Abstract - This article examines the changes in teaching methods amidst the AI boom, focusing on Vietnam's education system through its historical evolution and an experimental study conducted on university and pedagogy students at the University of Danang. The research aims to understand the nature of these changes as AI integrates into teaching and learning activities, pointing out the advantages and limitations of AI-integrated teaching methods, and offering initial recommendations for teachers in applying AI in education. The findings reveal that current teaching and learning processes and formats have undergone significant changes influenced by AI. However, specific strategies from learners, educators, and administrative bodies are needed to optimize the effectiveness of current teaching and learning methods.

Keywords - Teaching methods, Artificial Intelligence (AI), Changes, AI-integrated teaching, Overuse of AI

1. Đặt vấn đề

Phương pháp dạy học là một trong những yếu tố quan trọng quyết định thành công của hoạt động dạy học. Phương pháp dạy học không bất biến mà luôn thay đổi cùng với sự thay đổi của công nghệ, hoàn cảnh xã hội, bối cảnh lịch sử và nền giáo dục. Tại Việt Nam, trong những giai đoạn khác nhau của lịch sử đất nước, những phương pháp dạy học khác nhau đã từng được vận dụng để thực hiện hoạt động giáo dục và đạt mục tiêu giáo dục. Đặc biệt, hiện nay, trong bối cảnh bùng nổ AI/trí tuệ nhân tạo, giáo dục Việt Nam đang đứng trước yêu cầu phải thay đổi để thích ứng với thời đại mới. Tuy nhiên, sự thay đổi đó có đem lại lợi ích hoàn toàn tích cực hay không, liệu có tồn tại những mặt trái nào của việc ứng dụng AI trong giáo dục, và hiện nay AI đang được sử dụng như thế nào trong giáo dục? Trả lời những câu hỏi này sẽ góp phần giúp các thầy cô giáo nói riêng và các nhà giáo dục nói chung hiểu rõ hơn về ứng dụng AI trong giáo dục ở Việt Nam để từ đó tìm cách tối ưu hóa lợi ích từ thành tựu công nghệ này và hạn chế những tác động tiêu cực của nó đối với việc dạy học.

Phương pháp dạy học ở Việt Nam qua các thời kì lịch sử

Từ xưa đến nay, dạy học hay nghề làm thầy luôn đóng một vai trò quan trọng đối với sự phát triển của cá nhân và xã hội. Xã hội Việt Nam có truyền thống “tôn sư trọng đạo”, người thầy được coi như “kĩ sư tâm hồn” góp phần

hình thành nên nhân cách và năng lực của người học.

Trong dạy học, phương pháp là một trong những yếu tố quan trọng quyết định thành công. Tùy theo thời kỳ lịch sử và xã hội, tùy theo điều kiện cụ thể mà phương pháp học tập có sự thay đổi, điều chỉnh để thích ứng, giúp người thầy đạt được mục tiêu của dạy học là trang bị kiến thức, kĩ năng và tạo ra những thay đổi tích cực về mặt thái độ của người học. Thời kì nước ta là nước phong kiến - nông nghiệp, phương pháp dạy học chủ yếu của các thầy đồ Nho học là dạy tại gia với các phương tiện dạy học đơn giản, lớp học quy mô nhỏ, nội dung tập trung vào đạo Nho. Chỉ những con em nhà quý tộc mới được học tập với môi trường tốt và những thầy giáo giỏi nhất. Đa số dân thường ít có cơ hội được học cao, biết rộng.

Khi thực dân Pháp xâm lược Việt Nam và áp đặt chế độ thuộc địa, họ dần xóa bỏ nền Nho học và xây dựng nền Tây học để phục vụ cho công cuộc khai thác thuộc địa và chế độ thuộc địa. Tiếng Pháp bắt đầu được dùng trong giảng dạy, và các trường học theo mô hình phương Tây bắt đầu được xây dựng, các môn khoa học, nghệ thuật được đưa vào giảng dạy. Nền Tây học cho ra đời những ngôi trường mới, hiện đại hơn, từ đó tạo ra lớp trí thức Tây học mới. Mặc dù mục đích của nền giáo dục này là đào tạo con người phục vụ cho chế độ thuộc địa, nhưng đây cũng là một “kênh” đưa giáo dục phương Tây du nhập vào Việt Nam, trong đó có nhập khẩu những mặt tích cực. Các trường như

Trường Bưởi, Quốc học Huế đã trở thành những cơ sở giáo dục giàu truyền thống ở Việt Nam. Trường đại học đầu tiên của Việt Nam đã được xây dựng tại Hà Nội, Trường Mỹ thuật Đông Dương đã đào tạo một thế hệ họa sĩ tài hoa với những tác phẩm có giá trị lớn cho đến tận ngày nay. Các phương pháp học hiện đại, tổ chức lớp học quy mô, vận dụng các phương pháp dạy học trực quan đã được đưa vào các trường học thời Pháp thuộc. Tuy nhiên, nền giáo dục thời Pháp thuộc không phổ biến cho quảng đại quần chúng nhân dân mà chỉ có một số ít con em gia đình giàu có/có điều kiện mới được hưởng nền giáo dục này, còn đa số người dân vẫn mù chữ.

Sau Cách mạng tháng Tám, Chính phủ kịp thời quan tâm đến việc đem giáo dục cho nhân dân, xây dựng một nền giáo dục cho nhân dân. Phong trào Bình dân học vụ xóa mù chữ đã giúp nhiều người dân biết đọc biết viết, đem ánh sáng tri thức lần đầu tiên rơi vào cuộc sống của nhiều người dân nghèo cùng khổ. Chính quyền cách mạng trong điều kiện khó khăn, chiến tranh vẫn chú trọng giáo dục, tạo điều kiện cho trẻ em đến trường, và đưa những học sinh giỏi đi du học để tạo nguồn nhân lực chất lượng góp phần xây dựng đất nước. Các trường học, trong đó có các trường đại học, được thành lập, tạo điều kiện cho nhân dân được có điều kiện học tập. Cuộc chiến tranh khốc liệt đã gây nhiều khó khăn cho việc dạy học, khiến nhiều sinh viên phải tạm dừng học tập, gác bút nghiên lên đường cứu nước, lớp học nhiều nơi phải chuyển xuống hầm, địa đạo, học sinh đi học đội mũ rom, song một thế hệ trí thức miền Bắc xã hội chủ nghĩa vẫn được hình thành, đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và bảo vệ đất nước, góp phần cho thành công của cuộc kháng chiến, giải phóng và thống nhất đất nước.

Sau ngày miền Nam hoàn toàn giải phóng, đất nước thời hậu chiến bộn bề khó khăn, ngành giáo dục cũng đứng trong bối cảnh chung đó. Trường lớp đơn sơ, điều kiện vật chất thiếu thốn, song đội ngũ thầy cô tâm huyết và chương trình học với nội dung nhân văn, tiến bộ đã đào tạo nên thế hệ người lao động cần mẫn đóng góp vào công cuộc phục hồi, xây dựng và bảo vệ đất nước.

Từ khi nước ta bước vào thời kì Đổi mới và Hội nhập, đất nước ta có nhiều cơ hội giao lưu quốc tế, nền kinh tế ngày càng phát triển, đời sống nhân dân ngày càng được cải thiện, cùng với đó ngành giáo dục cũng đứng trước cơ hội phát triển mới. Cơ sở vật chất của giáo dục ngày càng được nâng cấp, nhiều cơ sở giáo dục mới ra đời, công tư đều có. Đội ngũ giáo viên cũng ngày càng được nâng cao trình độ. Đi cùng với đó, phương pháp giáo dục ngày càng được cải tiến theo hướng hiện đại hơn.

Đặc biệt, gần đây, sự bùng nổ của công nghệ mới, đặc biệt là AI, đang tạo nên những biến chuyển mới trong nhiều lĩnh vực của đời sống, trong đó có cả giáo dục, trên phạm vi thế giới và đương nhiên là nước ta cũng không nằm ngoài xu hướng này. Sự xuất hiện và thâm nhập của AI vào giáo dục đang tạo ra những sự thay đổi về phương pháp dạy học. Vậy đó là những thay đổi gì? Những thay đổi này là tích cực hay tiêu cực, và nó cần được điều hướng như thế nào?

Sự thay đổi của phương pháp dạy học trong bối cảnh

bùng nổ AI

Khi trí tuệ nhân tạo xuất hiện trong hoạt động dạy và học, đang tạo ra nhiều biến đổi đáng chú ý:

Thứ nhất, AI đảm nhận việc tìm, lưu trữ và trình bày thông tin, khiến cho việc truyền đạt tri thức không còn là đặc quyền và nhiệm vụ tối cao của người thầy. Do đó, các phương pháp mang tính chất truyền đạt thông tin, kiến thức của người thầy sẽ giảm vai trò. Nói cách khác, AI sẽ đảm nhận một phần nhiệm vụ của người thầy theo phương pháp dạy học truyền thống. Thậm chí, người thầy có thể sử dụng AI để thay mình thực hiện phần “truyền đạt tri thức”. Ví dụ, thầy có thể sử dụng AI để tạo các video clip giảng dạy và phát đi phát lại khi cần thay vì tự mình đứng nói trực tiếp trước lớp.

Trong bối cảnh AI lên ngôi, phần kĩ năng của người học sẽ được bổ sung nhiều kĩ năng liên quan đến khai thác và sử dụng AI. Ví dụ, nhiều sinh viên hiện nay giỏi về dùng Canva AI, Chat GPT...

Do đó, phương pháp dạy học trong bối cảnh bùng nổ AI cần bao gồm việc vận dụng AI trong dạy học, sử dụng AI tham gia vào các hoạt động dạy học như thuyết trình – minh họa.

Thứ hai, AI làm thay đổi mối quan hệ quyền lực giữa thầy và trò. Trò có thể rất giỏi về vận dụng AI, thậm chí giỏi hơn thầy. Do đó, trong học tập, vai trò của người thầy có sự thay đổi. Mối quan hệ thầy trò có thể thay đổi theo hướng cân bằng hơn, mang tính đối thoại hơn, hai bên thầy trò cùng trao đổi và cùng nhau chinh phục, khám phá tri thức. Do đó, phương pháp dạy học hiện nay nên theo hướng hợp tác giữa thầy và trò.

Trong điều kiện đó, để giữ vững vai trò làm thầy, định hướng tri thức và nhân cách cho học trò, người thầy cần đầu tư nhiều hơn và việc tự nâng cao tri thức, sáng tạo tri thức và tổ chức các hoạt động học tập cho người học, đánh giá hiệu quả hoạt động học tập. Thay vì nhấn mạnh vào các phương pháp truyền đạt kiến thức, người thầy cần chú ý đến phương pháp giúp người học tự tìm tòi, tự nghiên cứu. Người thầy đóng vai trò thiết kế, giám sát, đánh giá hoạt động học tập của người học. Nhóm phương pháp về rèn luyện kĩ năng, phương pháp thực hành, phương pháp làm thí nghiệm, các phương pháp trực quan cần được chú trọng. Việc “tầm chương trích cú” hiện nay có thể được AI thực hiện dễ dàng, nên dạy học nên chú trọng vào các hoạt động thực tiễn, chú trọng hình thành kĩ năng cần thiết và thái độ phù hợp. Riêng phần truyền đạt tri thức, người thầy nên đóng vai trò kiểm chứng thông tin, đảm bảo học sinh, sinh viên sử dụng AI tìm ra những tri thức đúng và giúp người học chọn lọc, gạt bỏ những thông tin không chính xác, sai sự thật. Phương pháp dạy học trong thời đại bùng nổ AI cần có sự chú trọng về mặt tổ chức hoạt động học tập, hướng dẫn, giám sát, đánh giá người học, kiểm tra chất lượng tri thức và giáo dục người học về mặt đạo đức.

Thứ ba, hiện nay blended learning đang ngày càng được vận dụng rộng rãi, việc học tập được tổ chức kết hợp giữa lớp học online và lớp học offline. AI có thể được vận dụng để giám sát lớp học, đặc biệt là lớp học offline, tránh tình trạng “học giả” trong lớp học online (giả vờ mở máy tham gia nhưng thực chất là không học).

Như vậy, trong bối cảnh bùng nổ AI, phương pháp dạy học đang tiến tới tích hợp AI. Người thầy cần nắm được cách sử dụng AI và vận dụng AI trong quá trình giảng dạy, tổ chức dạy học. Đã đến lúc cần nghĩ đến khái niệm “phương pháp dạy học tích hợp AI” hoặc “phương pháp dạy học với AI”.

Tuy nhiên, trên thực tế, sử dụng AI trong giáo dục hay các lĩnh vực khác cũng ẩn chứa nhiều vấn đề mang tính chất mặt trái. Khi học sinh ngày càng sử dụng nhiều AI, nguy cơ lạm dụng trí tuệ nhân tạo, lười suy nghĩ sẽ xuất hiện ở một bộ phận người học. Quá dựa dẫm vào AI, quá lười suy nghĩ không thể tạo điều kiện cho sự phát triển tư duy ở người học. Tình trạng sao chép làm thui chột sự sáng tạo. Người thầy nghĩ gì khi một thế hệ đứng trước vấn đề gì cũng đều nhờ AI nghĩ hộ? AI có thể làm gì để góp phần giải quyết những vấn đề nóng bỏng hiện nay như ô nhiễm môi trường, nóng lên toàn cầu, thiên tai, chiến tranh, tội phạm, trầm cảm và tự tử...? Do đó, vai trò của người thầy trong việc kích thích tư duy, suy nghĩ ở học sinh, nuôi dưỡng trái tim giàu tình yêu thương, rèn luyện cho người học những phẩm chất, thói quen tốt vẫn rất cần thiết, không thể trông chờ, ỷ lại ở AI. Bên cạnh những phương pháp dạy học tích hợp AI thì những phương pháp dạy học truyền thống vẫn cần tiếp tục được vận dụng hiệu quả, đặc biệt với các nhóm người học ở những khu vực khó tiếp cận công nghệ. Thậm chí cần cho người học thâm nhập thực tế nhiều hơn, sáng tạo nhiều hơn, sau đó, kết hợp với AI để tạo ra những kết quả học tập tối ưu.

2. Vận dụng AI trong dạy học trên thực tế: một nghiên cứu thử nghiệm

Nghiên cứu được thực hiện với đối tượng phỏng vấn gồm 10 sinh viên thuộc hai nhóm chính: sinh viên sư phạm năm 3 và 4, cùng sinh viên các ngành cử nhân không liên quan trực tiếp đến giảng dạy. Nhóm sinh viên sư phạm gồm 6 người thuộc các chuyên ngành như Sư phạm Toán, Sư phạm Ngữ văn, và Sư phạm Tiểu học. Họ đã trải qua các học phần kiến tập và thực tập, có cơ hội quan sát thực tiễn giảng dạy và tiếp xúc với công nghệ hỗ trợ, bao gồm AI, trong môi trường giảng dạy. Được chọn từ nhiều Trường Đại học khác nhau, nhóm này cung cấp góc nhìn vừa là người học, vừa là người chuẩn bị đảm nhận vai trò giáo viên tương lai.

Nhóm thứ hai gồm 4 sinh viên thuộc các chuyên ngành cử nhân như báo chí – truyền thông, du lịch,... Đây là những sinh viên không liên quan trực tiếp đến giảng dạy, nhưng đã ứng dụng AI trong quá trình tự học và nghiên cứu cá nhân. Nhóm này bổ sung góc nhìn về vai trò của AI đối với người học nói chung, giúp so sánh với nhóm sinh viên sư phạm để đánh giá sự khác biệt trong cách AI ảnh hưởng đến học tập và phát triển kỹ năng.

Tất cả các đối tượng phỏng vấn đều từ năm 3 trở lên, có kinh nghiệm học tập và mức độ tiếp cận công nghệ nhất định, bao gồm sử dụng các công cụ AI như ChatGPT, Grammarly, hoặc Quizlet...

2.1. Thực trạng ứng dụng AI trong dạy và học hiện nay

Hiện nay, việc ứng dụng AI trong dạy và học đã trở thành một xu hướng rõ rệt, người dạy ứng dụng AI chủ yếu tập trung vào giai đoạn chuẩn bị bài giảng thay vì tích hợp

trực tiếp vào quá trình giảng dạy. Giáo viên và sinh viên ngành sư phạm nhận thức rõ ràng về sự hiện diện của AI trong việc nâng cao chất lượng giảng dạy. Sinh viên sư phạm, đặc biệt là những người đã tham gia thực tập tại các Trường trung học, cho rằng AI không chỉ là công cụ hỗ trợ đơn thuần mà còn có thể trở thành yếu tố quan trọng trong việc đổi mới phương pháp dạy học. “*Ứng dụng AI trong dạy học là sử dụng các công cụ như ChatGPT để hỗ trợ xây dựng bài giảng, giúp bài học trở nên phong phú hơn và dễ tiếp cận với học sinh*” (SP1). Mặc dù AI có khả năng hỗ trợ mạnh mẽ trong việc tối ưu hóa quy trình chuẩn bị, nhưng việc ứng dụng trực tiếp trong giảng dạy tại lớp học vẫn còn nhiều hạn chế. “*Trong giai đoạn chuẩn bị bài giảng, các công cụ AI như ChatGPT, DALL-E (vẽ tranh AI) hay các phần mềm tạo video giúp giáo viên tiết kiệm thời gian và nâng cao tính sáng tạo của bài học*” (SP5). Cụ thể, AI có thể giúp tạo ra các slide đẹp mắt, hình ảnh minh họa sinh động, thậm chí tạo các video mô phỏng tình huống dạy học, giúp giảng viên truyền tải kiến thức một cách trực quan và hấp dẫn hơn. Điều này không chỉ giảm thiểu gánh nặng cho giáo viên trong việc soạn giáo án mà còn nâng cao chất lượng bài giảng, giúp học sinh dễ tiếp thu hơn.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy các công cụ AI này chủ yếu được sử dụng để hỗ trợ trong việc soạn thảo nội dung và tạo tài liệu học tập, chứ không phải để thay thế hoàn toàn công việc giảng dạy trực tiếp. Việc ứng dụng AI trong lớp học vẫn còn gặp phải các rào cản, bao gồm cơ sở vật chất chưa đồng bộ, thiếu các thiết bị công nghệ hỗ trợ, và kỹ năng công nghệ của giáo viên chưa đủ mạnh để tận dụng toàn bộ tiềm năng của AI. Chẳng hạn, mặc dù AI có thể tạo ra những bài giảng sinh động và hấp dẫn, nhưng việc sử dụng AI trong lớp học để tổ chức các hoạt động tương tác hoặc áp dụng vào các phương pháp giảng dạy trực tiếp đòi hỏi giáo viên phải có kỹ năng sử dụng công nghệ cao, điều mà không phải giáo viên nào cũng có.

Trong quá trình học tập, AI hiện đang được sử dụng phổ biến trong việc hỗ trợ sinh viên tìm kiếm tài liệu, phân tích dữ liệu, và cải thiện kỹ năng học tập. Thực tế, các công cụ AI như ChatGPT, các ứng dụng tìm kiếm thông minh, hay phần mềm hỗ trợ thiết kế bài giảng đều đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả học tập. Cụ thể, sinh viên sử dụng AI không chỉ để tra cứu thông tin, mà còn để tối ưu hóa cách tiếp cận bài học và phát triển kỹ năng cá nhân. Một sinh viên chia sẻ: “*AI giúp mình luyện tập kỹ năng viết báo cáo và thuyết trình hiệu quả hơn*” (SV1). Câu nói này phản ánh rõ ràng vai trò của AI trong việc hỗ trợ các hoạt động học tập chủ động, giúp sinh viên không chỉ tiếp cận thông tin mà còn có thể nâng cao các kỹ năng mềm như viết, thuyết trình và giao tiếp. Ngoài việc hỗ trợ học tập thông qua tài liệu, AI còn giúp sinh viên làm việc nhanh hơn và đưa ra những ý tưởng độc đáo, như được phản ánh trong chia sẻ của một sinh viên khác: “*AI hỗ trợ mình làm việc nhanh hơn và đưa ra những ý tưởng độc đáo*” (SV2). Việc AI có thể gợi ý những phương pháp học hiệu quả, cung cấp các bài tập mẫu, và thậm chí trả lời các câu hỏi của sinh viên, đã mang lại một công cụ hỗ trợ học tập vô cùng tiện ích. Các sinh viên có thể sử dụng AI không chỉ như một công cụ tìm kiếm, mà còn là một người trợ lý thông minh, có thể giúp họ giải đáp thắc mắc và cung cấp

phản hồi ngay lập tức. Điều đáng chú ý là AI không chỉ là công cụ hỗ trợ ngoài lớp học mà còn có thể được sử dụng trực tiếp trong lớp học. Sinh viên có thể tương tác với AI ngay trong giờ học, nơi AI có thể đặt câu hỏi cho sinh viên để họ có góc nhìn đa chiều, sâu hơn về vấn đề của mình và thậm chí đánh giá kết quả trả lời của học viên. Việc này tạo ra một môi trường học tập có sự tương tác, khuyến khích sự tham gia và tư duy phản biện của sinh viên. Một số ứng dụng AI có thể tạo ra những câu hỏi trắc nghiệm tự động, cung cấp phản hồi tức thì, hoặc thậm chí đánh giá tiến trình học tập của sinh viên qua các bài tập, giúp người học theo dõi quá trình tiến bộ của mình. *“AI cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thiết kế tài liệu học tập, bao gồm các slide bài giảng, hình ảnh minh họa, âm thanh, và video sinh động, giúp sinh viên dễ dàng tiếp thu kiến thức một cách trực quan hơn”* (SV5). Việc AI hỗ trợ tạo các hình ảnh, video, và âm thanh có thể làm cho bài học trở nên sinh động, dễ hiểu hơn, giúp sinh viên hình dung các khái niệm trừu tượng một cách rõ ràng và sinh động. Những công cụ này giúp người học tối ưu hóa việc tiếp cận kiến thức, từ việc hiểu sâu sắc các vấn đề học thuật cho đến việc luyện tập kỹ năng thông qua các hoạt động tương tác.

Nhìn chung, AI đã xuất hiện và góp phần tối ưu hóa quá trình dạy và học hiện nay, tạo ra những chuyển biến đáng kể trong cả phương pháp giảng dạy và học tập. Việc áp dụng AI giúp người dạy tiết kiệm thời gian trong việc soạn giảng, thiết kế bài học và cung cấp các công cụ hỗ trợ học sinh tương tác hiệu quả hơn. Đồng thời, AI cũng mang đến cho sinh viên những công cụ hữu ích trong việc tìm kiếm tài liệu, phân tích dữ liệu, và nâng cao kỹ năng học tập thông qua các phương pháp cá nhân hóa. Tuy nhiên, việc ứng dụng AI vẫn còn ở mức độ giới hạn, chủ yếu tập trung vào khâu chuẩn bị bài giảng và hỗ trợ học tập ngoài lớp học. Các thách thức về cơ sở vật chất, kỹ năng công nghệ của người dạy và học vẫn là những yếu tố cần được cải thiện để AI có thể phát huy tối đa tiềm năng trong giáo dục.

2.2. Thay đổi trong phương pháp dạy và học từ khi AI bùng nổ

Trước khi AI bắt đầu phổ biến trong giáo dục, phương pháp dạy và học chủ yếu được xây dựng trên nền tảng truyền thống, với giáo viên là người chủ động dẫn dắt lớp học. Nội dung bài giảng, hình thức tổ chức lớp học và các hoạt động học tập phần lớn không có sự thay đổi lớn và ít sự linh hoạt. Học sinh chủ yếu tiếp thu kiến thức qua các hình thức giảng dạy một chiều, dựa vào sách giáo khoa và giáo viên là nguồn duy nhất cung cấp thông tin. Mọi hoạt động học tập, từ chuẩn bị bài đến kiểm tra, đều diễn ra theo cách thức truyền thống, khiến cho quá trình học trở nên đơn điệu và ít sự tương tác. Tuy nhiên, sự xuất hiện của AI trong giáo dục đã tạo ra sự chuyển mình mạnh mẽ trong phương pháp dạy và học. Các sinh viên sư phạm, với nền tảng kiến thức chuyên môn và kinh nghiệm thực tế từ các đợt thực tập, đã nhận ra rằng AI có thể hỗ trợ và thậm chí đổi mới phương pháp giảng dạy của họ. Thay vì chỉ dùng AI như một công cụ phụ trợ đơn giản, họ nhìn nhận AI như một phần quan trọng giúp tăng cường hiệu quả giảng dạy. *“Sử dụng AI không chỉ giúp soạn bài nhanh chóng mà còn làm bài giảng thêm sinh động, giúp học sinh dễ dàng tiếp cận kiến thức hơn”* (SP3).

“Trước kia, việc soạn bài giảng là công việc tốn thời gian và dựa chủ yếu vào tài liệu sẵn có. Tuy nhiên, với sự trợ giúp của AI, việc này đã trở nên nhanh chóng và hiệu quả hơn. Sinh viên có thể tận dụng các công cụ AI để tìm kiếm tài liệu, phân tích dữ liệu, và thậm chí thiết kế các bài giảng sáng tạo, bao gồm hình ảnh, video và các hoạt động học tương tác” (SP4). Tuy nhiên, mức độ áp dụng AI vào giảng dạy vẫn còn hạn chế, chủ yếu ở khâu chuẩn bị bài giảng, còn việc ứng dụng trực tiếp trong lớp học vẫn chưa phổ biến rộng rãi. Điều này có thể được lý giải bởi sự thiếu hụt về cơ sở vật chất và trình độ công nghệ của giáo viên tại các trường thực tập. Trong môi trường thực tế, các sinh viên sư phạm cũng nhận thức rõ sự thay đổi trong phương pháp giảng dạy khi áp dụng AI. Việc tích hợp công nghệ không chỉ giúp nâng cao chất lượng bài giảng mà còn tạo cơ hội cho các phương pháp giảng dạy mới, lôi cuốn học sinh hơn. *“Giáo viên có thể sử dụng AI để xây dựng bài học hấp dẫn hơn và tránh tình trạng học sinh mất tập trung trong lớp”* (SP1). Các trò chơi giáo dục và bài kiểm tra trực tuyến thông minh là một trong những ứng dụng AI giúp giáo viên tổ chức lớp học sinh động hơn, đồng thời thúc đẩy sự tương tác và sự tham gia của học sinh trong quá trình học.

Trước đây, sinh viên chủ yếu dựa vào giáo viên và tài liệu học tập truyền thống, nếu sử dụng internet sẽ tìm kiếm và truy cập tại các kênh trên nền tảng Google, tuy nhiên khá mất thời gian và cần chọn lọc thông tin giữa rất nhiều nguồn thông tin khác nhau. Với sự hỗ trợ của AI trong những năm gần đây, họ có thể tự học và kiểm tra kiến thức một cách linh hoạt và chủ động hơn. *“AI giúp mình luyện tập kỹ năng viết báo cáo và thuyết trình hiệu quả hơn. Nó giúp mình tạo ra các đề tài báo cáo và cung cấp những gợi ý bổ ích mà mình chưa nghĩ tới”* (SV1). Điều này cho thấy AI không chỉ giúp sinh viên trong việc tiếp thu kiến thức mà còn hỗ trợ họ phát triển các kỹ năng học tập quan trọng, đặc biệt là trong việc tạo ra các sản phẩm học tập như báo cáo, thuyết trình. AI còn giúp cá nhân hóa quá trình học tập, mang lại những phản hồi tức thì và các bài tập tự động phù hợp với nhu cầu học của từng sinh viên. *“Mình có thể tìm kiếm tài liệu, phân tích dữ liệu và nhận phản hồi nhanh chóng về các bài tập mình làm. Điều này giúp mình học hiệu quả hơn mà không cần chờ đợi lâu”* (SV3). Đây là một điểm mạnh lớn của AI, khi nó giúp sinh viên tiết kiệm thời gian và có thể nhanh chóng điều chỉnh lỗi sai trong quá trình học. Bên cạnh đó, việc AI giúp sinh viên tự thiết lập lộ trình học và kiểm tra kiến thức thông qua các bài tập tự động và các câu hỏi phản hồi giúp tăng tính chủ động. Sinh viên đã có thể học chủ động hơn, kiểm tra kiến thức nhanh chóng, và cải thiện hiệu quả học tập nhờ AI. Tuy nhiên, việc kết hợp giữa công nghệ và các phương pháp truyền thống vẫn là yếu tố quan trọng giúp tối ưu hóa quá trình học.

Nhìn chung, AI đã bắt đầu thay đổi phương pháp dạy và học theo hướng linh hoạt, sáng tạo và cá nhân hóa hơn. Cả phương pháp dạy và phương pháp học đều đã có những bước thay đổi. Họ đã có thể học chủ động hơn, học viên kiểm tra kiến thức nhanh chóng, và cải thiện hiệu quả học tập nhờ AI. Còn giáo viên lại bắt đầu tối ưu được quy trình chuẩn bị cho việc giảng dạy, truyền đạt khiến thức đến học

sinh, sinh viên một các hiệu quả nhất. Tuy nhiên, việc kết hợp giữa công nghệ và các phương pháp truyền thống vẫn là yếu tố quan trọng giúp tối ưu hóa quá trình học. Bởi việc áp dụng AI vào giảng dạy vẫn gặp phải nhiều khó khăn và thách thức, đặc biệt là về cơ sở vật chất và trình độ công nghệ của giáo viên.

2.3. Đánh giá về ứng dụng AI trong dạy và học hiện nay

2.3.1. Thuận lợi

Ứng dụng AI trong dạy và học mang đến những thuận lợi rõ rệt, đặc biệt là trong việc nâng cao hiệu quả giảng dạy và học tập. AI không chỉ giúp giảm bớt khối lượng công việc cho giáo viên mà còn cung cấp nhiều công cụ hỗ trợ mạnh mẽ cho người học. Giáo viên có thể tận dụng AI để thiết kế bài giảng sáng tạo, giúp bài học thêm sinh động và dễ tiếp cận hơn. Một sinh viên ngành Sư phạm chia sẻ: *“AI giúp mình thiết kế bài giảng dễ dàng hơn, có thể đưa ra các gợi ý sáng tạo về cách thức truyền tải kiến thức một cách sinh động”* (SP4, SP1). Việc sử dụng AI để tạo hình ảnh, video, hoặc thậm chí là những slide bài giảng bắt mắt giúp các buổi học trở nên hấp dẫn, từ đó thu hút sự chú ý của học sinh và tạo không gian học tập năng động, hiệu quả hơn.

Đối với người học, AI mang đến sự hỗ trợ rất tốt trong việc tìm kiếm tài liệu học tập, phân tích dữ liệu và tự kiểm tra kiến thức của mình. *“AI giúp mình trả lời nhanh chóng các câu hỏi khó, tìm kiếm tài liệu và gợi ý cách giải quyết bài tập hiệu quả”* (SV3). AI không chỉ hỗ trợ sinh viên trong việc giải bài tập mà còn giúp họ nâng cao khả năng tự học, phát triển kỹ năng độc lập. AI còn giúp cá nhân hóa quá trình học, giúp sinh viên tự điều chỉnh tốc độ học tập và cải thiện kỹ năng một cách chủ động. Điều này cho phép người học tiếp cận kiến thức nhanh chóng và dễ dàng hơn so với trước đây.

Ngoài ra, người trẻ hiện nay tiếp cận AI một cách nhanh chóng và đa dạng. Họ sử dụng AI như một công cụ không thể thiếu trong việc học tập và nghiên cứu. Việc làm quen với các ứng dụng công nghệ này từ sớm giúp họ phát triển kỹ năng số và khả năng sử dụng công nghệ trong cuộc sống và công việc. Sinh viên, đặc biệt là những người trong các ngành như Công nghệ thông tin, Kinh tế hay Sư phạm,... có thể áp dụng AI trong hầu hết các hoạt động học tập của mình, từ việc tìm kiếm thông tin đến việc phân tích dữ liệu hoặc tạo các bài thuyết trình sinh động. Chính nhờ vào sự phát triển và dễ dàng tiếp cận của công nghệ AI, người học hiện nay có thể tận dụng tối đa những lợi ích mà công nghệ này mang lại, giúp tối ưu hóa quá trình học và nghiên cứu.

2.3.2. Thách thức

Mặc dù AI mang lại nhiều lợi ích, nhưng việc sử dụng công nghệ này cũng đặt ra một số thách thức. Một sinh viên đã cảnh báo về việc lạm dụng công nghệ: *“Việc lạm dụng AI dẫn đến nhiều giáo viên và học sinh ý lại, từ đó mất đi kiến thức nền, khiến chất lượng dạy và học giảm sút”* (SP3). Việc thiếu kỹ năng kiểm soát và sử dụng AI đúng cách có thể làm giảm tính hiệu quả của phương pháp giảng dạy. Do đó, việc hướng dẫn sử dụng AI sao cho phù hợp và cân bằng giữa công nghệ và phương pháp truyền thống là điều quan trọng. Một sinh viên cũng cho rằng: *“Giáo viên không nên cấm cản học sinh sử dụng AI mà cần hướng*

dẫn cách sử dụng AI phù hợp” (SP2).

Hơn nữa, việc sử dụng AI quá mức có thể dẫn đến sự phụ thuộc vào công nghệ, điều này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tư duy độc lập của người học. Mặc dù AI có thể hỗ trợ giải quyết các vấn đề phức tạp và cung cấp thông tin nhanh chóng, nếu quá lạm dụng, người học sẽ dần mất đi khả năng tự mình phân tích và sáng tạo. Một sinh viên chia sẻ: *“Mình nhận thấy rằng nhiều học sinh và sinh viên quá dựa vào AI khi làm bài tập, điều này có thể làm họ thiếu đi sự sáng tạo và khả năng phân tích độc lập”* (SV2). Khi AI trở thành công cụ giải quyết gần như mọi vấn đề, người học có thể mất đi kỹ năng tư duy phản biện và phát triển tư duy sáng tạo, những yếu tố quan trọng trong quá trình học tập và phát triển bản thân.

Ngoài ra, các công cụ AI miễn phí thường không đảm bảo chất lượng ổn định, cũng như thông tin mà AI cung cấp không phải lúc nào cũng chính xác. Điều này có thể dẫn đến việc người dạy và người học vô tình sử dụng dữ liệu sai lệch hoặc thiếu sót, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng bài giảng và hiệu quả học tập. *“Các công cụ AI đôi khi không đủ an toàn, và chúng ta cần phải đảm bảo rằng thông tin cá nhân không bị lạm dụng”* (SV1). Vấn đề này càng trở nên nghiêm trọng khi AI có thể thu thập và xử lý một lượng lớn thông tin cá nhân của người dùng. Nếu không có sự kiểm soát nghiêm ngặt, có thể xảy ra những rủi ro về xâm phạm quyền riêng tư, hoặc thậm chí là lạm dụng dữ liệu cá nhân, gây ra lo ngại về bảo mật và đạo đức trong việc sử dụng AI. Sự thiếu minh bạch và quy trình bảo vệ thông tin cá nhân có thể làm giảm sự tin tưởng của người dùng đối với các công nghệ này, ảnh hưởng đến việc áp dụng AI trong giáo dục một cách bền vững. Vì sử dụng quá mức, có thể sẽ dẫn đến một bộ phận người học hỏng kiến thức, lệ thuộc vào AI kể cả trong những kỳ thi, bài kiểm tra, khiến cho sự đánh giá năng lực học sinh và sinh viên trở nên thiếu công bằng. Việc sử dụng AI để làm bài kiểm tra hay bài thi có thể dẫn đến tình trạng gian lận, làm giảm tính trung thực trong quá trình học tập. Do đó, các cơ sở giáo dục cần phải xây dựng các quy định và nguyên tắc chặt chẽ để kiểm soát việc sử dụng AI trong các kỳ thi, bảo đảm tính minh bạch và công bằng trong việc đánh giá kết quả học tập.

2.4. Khuyến nghị

Đối với người học: để ứng dụng AI vào học tập hiệu quả, người học cần chủ động và kết hợp công nghệ với phương pháp truyền thống. AI nên được xem như công cụ hỗ trợ, giúp tạo bài tập tự động, lập kế hoạch học tập, hoặc cung cấp phản hồi tức thì, thay vì thay thế hoàn toàn việc tự học. Quan trọng hơn, người học cần kiểm chứng thông tin do AI cung cấp và sử dụng nó như một nguồn tham khảo, tránh phụ thuộc hoàn toàn để giữ vững tư duy độc lập. Kết hợp AI với phương pháp học truyền thống sẽ giúp người học phát triển toàn diện. Thảo luận nhóm, nghiên cứu độc lập và thực hành sáng tạo là những cách tiếp cận hiệu quả để rèn luyện kỹ năng phản biện và sáng tạo. Trong khi AI hỗ trợ tối ưu hóa việc học, các hoạt động trực tiếp vẫn cần thiết để phát triển kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm. Đồng thời, người học cần trang bị kỹ năng sử dụng công nghệ và hiểu rõ giới hạn của AI, bao gồm tính chính

xác và rủi ro từ thông tin sai lệch. Rèn luyện khả năng đánh giá thông tin, đặt câu hỏi sâu hơn, và tìm kiếm giải pháp sáng tạo là cách để vượt qua giới hạn của AI.

Đối với *giáo viên*: cần chủ động học hỏi và nâng cao kỹ năng sử dụng công nghệ. Trước hết, cần tham gia các khóa đào tạo hoặc hội thảo chuyên đề để thành thạo các công cụ AI như ChatGPT, Grammarly, hay các nền tảng hỗ trợ giáo dục khác. Việc tích hợp AI vào giảng dạy nên được thực hiện thông qua các hoạt động cụ thể như cá nhân hóa quá trình học tập, xây dựng bài giảng sinh động, hoặc tự động hóa các công việc hành chính như quản lý điểm số hay soạn báo cáo. Tuy nhiên, giáo viên cần duy trì sự cân bằng giữa công nghệ và phương pháp truyền thống. Các buổi học tập trung vào tương tác trực tiếp, như thảo luận nhóm, đặt câu hỏi mở, hay chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn, vẫn cần được ưu tiên để phát triển kỹ năng mềm và khả năng tư duy phản biện của học sinh. Giáo viên cũng đóng vai trò hướng dẫn học sinh sử dụng AI đúng cách, đảm bảo học sinh nhận thức được các rủi ro như thông tin sai lệch hoặc phụ thuộc quá mức vào công nghệ. Ngoài ra, giáo viên cần đặt trọng tâm vào việc phát triển tri thức mới thông qua nghiên cứu, đặt câu hỏi và đổi mới nội dung giảng dạy dựa trên thực tế. Việc kiểm soát nội dung do AI cung cấp, kết hợp với khả năng sáng tạo của bản thân, sẽ giúp giáo viên truyền tải kiến thức sâu sắc và có giá trị hơn. Cuối cùng, giáo viên cần xây dựng cộng đồng học tập, chia sẻ kinh nghiệm ứng dụng AI với đồng nghiệp và học hỏi từ các chương trình tiên tiến trên thế giới để không ngừng cải thiện chất lượng giáo dục. Bằng cách này, giáo viên sẽ không chỉ tận dụng được tiềm năng của AI mà còn duy trì vai trò trung tâm trong việc dẫn dắt và định hướng học sinh khám phá tri thức một cách toàn diện.

Đối với *ban lãnh đạo, quản lý*: để khai thác tối đa tiềm năng của AI trong giáo dục, các cơ sở giáo dục cần đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở vật chất và hạ tầng công nghệ, đảm bảo rằng tất cả học sinh và giáo viên đều có thể tiếp cận công nghệ này một cách bình đẳng. Các nhà quản lý cần thúc đẩy chương trình đào tạo liên tục về AI cho giáo viên và học sinh, sinh viên, giúp họ sử dụng công nghệ này hiệu quả và có trách nhiệm. Đặc biệt, việc thiết lập các chính sách bảo mật dữ liệu và bảo vệ quyền riêng tư là vô cùng quan trọng để giảm thiểu các rủi ro về đạo đức và bảo mật trong quá trình sử dụng AI. Ngoài ra, các cơ sở giáo dục cần chủ động giám sát và đánh giá việc áp dụng AI trong giảng dạy và học tập để đảm bảo rằng công nghệ này không dẫn đến sự lệ thuộc quá mức và ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình phát triển kỹ năng của học sinh và giáo viên. Cần có một quy trình kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh để đảm

bảo việc áp dụng AI luôn đi kèm với lợi ích thực sự cho người học và người dạy.

3. Kết luận

Dạy học với AI là một bước tiến mới theo xu hướng phát triển chung của xã hội và của nền giáo dục, giúp cho giáo dục Việt Nam ngày càng tiên tiến hơn và bắt kịp với sự phát triển của giáo dục thế giới. Thực tế cho thấy AI đang ngày càng được vận dụng rộng rãi hơn trong giáo dục vì những giá trị và sự tiện dụng của nó. AI đang tạo ra những thay đổi đáng kể trong phương pháp dạy học, khiến việc tổ chức dạy học, tương tác giữa thầy và trò, phương pháp truyền đạt tri thức, phương pháp kiểm luyện tập, kiểm tra đánh giá ...chuyển đổi theo hướng đa dạng hơn, tăng khả năng tiếp cận và phục vụ người học hơn. Tuy nhiên, người thầy cần lưu ý những mặt hạn chế của phương pháp dạy học với AI và tìm cách khắc phục, hạn chế những vấn đề này, đặc biệt sử dụng hợp lý nhưng tránh sự lạm dụng AI, tránh bị AI chi phối và phải đảm bảo tôn trọng các quy định pháp luật liên quan như các Luật về bảo mật thông tin, bản quyền... Vai trò của những phương pháp dạy học truyền thống vẫn là không thể phủ nhận và do đó những phương pháp này cần tiếp tục được sử dụng với sự kết hợp AI để cải thiện và phát huy tác dụng. Người thầy nên luôn giữ vai trò đầu tàu năng động, dù dạy học bằng phương pháp nào, có kết hợp AI hay không thì đều hướng đến đạt kết quả cao nhất là giúp người học đạt được những tri thức hữu ích, rèn luyện được những kỹ năng và phẩm chất cần thiết và hình thành thái độ sống, hành xử đúng đắn với bản thân, gia đình và xã hội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Đinh Thị Mỹ Hạnh & Trần Văn Hưng, “*Tri tuệ nhân tạo trong giáo dục: cơ hội và thách thức đến tương lai của việc dạy và học ở trường đại học*”, Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Đà Nẵng, Vol. 19, No.2, tr. 38-42, 2021.

[2] Haley Phan, “*Tắt nã, mở chat GPT*”, VnExpress, 2025. Available:<https://vnexpress.net/tat-nao-mo-chatgpt-4878891.html>, ngày truy cập: 28/4/2025.


[3] Lê Quang Sơn & Bùi Văn Vân, *Giáo trình lý luận dạy học đại học*, NXB Đại học Đà Nẵng, 2020.


[4] Nguyễn Quang Ngọc, *Tiến trình lịch sử Việt Nam*, NXB Giáo dục, 2000.

[5] Trần Thúy Hiền & Trần Thị Hòa, “*Xu hướng chuyển biến trong phương thức truyền thông của người Việt Nam từ thời kì thuộc địa*”, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học quốc tế Văn hóa và Giáo dục lần thứ III (ICCE 2022): Giao lưu văn hóa, giáo dục Pháp – Việt – Nhật: lịch sử và phát triển, trang 75-88, NXB Đại học Huế, 2023.

[6] Trinh Phương Quân, “*AI và thoái hóa tư duy*”, VnExpress, 2025. Available: <https://vnexpress.net/ai-va-tohai-hoa-tu-duy-4885542.html> ngày truy cập: 18/5/2025.

Thông tin về tác giả

	<p>Trần Thị Hòa</p> <p>Tốt nghiệp Thạc sĩ ngành Truyền thông (2005) và Tiến sĩ (2017) tại Đại học University of Queensland, Australia</p> <p>Hiện là giảng viên ngành Báo chí – Truyền thông tại Khoa Ngữ văn – Truyền thông, Trường Đại học Sư phạm – Đại học Đà Nẵng</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: Lý thuyết truyền thông, xã hội số và văn hóa số</p> <p>Điện thoại: 0853975465</p>
---	--

	<p>Trần Thị Diễm My</p> <p>Sinh viên ngành Báo chí – Truyền thông tại Khoa Ngữ văn – Truyền thông, Trường Đại học Sư phạm – Đại học Đà Nẵng</p> <p>Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông số</p> <p>Điện thoại: 0353259260</p>
--	---

NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI VIỆC PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC SỐ CHO SINH VIÊN VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

ISSUES ARISING IN DEVELOPING DIGITAL COMPETENCIES FOR VIETNAMESE STUDENTS IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

*Nguyễn Thị Thanh Hải, Trần Văn Hiếu, Đặng Văn Khoa**

Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh

*Nguyen Thi Thanh Hai, Tran Van Hieu, Dang Van Khoa**

Ho Chi Minh City University of Education; dangvankhoa@hcmue.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Dang Van Khoa (email: dangvankhoa@hcmue.edu.vn)*

Tóm tắt - Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và xu thế chuyển đổi số đang diễn ra sâu rộng trên toàn cầu và tại Việt Nam, việc trang bị và phát triển năng lực số cho sinh viên trở thành một yêu cầu cấp thiết và mang tính chiến lược. Năng lực số không chỉ đơn thuần là kỹ năng sử dụng thành thạo các công cụ, phần mềm công nghệ thông tin, mà còn bao gồm khả năng tìm kiếm, đánh giá, tổng hợp, sử dụng, sáng tạo và chia sẻ thông tin một cách hiệu quả, an toàn và có đạo đức trên môi trường mạng. Sinh viên được trang bị tốt năng lực số sẽ có lợi thế cạnh tranh vượt trội trên thị trường lao động ngày càng số hóa, dễ dàng thích ứng với những thay đổi nhanh chóng của công nghệ và môi trường làm việc hiện đại. Hơn nữa, đây là nền tảng quan trọng để họ tham gia tích cực vào nền kinh tế số, xã hội số, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững và nâng cao vị thế của quốc gia. Do đó, đầu tư vào phát triển năng lực số cho sinh viên chính là đầu tư cho tương lai, đảm bảo nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu của thời đại.

Abstract - In the context of the Fourth Industrial Revolution and the digital transformation trend taking place globally and in Vietnam, equipping and developing digital capacity for students has become an urgent and strategic requirement. Digital capacity is not simply the ability to proficiently use information technology tools and software, but also includes the ability to search, evaluate, synthesize, use, create and share information effectively, safely and ethically in the online environment. Students who are well equipped with digital capacity will have a competitive advantage in the increasingly digital labor market, easily adapting to rapid changes in technology and the modern working environment. Moreover, this is an important foundation for them to actively participate in the digital economy and digital society, contributing to promoting sustainable development and enhancing the position of the country. Therefore, investing in developing digital capacity for students is investing in the future, ensuring high-quality human resources to meet the requirements of the times.

Từ khóa - chuyển đổi số, đào tạo, năng lực, sáng tạo, sinh viên

Keywords - digital transformation, training, capacity, innovation, students

1. Đặt vấn đề

Ngày 03/6/2020, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia nhằm mở ra một hướng phát triển mới tạo ra các giá trị mới, ngoài các giá trị truyền thống vốn có. “Chuyển đổi số là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất dựa trên các công nghệ số” [2].

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0), với sự hội tụ của các công nghệ đột phá như Trí tuệ nhân tạo (AI), Internet vạn vật (IoT), Dữ liệu lớn (Big Data) và Điện toán đám mây, đang định hình lại sâu sắc mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội toàn cầu, đặt ra những yêu cầu mới và thách thức lớn đối với nguồn nhân lực tương lai, đặc biệt là thế hệ sinh viên Việt Nam. Để không chỉ thích ứng mà còn chủ động nắm bắt cơ hội và đóng góp vào sự phát triển của đất nước trong bối cảnh chuyển đổi số, sinh viên cần trang bị một tổ hợp đa dạng các phẩm chất và năng lực, trong đó năng lực số nổi lên như một yếu tố then chốt và có tính chất nền tảng. Theo UNESCO, năng lực số được hiểu “khả năng truy cập, quản lý, hiểu, kết hợp, giao tiếp, đánh giá và sáng tạo thông tin một cách an toàn và phù hợp

thông qua công nghệ số để phục vụ cho các công việc từ đơn giản đến phức tạp cũng như khởi nghiệp. Năng lực số là tổng hợp của năng lực sử dụng máy tính, năng lực công nghệ thông tin, năng lực thông tin và năng lực truyền thông” [3].

Trước hết, bên cạnh những phẩm chất đạo đức cốt lõi như trung thực, trách nhiệm và tinh thần dân tộc, sinh viên cần rèn luyện tư duy phản biện sắc bén và khả năng giải quyết vấn đề phức tạp. CMCN 4.0 tạo ra một môi trường biến đổi không ngừng với lượng thông tin khổng lồ và các vấn đề đa chiều, đòi hỏi khả năng phân tích, đánh giá thông tin một cách khách quan, nhận diện bản chất vấn đề và đưa ra các giải pháp sáng tạo, hiệu quả. Tính linh hoạt, khả năng thích ứng nhanh với sự thay đổi và tinh thần học hỏi suốt đời cũng là những phẩm chất không thể thiếu. Công nghệ liên tục cập nhật, kiến thức nhanh chóng lạc hậu, do đó, sinh viên phải có thái độ cởi mở, sẵn sàng tiếp thu cái mới, tự giác trau dồi kiến thức và kỹ năng để không bị tụt hậu. Năng lực giao tiếp hiệu quả và khả năng cộng tác tốt trong môi trường đa dạng, kể cả môi trường làm việc ảo, cũng ngày càng trở nên quan trọng để phối hợp giải quyết các bài toán lớn.

Tuy nhiên, điểm nhấn đặc biệt và là yêu cầu bức thiết nhất trong bối cảnh CMCN 4.0 chính là năng lực số. Đây không còn đơn thuần là kỹ năng tin học văn phòng cơ bản hay khả năng sử dụng internet. Năng lực số trong thời đại mới bao hàm một phổ rộng hơn nhiều: từ khả năng tìm kiếm, chọn lọc, đánh giá độ tin cậy và tổng hợp thông tin từ các nguồn số không lồ (Information Literacy); đến năng lực phân tích, diễn giải dữ liệu để đưa ra quyết định (Data Literacy); khả năng sử dụng thành thạo các công cụ số để giao tiếp, cộng tác, học tập và làm việc hiệu quả; năng lực sáng tạo nội dung số (văn bản, hình ảnh, video...) phù hợp với các nền tảng khác nhau; và đặc biệt là ý thức, kỹ năng đảm bảo an toàn, an ninh mạng, bảo vệ dữ liệu cá nhân và hành xử có văn hóa, đạo đức trên không gian mạng. Sinh viên cần hiểu các nguyên tắc cơ bản về cách thức hoạt động của thuật toán, AI, và cách công nghệ định hình xã hội. Cùng với đó, là việc xây dựng và bồi dưỡng văn hóa số (digital culture) cho thanh niên, sinh viên để góp phần đào tạo thế hệ trẻ Việt Nam trở thành những “công dân số” có trách nhiệm, làm việc và ứng xử chuẩn mực trong đời sống xã hội và trên không gian mạng. Việc thiếu hụt năng lực số sẽ là một rào cản lớn, khiến sinh viên gặp khó khăn trong học tập, nghiên cứu và đặc biệt là mất lợi thế cạnh tranh nghiêm trọng khi gia nhập thị trường lao động đang được số hóa mạnh mẽ.

Tóm lại, để thành công trong cuộc CMCN 4.0, sinh viên Việt Nam cần hội tụ một cách hài hòa giữa các phẩm chất đạo đức nền tảng, năng lực tư duy bậc cao (phân biện, sáng tạo, giải quyết vấn đề), kỹ năng mềm thiết yếu (giao tiếp, hợp tác, thích ứng) và đặc biệt là một nền tảng năng lực số vững chắc và toàn diện. Việc đầu tư phát triển đồng bộ các yếu tố này, với năng lực số là trọng tâm xuyên suốt, chính là chìa khóa để thế hệ trẻ Việt Nam tự tin hội nhập, kiến tạo tương lai và đưa đất nước tiến nhanh, bền vững trong kỷ nguyên số.

2. Những thuận lợi và khó khăn nổi bật trong việc phát triển năng lực số cho sinh viên Việt Nam trong bối cảnh hiện nay

2.1. Thuận lợi

Trong kỷ nguyên số hóa toàn cầu và cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ, năng lực số không còn là một lựa chọn mà đã trở thành yêu cầu thiết yếu đối với mọi công dân, đặc biệt là thế hệ trẻ - những người chủ tương lai của đất nước. Sinh viên Việt Nam hiện nay đang đứng trước nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển và nâng cao năng lực số của bản thân, tạo nền tảng vững chắc cho học tập, nghiên cứu và sự nghiệp sau này.

Trước hết, không thể không nhắc đến sự quan tâm và đầu tư mạnh mẽ từ phía Đảng và Nhà nước. Chủ trương đẩy mạnh chuyển đổi số quốc gia, với mục tiêu kép vừa phát triển Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, vừa hình thành các doanh nghiệp công nghệ số Việt Nam có năng lực đi ra toàn cầu, đã tạo ra một môi trường vĩ mô hết sức thuận lợi. Các chiến lược, đề án cụ thể như Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, hay Đề án “Nâng cao nhận thức, phổ cập kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” (Đề án 1677)

đã và đang được triển khai tích cực. Điều này không chỉ nâng cao nhận thức xã hội về tầm quan trọng của năng lực số mà còn tạo ra các chương trình, nguồn lực hỗ trợ trực tiếp cho sinh viên trong quá trình học tập và rèn luyện kỹ năng này.

Bên cạnh đó, sự phát triển vượt bậc của hạ tầng công nghệ thông tin và viễn thông là một lợi thế không thể phủ nhận. Tỷ lệ người dân sử dụng mạng, đặc biệt là mạng băng thông rộng và mạng di động 4G, 5G ngày càng tăng cao. Điện thoại thông minh và máy tính cá nhân trở nên phổ biến hơn trong giới sinh viên. Điều này tạo điều kiện vật chất cơ bản để sinh viên dễ dàng tiếp cận thông tin, tham gia các khóa học trực tuyến, sử dụng các công cụ số phục vụ học tập, nghiên cứu và tương tác xã hội. Khả năng truy cập mạng mọi lúc, mọi nơi giúp sinh viên không bị giới hạn trong không gian lớp học truyền thống, mở ra cơ hội học hỏi vô tận từ các nguồn tài nguyên số phong phú trên toàn cầu.

Môi trường giáo dục đại học cũng đang có những chuyển biến tích cực để đáp ứng yêu cầu của thời đại số. Nhiều trường đại học, cao đẳng đã chủ động tích hợp các nội dung về kỹ năng số, công nghệ thông tin vào chương trình đào tạo, không chỉ cho các ngành kỹ thuật mà còn cho cả các ngành khoa học xã hội và nhân văn. Phương pháp giảng dạy và học tập cũng dần thay đổi theo hướng ứng dụng công nghệ nhiều hơn, từ việc sử dụng các hệ thống quản lý học tập (LMS), nền tảng học trực tuyến (E-learning), đến việc khuyến khích sinh viên sử dụng các phần mềm chuyên dụng, công cụ tìm kiếm, phân tích dữ liệu và cộng tác trực tuyến. Sự chuyển đổi này giúp sinh viên làm quen và thành thạo với các công cụ số ngay trong quá trình học tập. Chính vì vậy, “chúng ta nhận thấy các cơ sở giáo dục đại học đã đóng góp tích cực và góp phần cho sự gia tăng kiến thức và kỹ năng đối với thế hệ trẻ thông qua chuyển tải nhận thức của họ trong quá trình giáo dục đại học để chuẩn bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng đáp ứng nhu cầu thị trường lao động tham gia thị trường lao động” [4].

Cuối cùng, chính đặc điểm của thế hệ sinh viên Việt Nam hiện nay – năng động, sáng tạo, ham học hỏi và có khả năng thích ứng nhanh với công nghệ mới – là một yếu tố thuận lợi quan trọng. Là những “công dân số” sinh ra và lớn lên trong thời đại Internet bùng nổ, sinh viên có sự nhạy bén tự nhiên với công nghệ. Họ không chỉ dễ dàng tiếp thu kiến thức, kỹ năng số mà còn có khả năng tự học, tự tìm tòi, khám phá các ứng dụng, nền tảng mới. Sự phát triển của các cộng đồng trực tuyến, diễn đàn chia sẻ kiến thức cũng tạo môi trường để sinh viên giao lưu, học hỏi lẫn nhau, thúc đẩy quá trình phát triển năng lực số một cách tự nhiên và hiệu quả.

Tóm lại, với sự cộng hưởng từ chính sách vĩ mô, nền tảng hạ tầng công nghệ, sự đổi mới trong giáo dục và đặc điểm năng động của chính sinh viên, thế hệ trẻ Việt Nam đang có những điều kiện hết sức thuận lợi để trang bị và nâng cao năng lực số, sẵn sàng hội nhập và đóng góp vào sự phát triển của đất nước trong bối cảnh mới.

2.2. Khó khăn

Mặc dù không thể phủ nhận những điều kiện thuận lợi

và nỗ lực thúc đẩy năng lực số cho thế hệ trẻ, sinh viên Việt Nam trong bối cảnh hiện nay vẫn đối mặt với không ít khó khăn và thách thức trên con đường làm chủ công nghệ và phát triển bản thân trong kỷ nguyên số. Việc nhận diện và phân tích những rào cản này là bước đi cần thiết để đưa ra các giải pháp khắc phục hiệu quả, đảm bảo không ai bị bỏ lại phía sau trong cuộc đua chuyển đổi số.

Một trong những rào cản cốt lõi và lớn nhất là sự bất bình đẳng trong tiếp cận công nghệ và hạ tầng số (digital divide). Mặc dù hạ tầng viễn thông đã được cải thiện đáng kể, vẫn tồn tại khoảng cách lớn giữa khu vực thành thị và nông thôn, miền núi, vùng sâu vùng xa. Sinh viên ở các thành phố lớn thường có điều kiện tiếp cận internet tốc độ cao, ổn định và các thiết bị công nghệ hiện đại dễ dàng hơn nhiều so với sinh viên ở các vùng khó khăn. Chi phí trang bị máy tính cá nhân, điện thoại thông minh cấu hình đủ mạnh và chi phí sử dụng internet hàng tháng vẫn là gánh nặng đối với nhiều gia đình có thu nhập thấp. Sự chênh lệch về điều kiện vật chất ban đầu này tạo ra xuất phát điểm không công bằng, hạn chế cơ hội học tập, thực hành và trải nghiệm các công cụ số của một bộ phận không nhỏ sinh viên, nhất là sinh viên dân tộc thiểu số, sinh viên vùng sâu vùng xa. Điều này, có thể dẫn tới những bất lợi khi tìm kiếm việc làm hoặc định hình nghề nghiệp lâu dài của một bộ phận sinh viên yếu thế như đã phân tích ở trên.

Bên cạnh đó, chất lượng và chương trình đào tạo tại các cơ sở giáo dục đại học chưa hoàn toàn theo kịp tốc độ phát triển vũ bão của công nghệ và yêu cầu thực tiễn. Nhiều chương trình đào tạo vẫn còn nặng về lý thuyết, chưa cập nhật các kiến thức, kỹ năng số mới nhất mà thị trường lao động yêu cầu. Việc tích hợp kỹ năng số vào các môn học chuyên ngành đôi khi còn mang tính hình thức, chưa thực sự giúp sinh viên hiểu và ứng dụng công nghệ vào giải quyết vấn đề cụ thể trong lĩnh vực của mình. Hơn nữa, năng lực của đội ngũ giảng viên trong việc ứng dụng công nghệ vào giảng dạy và hướng dẫn sinh viên phát triển kỹ năng số còn chưa đồng đều. Không ít giảng viên, đặc biệt là những người thuộc thế hệ trước hoặc không chuyên về công nghệ thông tin, còn lúng túng trong việc sử dụng các phần mềm, nền tảng mới hoặc chưa được trang bị phương pháp sư phạm phù hợp với môi trường học tập số hóa. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng hướng dẫn và khả năng truyền cảm hứng cho sinh viên.

Một thách thức khác đến từ chính bản thân sinh viên và môi trường thông tin phức tạp hiện nay. Mặc dù được coi là thế hệ "công dân số", không phải sinh viên nào cũng có nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của việc phát triển năng lực số một cách bài bản và có hệ thống. Nhiều sinh viên sử dụng công nghệ chủ yếu cho mục đích giải trí, giao tiếp xã hội thay vì khai thác tiềm năng phục vụ học tập, nghiên cứu và phát triển kỹ năng chuyên môn. Khả năng tự học, tự định hướng trong môi trường số với vô vàn thông tin cũng là một thử thách. Sinh viên dễ bị lạc lối, quá tải thông tin, thiếu kỹ năng đánh giá, chọn lọc nguồn tin cậy và xác định những kỹ năng số thực sự cần thiết cho ngành học và sự nghiệp tương lai. Bên cạnh đó, vấn đề an ninh mạng và bảo mật thông tin cá nhân ngày càng trở nên phức tạp, nhưng nhận thức và kỹ năng phòng tránh rủi ro của sinh viên còn hạn chế, tiềm ẩn nguy cơ bị lừa đảo, đánh cắp

dữ liệu, thậm chí vô tình tiếp tay cho các hành vi vi phạm pháp luật trên không gian mạng, bởi "Khi tham gia vào không gian mạng, mỗi chủ thể đồng thời là người sản xuất thông tin, người tiêu thụ thông tin và người phát tán thông tin". [1].

Ngoài ra, rào cản về ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, cũng là một khó khăn không nhỏ. Phần lớn các tài liệu chuyên sâu, khóa học trực tuyến chất lượng cao, diễn đàn công nghệ uy tín trên thế giới đều sử dụng tiếng Anh. Việc hạn chế về ngoại ngữ khiến sinh viên khó tiếp cận với kho tri thức khổng lồ và các xu hướng công nghệ mới nhất của toàn cầu, làm giảm khả năng tự học và cập nhật kiến thức. Cuối cùng, khoảng cách giữa kỹ năng được đào tạo trong nhà trường và yêu cầu thực tế của doanh nghiệp vẫn còn tồn tại, khiến sinh viên sau khi ra trường có thể gặp trở ngại khi làm việc trong môi trường số hóa chuyên nghiệp.

Tóm lại, hành trình phát triển năng lực số của sinh viên Việt Nam còn đối mặt với nhiều trở ngại từ hạ tầng, chương trình đào tạo, năng lực giảng viên, nhận thức và kỹ năng của chính sinh viên, đến rào cản ngôn ngữ và sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ. Việc giải quyết đồng bộ các thách thức này đòi hỏi sự chung tay của nhà nước, các cơ sở giáo dục, doanh nghiệp, gia đình và nỗ lực tự thân của mỗi sinh viên, nhằm tạo ra một thế hệ nhân lực số chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của đất nước trong tương lai.

3. Một số giải pháp phát triển năng lực số cho sinh viên Việt Nam trong bối cảnh mới

Trên cơ sở nhận diện rõ những thuận lợi cơ bản như sự quan tâm của nhà nước, nền tảng hạ tầng số đang phát triển, sự năng động của thế hệ trẻ và những khó khăn tồn tại như bất bình đẳng số, hạn chế trong chương trình đào tạo và năng lực giảng viên, việc đề xuất các giải pháp đồng bộ, đa chiều là yêu cầu cấp thiết để thúc đẩy hiệu quả năng lực số cho sinh viên Việt Nam. Các giải pháp này cần sự chung tay của nhiều chủ thể, từ nhà nước, cơ sở giáo dục, doanh nghiệp đến chính bản thân sinh viên.

Thứ nhất, cần giải quyết căn cơ vấn đề bất bình đẳng trong tiếp cận. Nhà nước cần tiếp tục đầu tư mạnh mẽ hơn nữa vào hạ tầng viễn thông, đặc biệt là ở vùng sâu, vùng xa, hải đảo, đảm bảo kết nối internet tốc độ cao, ổn định với chi phí hợp lý. Đồng thời, cần có chính sách hỗ trợ cụ thể, thiết thực (như trợ giá thiết bị, gói cước ưu đãi, quỹ học bổng công nghệ) cho sinh viên có hoàn cảnh khó khăn, sinh viên dân tộc thiểu số, đảm bảo các em có đủ phương tiện tối thiểu để học tập và rèn luyện trong môi trường số. Phát huy lợi thế về chủ trương chính sách, có thể nhân rộng mô hình thư viện số, điểm truy cập internet công cộng miễn phí tại các trường học, nhà văn hóa xã, phường, tạo không gian học tập số cho những sinh viên chưa có điều kiện cá nhân. Công tác tư vấn hướng nghiệp và giới thiệu việc làm đối với nhóm sinh viên người dân tộc thiểu số và sinh viên ở vùng sâu vùng xa cần tiếp tục được quan tâm, nhất là đối với những nghề nghiệp đòi hỏi hàm lượng công nghệ cao, gắn với điều kiện kinh tế - xã hội của các vùng kinh tế.

Thứ hai, các cơ sở giáo dục đại học đóng vai trò then chốt trong việc đổi mới chương trình và phương pháp đào tạo. Cần rà soát, cập nhật chương trình đào tạo một cách

thường xuyên, theo hướng tăng cường tích hợp kiến thức, kỹ năng số cốt lõi (như tư duy phản biện trong môi trường số, phân tích dữ liệu, an toàn thông tin, giao tiếp số, sử dụng phần mềm chuyên ngành) vào tất cả các ngành học, chứ không riêng khỏi công nghệ. Việc này đòi hỏi sự tham gia góp ý từ các chuyên gia công nghệ và đại diện doanh nghiệp để đảm bảo tính thực tiễn và đáp ứng nhu cầu thị trường lao động. Song song đó, cần đầu tư mạnh mẽ vào việc nâng cao năng lực số và phương pháp sư phạm số cho đội ngũ giảng viên thông qua các chương trình tập huấn, bồi dưỡng chuyên sâu, thường xuyên, có đánh giá và khuyến khích. Giảng viên cần được trang bị kỹ năng để không chỉ sử dụng thành thạo công nghệ mà còn biết cách lồng ghép, hướng dẫn sinh viên ứng dụng hiệu quả vào môn học. Tập dụng lợi thế về khả năng tiếp cận thông tin toàn cầu, các trường nên khuyến khích và tạo điều kiện cho giảng viên, sinh viên tham gia các khóa học trực tuyến mở (MOOCs) chất lượng cao từ các đại học uy tín thế giới. Để từ đó, các cơ sở giáo dục đại học không chỉ làm tốt nhiệm vụ đào tạo và nghiên cứu khoa học mà còn “thực hiện được nhiệm vụ thứ ba của giáo dục đại học hiện đại, là tham gia đóng góp trực tiếp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của nước nhà” [5].

Thứ ba, cần nâng cao nhận thức, kỹ năng tự học và ý thức trách nhiệm của chính sinh viên. Các hoạt động ngoại khóa, hội thảo, chiến dịch truyền thông cần được tổ chức thường xuyên để sinh viên hiểu rõ tầm quan trọng của năng lực số đa dạng (ngoài mạng xã hội, giải trí) đối với tương lai nghề nghiệp. Quan trọng hơn, cần trang bị cho sinh viên kỹ năng tự học hiệu quả trong môi trường số: cách tìm kiếm, đánh giá, tổng hợp thông tin; cách sử dụng các công cụ hỗ trợ học tập; và đặc biệt là kỹ năng về an ninh mạng, bảo vệ dữ liệu cá nhân, hành xử văn minh trên không gian mạng (công dân số có trách nhiệm). Phát huy sự năng động, sáng tạo vốn có, cần khuyến khích sinh viên tham gia các câu lạc bộ học thuật, các cuộc thi về công nghệ, khởi nghiệp số, tạo môi trường để các em thực hành, cọ xát và học hỏi lẫn nhau.

Thứ tư, cần tăng cường sự kết nối, hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp. Doanh nghiệp có thể tham gia vào quá trình xây dựng chương trình đào tạo với tư cách những chuyên gia, nhà tuyển dụng lao động, cung cấp cơ hội thực tập, kiến tập, nơi sinh viên có thể ứng dụng kỹ năng số vào công việc thực tế, doanh nghiệp cũng có thể đặt hàng đào tạo theo những chuẩn đầu ra gắn với năng lực công nghệ, kỹ năng số được xác định cụ thể. Các chương trình học bổng, tài trợ dự án từ doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp công nghệ nói riêng cũng góp phần tạo động lực và nguồn lực cho sinh viên, nhất là sinh viên nhóm ngành công nghệ, bán dẫn, khoa học máy tính, trí tuệ nhân tạo. Bên cạnh đó, các cơ sở giáo dục đại học cần tiếp tục đẩy mạnh việc tổ chức chuỗi ngày hội việc làm, kết nối doanh nghiệp, nhất là những doanh nghiệp công nghệ, đổi mới sáng tạo. Đồng thời, giải quyết rào cản ngôn ngữ bằng cách tăng cường chất lượng dạy và học tiếng Anh, đặc biệt là tiếng Anh chuyên ngành công nghệ, giúp sinh viên tự tin tiếp cận nguồn tri thức quốc tế. Quá trình này, nên có sự tham gia của các doanh nghiệp công nghệ trong và ngoài nước, nhất là các công ty toàn cầu.

Tóm lại, việc phát triển năng lực số cho sinh viên Việt Nam là một bài toán phức tạp, đòi hỏi giải pháp tổng thể, kiên trì và sự phối hợp nhịp nhàng. Bằng cách phát huy tối đa các lợi thế sẵn có, đồng thời tập trung nguồn lực để khắc phục những điểm nghẽn, chúng ta hoàn toàn có thể trang bị cho thế hệ trẻ hành trang số vững chắc, góp phần xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao, thúc đẩy thành công quá trình chuyển đổi số và sự phát triển bền vững của đất nước.

4. Kết luận

Trong bối cảnh Việt Nam đang bước vào kỷ nguyên mới với khát vọng vươn mình mạnh mẽ, trở thành quốc gia phát triển, có thu nhập cao vào năm 2045, việc xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao đóng vai trò then chốt, mang tính quyết định. Giữa dòng chảy không ngừng của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, năng lực số không còn là một kỹ năng cộng thêm mà đã trở thành yêu cầu tất yếu, là nền tảng cốt lõi cấu thành nên chất lượng nguồn nhân lực tương lai. Do đó, đầu tư phát triển năng lực số cho sinh viên – những người chủ tương lai của đất nước – mang tầm quan trọng chiến lược, vượt lên trên ý nghĩa của một nhiệm vụ giáo dục đơn thuần.

Nguồn nhân lực chất lượng cao của thế kỷ 21 đòi hỏi khả năng thích ứng linh hoạt, tư duy sáng tạo, kỹ năng giải quyết vấn đề phức tạp và năng lực hợp tác hiệu quả trong môi trường công nghệ số. Chính năng lực số toàn diện – bao gồm khả năng sử dụng thành thạo công cụ số, khai thác thông tin, phân tích dữ liệu, giao tiếp trực tuyến, đảm bảo an toàn mạng và tạo ra các sản phẩm số – là chìa khóa để sinh viên hình thành và phát huy những phẩm chất quan trọng đó. Thiếu đi năng lực số, sinh viên không chỉ gặp khó khăn trong học tập, nghiên cứu mà còn đối mặt với nguy cơ bị tụt hậu, mất lợi thế cạnh tranh ngay khi bước vào thị trường lao động đang số hóa mạnh mẽ.

Hơn thế nữa, năng lực số của thế hệ trẻ là động lực trực tiếp thúc đẩy quá trình chuyển đổi số quốc gia, nâng cao năng suất lao động và sức cạnh tranh của nền kinh tế. Một đội ngũ lao động am hiểu và làm chủ công nghệ số sẽ là lực lượng tiên phong trong việc ứng dụng các thành tựu như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT) vào mọi lĩnh vực đời sống, kinh tế, xã hội. Họ chính là những người sẽ kiến tạo nên các mô hình kinh doanh mới, các sản phẩm, dịch vụ sáng tạo, góp phần đưa Việt Nam tiến nhanh, tiến vững chắc trên bản đồ công nghệ khu vực và thế giới, hiện thực hóa khát vọng dân tộc.

Vì vậy, việc tập trung mọi nguồn lực, triển khai các giải pháp đồng bộ và hiệu quả để phát triển năng lực số cho sinh viên không chỉ là trách nhiệm của ngành giáo dục mà là mệnh lệnh của thời đại, là sự đầu tư chiến lược cho tương lai, đảm bảo Việt Nam có đủ sức mạnh nội sinh để tự tin vươn mình trong kỷ nguyên số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO




- [1] Bộ Công an, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự Thật, *Báo đảm bảo quyền quốc gia trên không gian mạng*, tr.276, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự Thật, 2021.
- [2] Bộ Thông tin và Truyền thông, *Cẩm nang Chuyển đổi số*, tr.21, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông, 2021.
- [3] Đỗ Văn Hùng, *Năng lực số DIGITAL LITERACY 2022- Khung năng*

lực số cho sinh viên, tr.13, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, 2022.

- [4] Trung tâm khoa học và công nghệ Trẻ, Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh, Kỷ yếu Hội thảo khoa học “*Năng lực chuyển đổi số cho thanh niên*”, tr.108, 2022.

- [5] Compagnucci Lorenzo, Spigarelli Francesca (2020), “*The Third Mission of the university: A systematic literature review on potentials and constraints*”, Technological Forecasting and Social Change, Volume 161, December 2020, 120284

Thông tin về tác giả

	<p>Nguyễn Thị Thanh Hải:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thạc sĩ Lịch sử Việt Nam, Cử nhân Giáo dục quốc phòng – An ninh. - Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh. - Lĩnh vực quan tâm: Lịch sử quan hệ quốc tế, Giáo dục học, các vấn đề an ninh phi truyền thống. - Điện thoại: 0767667002
	<p>Trần Văn Hiếu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thạc sĩ Khoa học quân sự, Cử nhân Ngôn ngữ Anh. - Tóm tắt công việc hiện tại: Giảng viên Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh. - Lĩnh vực quan tâm: Giáo dục học, các vấn đề an ninh phi truyền thống. - Điện thoại: 0972130357
	<p>Đặng Văn Khoa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghiên cứu sinh Khoa học Chính trị, Thạc sĩ Lịch sử Việt Nam. - Tóm tắt công việc hiện tại: Phụ trách Bộ môn Chính trị, Khoa Giáo dục Quốc phòng, Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh. - Lĩnh vực quan tâm: Chính trị học, truyền thông chính trị, quan hệ quốc tế, các vấn đề an ninh phi truyền thống. - Điện thoại: 0906268507

NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG VỀ AN NINH MẠNG TRÊN BÁO CHÍ CÔNG AN NHÂN DÂN

FACTORS AFFECTING THE EFFECTIVENESS OF COMMUNICATION ON CYBER SECURITY IN THE PEOPLE'S PUBLIC SECURITY PRESS

Lê Đắc Huy

Học viện An ninh Nhân dân

Le Dac Huy

People's Security Academy; huybg.tl@gmail.com

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Lê Đắc Huy (email: huybg.tl@gmail.com)

Tóm tắt - Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn diện, an ninh mạng đã trở thành một trong những thách thức hàng đầu đối với quốc gia và các tổ chức truyền thông. Báo chí Công an nhân dân, với vai trò là cầu nối giữa lực lượng Công an và Nhân dân, đứng trước yêu cầu ngày càng cao trong việc đưa tin chính xác, kịp thời và có chiều sâu về các vấn đề an ninh mạng. Bài viết phân tích các yếu tố khách quan và chủ quan ảnh hưởng đến hoạt động của báo chí Công an nhân dân, từ sự phát triển công nghệ, chính sách pháp luật, xu hướng tiếp nhận thông tin của công chúng đến năng lực đội ngũ phóng viên và nguồn lực tài chính. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông về an ninh mạng trong kỷ nguyên số.

Từ khóa - Báo chí Công an nhân dân; an ninh mạng; tấn công mạng; không gian mạng.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh công nghệ số phát triển mạnh mẽ, an ninh mạng đã trở thành vấn đề cấp bách toàn cầu. Trên thế giới, các cuộc tấn công mạng ngày càng tinh vi, từ ransomware, lừa đảo trực tuyến đến gián điệp mạng, đe dọa an ninh quốc gia và kinh tế. Phân tích chi phí thiệt hại do tội phạm mạng toàn cầu được Cybersecurity Ventures dự đoán vào năm 2024 là 9,5 nghìn tỷ đô la Mỹ và nhận định của hơn 2.700 chuyên gia quản lý rủi ro từ 94 quốc gia, vùng lãnh thổ, được phân tích và công bố trong phiên bản năm 2023 của Allianz Risk Barometer, chỉ ra rằng gần 45% các chuyên gia cho biết sự cố mạng là nguyên nhân đáng sợ nhất gây gián đoạn kinh doanh, thậm chí còn đáng sợ hơn cả thiên tai hoặc lo ngại về năng lượng [4]. Các quốc gia lớn như Mỹ, Trung Quốc, Nga thường xuyên trở thành mục tiêu của chiến tranh mạng, an ninh thông tin, làm gia tăng căng thẳng địa chính trị.

Tại Việt Nam, an ninh mạng cũng là thách thức lớn khi nước ta đẩy mạnh chuyển đổi số. Theo thống kê của Bộ Công an và Bộ Thông tin và Truyền thông nay là Bộ Khoa học và Công nghệ, hiện nay có 03 nhóm lừa đảo chính (giả mạo thương hiệu, chiếm đoạt tài khoản và các hình thức kết hợp khác) với 24 thủ đoạn lừa đảo. Trong năm 2023, Công cảnh báo an toàn thông tin Việt Nam ghi nhận 13.900 vụ tấn công mạng vào các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, gần 16.000 phản ánh lừa đảo trực tuyến gây thiệt hại hơn 390.000 tỉ đồng (tương đương 3,6% GDP). Tổng số tiền người dân bị các đối tượng lừa đảo trên mạng khoảng 8.000 - 10.000 tỉ đồng, tăng gấp rưỡi so với năm 2022. Trong đó

Abstract - In the context of comprehensive digital transformation, cyber security has become one of the top challenges for the country and media organizations. The People's Public Security Press, as a bridge between the Public Security force and the people, is facing increasing demands for accurate, timely, and in-depth reporting on cyber security issues. The article analyzes objective and subjective factors affecting the activities of the People's Public Security Press, from technological development, legal policies, and public information reception trends to the capacity of the reporting team and financial resources. On that basis, the article proposes solutions to improve the effectiveness of communication on cyber security in the digital age.

Keywords - People's Public Security Press; cyber security; cyber attack; cyberspace.

có 91% thông tin liên quan lĩnh vực tài chính. Tỷ lệ người dùng thiết bị di động, mạng xã hội... nhận tin nhắn, cuộc gọi lừa đảo trực tuyến là 73% [3]. Năm 2024 theo Báo cáo tổng kết An ninh mạng vừa được Hiệp hội An ninh mạng quốc gia (NCA) công bố cho biết, thiệt hại ước tính do lừa đảo trực tuyến gây ra trong năm 2024 lên đến 18.900 tỷ đồng. Cứ 220 người dùng điện thoại thông minh thì có một người trở thành nạn nhân của lừa đảo [5]. Dù Chính phủ đã ban hành Luật An ninh mạng năm 2018 và tăng cường hợp tác quốc tế, nguy cơ vẫn hiện hữu, nguyên nhân chính là do nhận thức của người dùng và sự phức tạp của công nghệ.

Công tác bảo đảm an ninh mạng do lực lượng Công an nhân dân đóng vai trò nòng cốt (Cục A05). Trong đó có lực lượng báo chí Công an nhân dân, với vai trò là cầu nối giữa lực lượng Công an và Nhân dân, có nhiệm vụ tuyên truyền về hoạt động của lực lượng Công an Nhân dân, phản ánh tình hình an ninh trật tự, đấu tranh phòng chống tội phạm, cũng như phổ biến chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước liên quan đến công tác bảo vệ an ninh quốc gia và giữ gìn trật tự an toàn xã hội. Là cơ quan báo chí đặc thù, báo chí Công an Nhân dân phải đối mặt với nhiều thách thức mới trong việc đưa tin về các sự kiện liên quan đến an ninh mạng. Báo chí của lực lượng Công an nhân dân bao gồm nhiều loại hình khác nhau, bao gồm: báo in, báo hình, báo điện tử và tạp chí.

2. Phân tích tình hình và phương pháp nghiên cứu

2.1. Quan điểm chỉ đạo của Bộ Công an về lĩnh vực an ninh mạng

Trước sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số và sự mở rộng không ngừng của không gian mạng, Bộ Công an xác định rõ rằng an ninh mạng không chỉ là vấn đề kỹ thuật mà đã trở thành một lĩnh vực trọng yếu trong bảo vệ an ninh quốc gia, cần được nhận thức và xử lý với tầm nhìn chiến lược, chủ động và toàn diện. Quan điểm chỉ đạo của Bộ thể hiện rõ nét qua các định hướng:

- An ninh mạng là bộ phận cấu thành không thể tách rời của an ninh quốc gia: Bộ Công an xác định an ninh mạng gắn liền với bảo vệ chủ quyền quốc gia trong không gian mạng, gắn chặt với nhiệm vụ bảo vệ Đảng, Nhà nước, chế độ xã hội chủ nghĩa và sự ổn định chính trị - xã hội. Không gian mạng là mặt trận mới, nơi diễn ra cuộc đấu tranh gay gắt, phức tạp giữa các lực lượng bảo vệ và các thế lực phản động, tội phạm công nghệ cao.

- Chủ động phòng ngừa, phát hiện sớm và xử lý kiên quyết các mối đe dọa: quan điểm chỉ đạo xuyên suốt là “chủ động phòng ngừa, tích cực tấn công, xử lý nghiêm minh”. Bộ Công an không chỉ chú trọng phát hiện, ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật trên không gian mạng, mà còn triển khai đồng bộ các biện pháp nghiệp vụ nhằm vô hiệu hóa các âm mưu lợi dụng mạng Internet để chống phá Nhà nước, tấn công mạng, phát tán thông tin xấu độc, xuyên tạc, bịa đặt, kích động bạo loạn, chia rẽ khối đại đoàn kết dân tộc.

- Xây dựng, hoàn thiện hành lang pháp lý đồng bộ và hiệu quả: Bộ Công an đóng vai trò chủ trì, tham mưu và triển khai Luật An ninh mạng năm 2018, đồng thời tiếp tục hoàn thiện hệ thống văn bản dưới luật, các Nghị định hướng dẫn để đảm bảo khung pháp lý đầy đủ cho công tác bảo vệ an ninh mạng. Quan điểm là pháp luật phải đi trước một bước, bảo đảm tính dự báo, phù hợp với thực tiễn, đồng thời không làm cản trở tiến trình chuyển đổi số quốc gia.

- Xây dựng lực lượng chuyên trách tinh nhuệ, hiện đại: Bộ Công an tập trung xây dựng lực lượng chuyên trách về an ninh mạng và phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao với tiêu chí “chính quy, tinh nhuệ, hiện đại”, có đủ năng lực làm chủ công nghệ, chủ động tấn công, kiểm soát và làm chủ không gian mạng. Đội ngũ này là nòng cốt trong việc thực hiện các hoạt động điều tra, đấu tranh, đồng thời đóng vai trò định hướng dư luận, bảo vệ thông tin và truyền thông chính thống.

- Tăng cường phối hợp liên ngành và hợp tác quốc tế: Bộ Công an chủ trương thiết lập cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa các lực lượng Công an với các bộ, ngành, doanh nghiệp, tổ chức chính trị - xã hội và hệ thống truyền thông nhằm tạo sức mạnh tổng hợp trong phòng, chống tội phạm mạng. Đồng thời, đẩy mạnh hợp tác quốc tế song phương, đa phương để trao đổi thông tin, chia sẻ kinh nghiệm và nâng cao năng lực phòng vệ mạng quốc gia.

- Kết hợp chặt chẽ giữa nhiệm vụ bảo đảm an ninh mạng với phát triển kinh tế - xã hội: một quan điểm xuyên suốt khác là bảo đảm an ninh mạng phải song hành với phát triển, không cản trở sáng tạo. Bộ Công an đặc biệt chú trọng đến việc tạo dựng một không gian mạng “an toàn - lành mạnh - nhân văn - phục vụ phát triển”, hỗ trợ hiệu lực, hiệu quả cho tiến trình xây dựng chính phủ số, kinh tế số và xã hội số tại Việt Nam.

2.2. Cơ sở lý thuyết

Bài viết sử dụng phương pháp luận của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và vận dụng các quan điểm, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam, chính sách, pháp luật của Nhà nước Việt Nam, hệ thống lý luận về báo chí truyền thông và sự lãnh đạo, chỉ đạo của Bộ Công an về vấn đề an ninh mạng. Bài viết cũng được thực hiện trên cơ sở tiếp thu có chọn lọc một số lý thuyết về báo chí, truyền thông. Đó là những lý thuyết của các học giả tiêu biểu như: Katz, Blumler, Maxwell Mccombs, Donald Shaw, Venkatesh... Katz và Blumler với lý thuyết sử dụng và hài lòng (Uses and Gratifications Theory) coi việc đáp ứng nhu cầu của công chúng là tiêu chuẩn cơ bản để đánh giá hiệu quả truyền thông, góc độ này có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với báo chí Công an Nhân dân. Bởi lẽ, tính đặc thù của báo chí Công an Nhân dân là cung cấp những thông tin quan trọng, cần thiết, kịp thời, chính xác để công chúng chủ động lựa chọn nội dung phù hợp với nhu cầu có liên quan đến an ninh mạng từ thông tin chuyên sâu đến nội dung dễ tiếp cận. Năm 1972, lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự (Agenda Setting Theory) do Maxwell Mccombs và Donald Shaw khởi xướng ra đời, lý thuyết này mô tả khả năng ảnh hưởng của giới truyền thông đối với công chúng thông qua các phương tiện truyền thông. Do vậy, khi báo chí Công an Nhân dân thường xuyên đưa tin và phân tích sâu về các vấn đề an ninh mạng, sẽ góp phần định hướng sự quan tâm và nhận thức của xã hội về vấn đề này. Lý thuyết hợp nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) được Venkatesh và cộng sự phát triển vào năm 2003, nhằm thống nhất và mở rộng các mô hình lý thuyết trước đó về việc chấp nhận và sử dụng công nghệ. Trong giai đoạn hiện nay, công nghệ số đang phát triển mạnh mẽ và là xu thế tất yếu diễn ra trong lĩnh vực báo chí, truyền thông. Chính vì vậy, lý thuyết này được vận dụng trong nghiên cứu nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông trong đó có việc ứng dụng công nghệ số trong hoạt động truyền thông về an ninh mạng của báo chí Công an Nhân dân.

2.3. Tình hình an ninh mạng trên báo chí Công an Nhân dân

Hoạt động đưa tin về an ninh mạng trên báo chí Công an Nhân dân trong thời gian qua đã đạt được nhiều kết quả tích cực, thể hiện rõ vai trò định hướng và bảo vệ thông tin chính thống trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ, cũng như sự phát triển nhanh chóng của khoa học công nghệ. Với vị thế là cơ quan ngôn luận của Bộ Công an, báo chí Công an Nhân dân có điều kiện tiếp cận sớm và chính xác các nguồn tin chính thống từ lực lượng nghiệp vụ chuyên trách, đặc biệt là Cục An ninh mạng và Phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao (A05). Sự phối hợp chặt chẽ này giúp báo chí Công an nhân dân luôn giữ được độ tin cậy, chính xác trong phản ánh các vụ việc an ninh mạng phức tạp như tấn công mã độc, lừa đảo trực tuyến, tin giả (fake news) hay các thủ đoạn gián điệp công nghệ cao. Chủ đề về an ninh mạng trên báo chí Công an Nhân dân chủ yếu được phản ánh như: tuyên truyền, giáo dục và nâng cao nhận thức công đồng; chính sách, pháp luật về an ninh mạng; tội phạm mạng và phương thức hoạt động (phóng sự hướng dẫn phòng ngừa, cảnh báo chiêu trò lừa đảo mới);

chuyển đổi số và đảm bảo an ninh mạng; Bảo đảm an ninh mạng quốc gia; an ninh mạng và chủ quyền số và gương sáng trong đấu tranh an ninh mạng.

Tuy nhiên, bên cạnh những ưu điểm nổi bật, hoạt động đưa tin về an ninh mạng trên báo chí Công an Nhân dân hiện vẫn đang đối diện với nhiều khó khăn về tính thời sự, cơ chế, chính sách, xây dựng chiến lược lâu dài về an ninh mạng. Trước hết, tính chất đặc thù của thông tin an ninh mạng thường mang yếu tố kỹ thuật cao, có độ nhạy cảm lớn và liên quan đến bảo mật thông tin quốc gia hay liên quan đến các vụ việc đang được điều tra, làm rõ khiến quy trình kiểm chứng, biên tập và phát hành tin tức phải tuân thủ nghiêm ngặt, làm giảm đáng kể tính linh hoạt và tốc độ phản ứng của báo chí trước các sự kiện nóng, do cũng là nguyên nhân số lượng bài, phóng sự hiện tại vẫn còn hạn chế. Thêm vào đó, sự phát triển nhanh chóng của tội phạm công nghệ cao với các thủ đoạn ngày càng tinh vi như deepfake, giả mạo danh tính, thao túng thông tin trên mạng xã hội... đã vượt qua năng lực tiếp cận và phân tích của nhiều phóng viên chưa được đào tạo chuyên sâu về công nghệ thông tin. Về mặt chuyển đổi số, dù đã có nhiều nỗ lực, xong báo chí Công an Nhân dân vẫn chưa được đầu tư đầy đủ hạ tầng kỹ thuật đáp ứng yêu cầu từ thực tiễn, dẫn đến khó khăn trong việc kiểm chứng thông tin nhanh, tích hợp dữ liệu và phát triển nội dung đa nền tảng. Bên cạnh đó, thách thức từ sự lan truyền của tin giả, thông tin sai lệch trên mạng xã hội ngày càng lớn, khiến báo chí chính thống phải cạnh tranh quyết liệt về tốc độ và độ hấp dẫn, trong khi vẫn phải bảo đảm tính chính xác và đạo đức nghề nghiệp. Đồng thời, việc cân bằng giữa yêu cầu chính trị, pháp lý và nhu cầu thông tin đa chiều của công chúng cũng là bài toán hóc búa, đòi hỏi đội ngũ phóng viên báo chí Công an nhân dân phải không ngừng nâng cao năng lực chuyên môn sâu về an ninh mạng, bản lĩnh chính trị và khả năng thích ứng với môi trường truyền thông số đang thay đổi từng ngày.

2.4. Yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông về an ninh mạng trên báo chí Công an Nhân dân

Trước sự phát triển của công nghệ số và truyền thông đa phương tiện đang tác động sâu sắc đến mọi lĩnh vực, trong đó có hoạt động báo chí Công an Nhân dân. Tại Việt Nam, khi chuyển đổi số được đẩy mạnh, an ninh mạng không chỉ là mối lo ngại kỹ thuật mà còn là vấn đề chiến lược quốc gia. Với vai trò là cơ quan báo chí đặc thù, báo chí Công an Nhân dân phải đối mặt với nhiều thách thức mới trong việc đưa tin về các sự kiện liên quan đến an ninh mạng. Việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông về an ninh mạng trên báo chí Công an Nhân dân, trong đó có cả yếu tố chủ quan và khách quan là rất cần thiết nhằm nâng cao hiệu quả tuyên truyền, giáo dục nhận thức và bảo vệ lợi ích cộng đồng trên không gian mạng.

2.4.1. Về các yếu tố khách quan

a. Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số và truyền thông đa phương tiện

Đã tạo ra những thay đổi sâu sắc đối với hoạt động của báo chí trong đó có báo chí Công an nhân dân. Một mặt, các công nghệ mới như AI, dữ liệu lớn (Big Data),

Blockchain, mạng xã hội và nền tảng video trực tuyến đã mở rộng khả năng truyền tải thông tin một cách nhanh chóng, chính xác và đa dạng về hình thức. Nhờ đó, báo chí Công an Nhân dân có điều kiện tiếp cận công chúng kịp thời hơn, đặc biệt trong các vụ việc liên quan đến tấn công mạng. Mặt khác, chính sự bùng nổ thông tin lại đặt ra thách thức nghiêm trọng về kiểm chứng và kiểm soát thông tin. Sự lan truyền nhanh chóng của tin giả, thông tin sai lệch trên các nền tảng mạng xã hội đã buộc báo chí Công an Nhân dân phải nâng cao khả năng xác minh và phản bác kịp thời. Đồng thời, sự phát triển của các hình thức tấn công như deepfake hay mã độc cũng đặt hệ thống báo chí vào nguy cơ bị xâm nhập, đánh cắp hoặc phá hoại dữ liệu.

b. Diễn biến phức tạp của tình hình an ninh mạng hiện nay

Bối cảnh an ninh mạng toàn cầu và trong nước đang trở nên ngày càng phức tạp, với sự gia tăng cả về tần suất và mức độ nghiêm trọng của các vụ tấn công mạng. Những hình thức tấn công mạng đã gây thiệt hại nghiêm trọng cho các cơ quan, tổ chức và cá nhân người dùng. Trước thực trạng đó, báo chí Công an Nhân dân không thể chỉ chú trọng đến độ chính xác, chiều sâu phân tích, mà cần phải bảo đảm tính kịp thời, nhanh chóng nhằm định hướng dư luận và bảo mật thông tin. Tuy báo chí Công an Nhân dân đã chủ động phối hợp với Cục An ninh mạng và Phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao để phân tích, đánh giá các thủ đoạn phạm tội công nghệ cao; phản bác các thông tin sai lệch, đính chính tin giả và nâng cao nhận thức cộng đồng thông qua các bài viết mang tính giáo dục, tuy nhiên hiện nay số lượng bài viết, phóng sự về an ninh mạng vẫn còn rất hạn chế, năm 2024 đăng tải được 224 bài viết trên báo Công an Nhân dân [2] và 55 phóng sự trên Truyền hình ANTV [1].

c. Khung pháp lý về báo chí và an ninh mạng

Hệ thống chính sách, pháp luật hiện hành, đặc biệt là Luật Báo chí năm 2016 và Luật An ninh mạng năm 2018, tạo ra một khuôn khổ pháp lý tương đối đầy đủ để điều chỉnh hoạt động báo chí trong lĩnh vực an ninh mạng. Tuy nhiên, trước sự phát triển nhanh chóng của công nghệ đang đặt ra thách thức mới đối với khung pháp lý, vốn thường có độ trễ nhất định so với thực tiễn. Do đó, báo chí Công an Nhân dân trong cách tiếp cận và xử lý thông tin, bảo đảm không chỉ tuân thủ pháp luật mà còn phản ánh đúng mà còn phải kịp thời trước những vấn đề nóng về an ninh mạng.

d. Thói quen tiếp nhận thông tin của công chúng

Trong thời đại kỹ thuật số, công chúng, đặc biệt là giới trẻ, ngày càng có xu hướng tiêu thụ thông tin theo hình thức ngắn gọn, trực quan, dễ chia sẻ và có tính tương tác cao. Mặt khác, thói quen đọc lướt, chia sẻ thiếu kiểm chứng trên mạng xã hội khiến việc truyền tải các nội dung chuyên môn sâu như kỹ thuật an ninh mạng trở nên khó khăn hơn. Bên cạnh đó còn có những đối tượng tiếp nhận là người cao tuổi, người dân tộc thiểu số, văn hóa địa phương khác nhau...

e. Trong hợp tác quốc tế

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, các mối đe dọa an ninh

mạng mang tính xuyên quốc gia ngày càng phổ biến, khiến việc hợp tác quốc tế trở thành một yêu cầu cấp thiết đối với báo chí nói chung trong đó có báo chí Công an Nhân dân. Việc tiếp cận nguồn tin đa chiều từ các tổ chức như Interpol, ASEAN Cybercrime Unit giúp nâng cao tính chính xác và khách quan của thông tin. Tuy nhiên, quá trình hợp tác cũng đặt ra nhiều thách thức liên quan đến việc bảo mật dữ liệu và bảo đảm chủ quyền thông tin quốc gia. Ngoài ra, trong các tình huống căng thẳng về địa chính trị cũng đang đặt báo chí trước áp lực phải nhanh chóng phản bác các chiến dịch thông tin sai lệch, luận điệu thù địch từ bên ngoài.

2.4.2. Về các yếu tố chủ quan

a. Ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số trong hoạt động báo chí

Việc ứng dụng công nghệ số đóng vai trò trung tâm trong việc hiện đại hóa quy trình sản xuất và truyền tải thông tin của báo chí Công an Nhân dân, đặc biệt trong lĩnh vực an ninh mạng mang tính đặc thù cao. Tuy nhiên, chuyển đổi số cũng đặt ra những thách thức đáng kể, đặc biệt là về mặt bảo mật hệ thống và đạo đức báo chí trong môi trường kỹ thuật số. Việc tích hợp các công nghệ tiên tiến hay nội dung do AI tạo ra cần được cân nhắc kỹ lưỡng để không vi phạm quy định pháp luật và chuẩn mực đạo đức báo chí.

b. Trình độ nghiệp vụ và kiến thức chuyên sâu về an ninh mạng của đội ngũ phóng viên, biên tập viên

Mặc dù trong lĩnh vực an ninh mạng báo chí Công an nhân dân đã có sự phối hợp, trao đổi với Cục An ninh mạng và Phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao, tuy nhiên chất lượng thông tin về an ninh mạng trên báo chí Công an nhân dân phụ thuộc trực tiếp vào trình độ nghiệp vụ báo chí và kiến thức chuyên môn về công nghệ thông tin của đội ngũ phóng viên, biên tập viên. Một đội ngũ có năng lực chuyên môn sâu sẽ bảo đảm khả năng phân tích chính xác các hiện tượng tấn công mạng, hay khả năng chuyển ngữ để dễ tiếp cận hơn với công chúng. Ngược lại, sự thiếu hụt kiến thức chuyên ngành có thể dẫn đến những sai sót nghiêm trọng như đánh giá sai mức độ rủi ro, diễn đạt không chính xác các khái niệm kỹ thuật, hoặc vô tình tiết lộ thông tin nhạy cảm. Việc thường xuyên cập nhật xu hướng công nghệ, đặc biệt là các công nghệ mới, cũng như các thủ đoạn tội phạm mạng hiện đại là yếu tố hết sức quan trọng nhằm nâng cao năng lực tác nghiệp của đội ngũ phóng viên, biên tập viên.

c. Sự phối hợp với các cơ quan chức năng

Sự phối hợp hiệu quả giữa báo chí Công an nhân dân với các cơ quan chức năng, đặc biệt là Cục An ninh mạng và phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao, Hiệp hội An ninh mạng quốc gia (NCA) là một trong những yếu tố nâng cao chất lượng và độ chính xác của thông tin truyền thông. Tuy nhiên, mối quan hệ phối hợp này cũng đòi hỏi tính kỷ luật thông tin rất cao, thiếu chủ động. Do đó, các phóng viên không chỉ phải đảm bảo tính thời sự, mà còn phải tuân thủ nghiêm ngặt các nguyên tắc về bảo mật, không làm ảnh hưởng đến công tác điều tra và xử lý tội phạm. Đồng thời, vai trò của báo chí như một "cầu nối" giữa lực lượng chức năng và nhân dân cần được phát huy

thông qua cơ chế phản hồi, tương tác hai chiều, nhằm nâng cao nhận thức cộng đồng về phòng, chống tội phạm công nghệ cao.

d. Nguồn lực tài chính và chính sách về an ninh mạng trên báo chí

Nguồn lực tài chính và hệ thống chính sách phát triển là hai yếu tố quyết định mức độ hiện đại hóa và khả năng thích ứng của báo chí Công an nhân dân trong bối cảnh an ninh mạng ngày càng phức tạp. Việc được đầu tư bài bản từ ngân sách nhà nước giúp báo chí Công an Nhân dân có điều kiện tiếp cận các công nghệ tiên tiến như phần mềm phân tích dữ liệu lớn, hệ thống bảo mật cao cấp, từ đó đảm bảo an toàn thông tin trong quá trình tác nghiệp. Ngoài ra, các chính sách phát triển báo chí chuyên ngành sẽ tạo môi trường thuận lợi cho việc thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, tổ chức được các khóa đào tạo nâng cao và triển khai các dự án truyền thông đa nền tảng. Tuy nhiên, việc phụ thuộc quá mức vào ngân sách công cũng đặt ra vấn đề về tính chủ động tài chính và hiệu quả kinh tế.

2.5. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này áp dụng phương pháp phân tích tài liệu thứ cấp nhằm làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông về an ninh mạng của báo chí Công an Nhân dân. Dữ liệu được thu thập từ các nguồn chính thống và có độ tin cậy cao như báo cáo chuyên ngành của Cục An ninh mạng và Phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao, Hiệp hội An ninh mạng Quốc gia (NCA), trên website của báo Công an Nhân dân và Truyền hình ANTV, cùng với các công trình nghiên cứu khoa học đã được công bố trong và ngoài nước. Thông qua quá trình tổng hợp, đối chiếu và khái quát hóa, nghiên cứu không chỉ nhận diện xu hướng phát triển mà còn phân tích các thách thức và cơ hội của báo chí Công an nhân dân trong bối cảnh chuyển đổi số. Trên nền tảng lý thuyết sử dụng và hài lòng, lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự và lý thuyết hợp nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ, nghiên cứu định vị vai trò của báo chí Công an nhân dân trong việc đấu tranh, định hướng và phòng ngừa các nguy cơ đe dọa trên không gian mạng. Cùng với phương pháp tổng quan, thống kê, phân tích định tính cho phép nghiên cứu đưa ra những luận cứ khoa học, phục vụ việc hoạch định giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông an ninh mạng một cách thiết thực và có hệ thống trong tình hình hiện nay.

3. Phương thức bảo đảm an ninh mạng trên báo chí tại một số nước trên thế giới

Trong bối cảnh toàn cầu hóa thông tin và sự phát triển vượt bậc của công nghệ số, các quốc gia trên thế giới đã và đang xây dựng nhiều mô hình quản trị an ninh mạng nhằm bảo vệ hệ thống thông tin báo chí, vốn đóng vai trò trọng yếu trong việc định hình nhận thức công chúng và bảo vệ lợi ích quốc gia trên không gian mạng. Thực tiễn quốc tế cho thấy rằng bảo đảm an ninh mạng trong lĩnh vực báo chí đòi hỏi một cách tiếp cận toàn diện, kết hợp giữa thiết chế pháp lý nghiêm ngặt, hạ tầng kỹ thuật số hiện đại, cơ chế phối hợp đa ngành và đặc biệt là vai trò trung tâm của Nhà nước trong hoạch định chính sách, định hướng và giám sát thực thi.

3.1. Hoa Kỳ

Quốc gia được xem là hình mẫu về quản trị an ninh mạng hiện đại, chính phủ đã xây dựng một hệ thống pháp lý, thể chế và cơ quan chuyên trách có tính phân công rõ ràng và tính phối hợp cao. Thông qua việc thành lập các cơ quan như Cơ quan An ninh mạng và cơ sở hạ tầng (CISA), Bộ Tư lệnh Không gian mạng (USCYBERCOM) cùng các đạo luật điển hình như Luật Chia sẻ thông tin an ninh mạng (CISA Act 2015), Mỹ thực hiện cả nhiệm vụ phòng ngừa, phát hiện và phản ứng nhanh trước các mối đe dọa an ninh mạng. Đồng thời, hệ sinh thái báo chí tại Mỹ còn được nâng cao năng lực thông qua mối liên kết chặt chẽ với các tổ chức kiểm chứng thông tin độc lập và các công ty công nghệ, góp phần tăng cường khả năng phản bác tin giả, giảm thiểu rủi ro lây lan thông tin sai lệch trên mạng xã hội [6].

3.2. Liên bang Nga

Thể hiện cách tiếp cận mang tính kiểm soát và chủ quyền số cao trong quản trị an ninh truyền thông. Với hệ thống luật pháp mạnh mẽ như Luật về Thông tin, công nghệ thông tin và An ninh thông tin (149-FZ), Luật Dữ liệu cá nhân (152-FZ) và đặc biệt là Luật Nội địa hóa dữ liệu (242-FZ), Nga buộc các nền tảng kỹ thuật số trong và ngoài nước phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về lưu trữ và xử lý thông tin người dùng trong phạm vi lãnh thổ quốc gia. Cùng với đó, sự hiện diện của các cơ quan an ninh như FSB, Bộ Quốc phòng và cơ quan giám sát truyền thông đóng vai trò chủ đạo trong điều phối, kiểm duyệt và can thiệp kịp thời vào các mối đe dọa đến an ninh truyền thông [6].

3.3. Đức

Chính phủ ban hành Đạo luật NetzDG, một trong những đạo luật tiên phong tại châu Âu trong việc kiểm soát nội dung trên mạng xã hội với mức phạt lên tới hàng chục triệu euro nếu vi phạm quy định về nội dung kích động thù hận hoặc sai lệch thông tin. Cùng với Luật An ninh mạng năm 2015, Đức yêu cầu các tổ chức hạ tầng quan trọng phải tuân thủ tiêu chuẩn bảo mật được Văn phòng Bảo mật Thông tin Liên bang (BSI) chứng nhận, đảm bảo tính toàn vẹn và sẵn sàng ứng phó của hệ thống báo chí quốc gia.

3.4. Pháp

Cũng là một quốc gia đi đầu trong việc xây dựng thiết chế bảo đảm an ninh mạng quốc gia, đặc biệt trong lĩnh vực báo chí và truyền thông xã hội. Việc thành lập Cơ quan ANSSI và Bộ Tư lệnh không gian mạng (COMCYBER) giúp Pháp xây dựng năng lực chủ động phòng thủ trong không gian số. Đạo luật chống tin giả trên mạng xã hội (2018) được thông qua nhằm hình sự hóa hành vi phát tán thông tin sai lệch có chủ đích, đặc biệt trong thời kỳ bầu cử, cho thấy quyết tâm của Chính phủ Pháp trong việc bảo vệ tính chính danh và ổn định chính trị qua kênh truyền thông [6].

3.5. Liên minh châu Âu (EU)

Với tính chất liên chính phủ đa quốc gia, đã triển khai một chiến lược tập thể nhằm bảo vệ an ninh mạng và báo chí số thông qua các thiết chế như Cơ quan An ninh mạng châu Âu (ENISA), Đơn vị không gian mạng chung (Joint Cyber Unit), Khung pháp lý toàn diện với các chỉ thị NIS,

NIS2 và quy định bảo vệ dữ liệu cá nhân GDPR. Đặc biệt, EU đã thiết lập các quy tắc ứng xử nghiêm ngặt với các nền tảng mạng xã hội trong việc kiểm duyệt nội dung thù hận và tin giả, tạo nên sự ràng buộc trách nhiệm rõ ràng giữa các bên liên quan trong hệ sinh thái truyền thông mạng.

Từ các trường hợp điển hình nêu trên, có thể thấy rằng các quốc gia đều nhất quán trong việc đặt an ninh mạng và an ninh truyền thông ở vị trí trọng yếu trong chiến lược an ninh quốc gia. Những điểm chung có thể rút ra bao gồm: (1) xây dựng khung pháp lý đồng bộ, liên tục cập nhật theo diễn biến công nghệ; (2) thành lập các cơ quan chuyên trách có tính phối hợp cao; (3) đầu tư chiều sâu vào hạ tầng kỹ thuật số và bảo mật thông tin báo chí; (4) kiểm soát nội dung truyền thông một cách hợp lý, tránh xâm phạm quyền tự do báo chí nhưng vẫn bảo vệ được lợi ích cộng đồng; (5) phát triển năng lực nội tại của báo chí thông qua đào tạo, liên kết và chia sẻ dữ liệu giữa các bên liên quan [6].

4. Giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông về an ninh mạng trên báo chí Công an Nhân dân

4.1. Nâng cao chất lượng nội dung và đa dạng hóa hình thức truyền thông

Một trong những giải pháp trọng tâm nhằm nâng cao chất lượng thông tin về an ninh mạng trên báo chí Công an Nhân dân là chú trọng phát triển nội dung có chiều sâu cùng với việc tăng cường số lượng bài viết, đồng thời đổi mới hình thức thể hiện nhằm phù hợp với thị hiếu đa dạng của công chúng. Việc xây dựng đội ngũ phóng viên chuyên sâu, có kiến thức toàn diện cả về nghiệp vụ báo chí và an ninh mạng là điều kiện bắt buộc. Báo chí Công an Nhân dân cần hình thành mạng lưới cộng tác viên là các chuyên gia, nhà nghiên cứu trong và ngoài ngành để nâng cao chất lượng phân tích và phản ánh thông tin chuyên sâu. Song song đó, hệ thống dữ liệu số về các vụ án điển hình và xu hướng tội phạm mạng cần được đầu tư và khai thác như một nguồn tư liệu nền tảng cho việc xây dựng nội dung chuyên đề.

Về hình thức truyền tải, sự kết hợp giữa báo in truyền thống và các nền tảng số (multimedia) là hướng đi tất yếu. Các sản phẩm truyền thông đa phương tiện như video giải thích, bảng biểu hướng dẫn, cảnh báo (infographic), podcast và ứng dụng thực tế ảo (VR) giúp truyền tải thông tin phức tạp một cách trực quan và dễ hiểu, đặc biệt đối với công chúng trẻ tuổi. Bên cạnh đó, việc cá nhân hóa nội dung theo từng nhóm độc giả là doanh nghiệp, học sinh, sinh viên, người cao tuổi, người dân tộc thiểu số hoặc theo yếu tố đặc trưng văn hóa từng vùng miền, sẽ góp phần tăng tính lan tỏa và hiệu quả tiếp cận. Kết hợp giữa nội dung chuyên sâu và hình thức truyền thông hiện đại chính là chìa khóa nâng cao vị thế của báo chí Công an Nhân dân trong lĩnh vực tuyên truyền, giáo dục nhận thức cộng đồng về an ninh mạng.

4.2. Đấu tranh, kiểm soát và phản bác thông tin sai lệch, tin giả trên không gian mạng

Trong bối cảnh tin giả, thông tin sai lệch ngày càng phổ biến, báo chí Công an Nhân dân cần chủ động trong việc xác minh, phản bác và định hướng thông tin. Việc thành lập chuyên mục “Cảnh báo tin giả”, “An ninh mạng”, triển khai các công cụ fact-check, kết hợp cả AI và kiểm duyệt thủ công sẽ giúp nâng cao tốc độ xử lý và độ chính xác.

Đồng thời, cơ chế tiếp nhận phản ánh từ độc giả thông qua hotline hoặc các nền tảng trực tuyến không chỉ tăng cường sự tương tác hai chiều mà còn biến cộng đồng mạng thành lực lượng hỗ trợ hiệu quả trong cuộc chiến chống thông tin sai lệch, tin giả. Định hướng dư luận xã hội cũng là một chức năng đặc thù, nổi bật của báo chí Công an Nhân dân. Báo chí Công an Nhân dân cũng cần tăng cường các sản phẩm truyền thông tích cực như phóng sự về thành tựu bảo mật, các buổi phỏng vấn chuyên gia, bảng biểu cảnh báo về thủ đoạn tội phạm công nghệ cao, đồng thời lan tỏa rộng rãi qua các nền tảng như Facebook, TikTok, Zalo. Ngoài ra, việc phối hợp chặt chẽ với Cục An ninh mạng và Phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao (A05), Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các mạng xã hội để gỡ bỏ hoặc gắn nhãn bài viết vi phạm là giải pháp cần thiết để bảo vệ môi trường mạng an toàn. Về lâu dài, có thể học hỏi các mô hình kiểm soát tin giả từ các quốc gia trên thế giới và trong khu vực sẽ giúp hoàn thiện cơ chế phòng ngừa và ứng phó.

4.3. Tăng cường ứng dụng công nghệ và hiện đại hóa báo chí

Trong kỷ nguyên số, việc ứng dụng công nghệ hiện đại là nhân tố quyết định hiệu quả và độ chính xác trong truyền thông về an ninh mạng. Việc xây dựng tòa soạn số tích hợp công nghệ AI và Big Data cho phép phân tích xu hướng tội phạm mạng theo thời gian thực, đồng thời phát hiện nguy cơ tiềm ẩn từ các nguồn mở (OSINT). Các hệ thống xuất bản đa phương tiện (multimedia platform) với khả năng kết hợp bài viết - video - đồ họa tương tác sẽ nâng cao tính hấp dẫn và khả năng tiếp nhận thông tin của độc giả. Việc phát triển hệ thống kiểm chứng thông tin bằng blockchain, xây dựng ứng dụng di động có tính năng tiếp nhận tin giả từ người dân, triển khai cảnh báo tự động bằng AI... là các giải pháp mang tính công nghệ cao mà báo chí Công an nhân dân cần triển khai sớm trong thời gian tới. Việc sử dụng AI, blockchain để kiểm chứng thông tin, cũng như tăng cường bản lĩnh chính trị và nghiệp vụ chuyên sâu là điều kiện cần thiết để báo chí Công an Nhân dân thực hiện hiệu quả vai trò định hướng dư luận, bảo vệ uy tín và lợi ích quốc gia trên không gian mạng. Về lâu dài, việc phối hợp với Cục An ninh mạng và Phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao nhằm kết nối với hệ thống giám sát an ninh mạng quốc gia sẽ đưa hoạt động báo chí Công an nhân dân bước vào thời kỳ số hóa toàn diện, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về tốc độ và độ tin cậy thông tin về an ninh mạng.

4.4. Nâng cao kiến thức chuyên sâu về an ninh mạng của đội ngũ phóng viên

Việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ hiện đại vào quy trình sản xuất tin tức và xây dựng quy trình kiểm soát bảo mật trở thành hướng đi tất yếu trong bối cảnh chuyển đổi số của báo chí Công an Nhân dân hiện nay. Bên cạnh đó, một trong những yêu cầu chất lượng thông tin về an ninh mạng, ngoài năng lực về khoa học công nghệ, đòi hỏi các phóng viên phải có khả năng chuyển ngữ nội dung kỹ thuật sang ngôn ngữ đại chúng, đảm bảo người dân dễ hiểu, dễ tiếp cận nhưng vẫn giữ được tính chính xác và khoa học. Chính vì vậy, yếu tố để đảm bảo chất lượng thông tin về

lĩnh vực an ninh mạng đó là phải có nguồn nhân lực chất lượng cao, có năng lực số trong lĩnh vực này. Hoạt động cập nhật kiến thức công nghệ thông tin và an ninh mạng cho đội ngũ phóng viên cũng cần được chú trọng nhằm bảo đảm chất lượng chuyên môn trong môi trường truyền thông đặc thù.

Báo chí Công an Nhân dân cần xây dựng chương trình đào tạo dài hạn theo ba trụ cột: hiểu biết pháp luật, kỹ năng phân tích dữ liệu và tác nghiệp an toàn trong môi trường mạng. Ngoài đào tạo nội bộ, cần có cơ chế cử phóng viên đi thực tập thực tế tại các đơn vị nghiệp vụ về an ninh mạng, tiếp cận trực tiếp các vụ việc công nghệ cao để tích lũy kinh nghiệm thực chiến. Đặc biệt, việc xây dựng chuyên mục riêng biệt về an ninh mạng và hình thành các nhóm phóng viên chuyên trách theo chủ đề như gián điệp mạng, tội phạm tài chính số, mã độc tống tiền, lừa đảo, tin giả, tin xuyên tạc... sẽ giúp nâng cao tính chuyên môn hóa. Mỗi nhóm nên được trang bị công cụ phân tích chuyên sâu, phối hợp chặt chẽ với Cục An ninh mạng và Phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao, tham gia định kỳ các buổi họp định hướng nội dung với chuyên gia trong Ngành. Ngoài ra, cơ chế đánh giá bài viết theo độ chính xác, chiều sâu chuyên môn và giá trị phục vụ cộng đồng sẽ tạo động lực nâng cao trình độ, góp phần xây dựng một đội ngũ chuyên nghiệp, chủ động và bản lĩnh.

4.5. Tăng cường hợp tác quốc tế trong truyền thông về an ninh mạng

Trước các mối đe dọa an ninh mạng xuyên quốc gia, việc mở rộng hợp tác quốc tế là giải pháp chiến lược. Báo chí Công an Nhân dân cần thiết lập mối quan hệ với các cơ quan báo chí, tổ chức truyền thông quốc tế nhằm trao đổi các thỏa thuận về thông tin, đào tạo phóng viên, tổ chức hội thảo song phương... là nền tảng cho việc nâng cao chất lượng và tính quốc tế hóa trong nội dung báo chí không chỉ riêng về vấn đề an ninh mạng. Bên cạnh đó, việc tham gia các diễn đàn toàn cầu như Hội nghị An ninh mạng thế giới (GCF), Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) hay hợp tác với các tổ chức như Interpol, ITU sẽ giúp báo chí Công an Nhân dân tiếp cận sớm các cảnh báo an ninh mạng và xu hướng truyền thông mới nhất. Việc xây dựng chuyên mục "An ninh mạng" trong đó thường xuyên đưa tin về an ninh mạng trên thế giới, sản xuất phóng sự chung, hoặc chia sẻ dữ liệu an ninh mạng thời gian thực với các đơn vị nước ngoài sẽ giúp nâng cao uy tín, đóng góp tích cực vào cuộc chiến toàn cầu phòng, chống tội phạm mạng.

4.6. Đầu tư tài chính và chính sách về an ninh mạng trên báo chí

Để bảo đảm tính bền vững và chuyên nghiệp hóa hoạt động truyền thông cũng như chất lượng thông tin về an ninh mạng, báo chí Công an Nhân dân cần được đầu tư tài chính một cách chiến lược và đồng bộ. Ưu tiên ngân sách dành cho xây dựng hạ tầng công nghệ hiện đại, phần mềm kiểm chứng tự động, nền tảng bảo mật thông tin, và hệ thống số hóa dữ liệu tòa soạn. Đồng thời, quỹ đào tạo, cơ chế đãi ngộ cho phóng viên chuyên trách và các dự án truyền thông chuyên sâu cần được quy hoạch dài hạn, linh hoạt. Bên cạnh tài chính, việc hoàn thiện chính sách phát triển báo chí chuyên ngành là yêu cầu thiết yếu. Vừa qua,

Bộ Công an đề xuất hợp nhất, hoàn thiện quy định pháp luật về an ninh mạng trên cơ sở hợp nhất Luật An ninh mạng (2018) và Luật An toàn thông tin mạng (2015) thành Luật An ninh mạng năm 2025. Qua đó, dễ thấy rằng, báo chí cũng cần có quyền tiếp cận thông tin đặc thù phục vụ điều tra công nghệ cao, được bảo vệ nguồn tin và có quy chế phối hợp với các đơn vị nghiệp vụ trong kiểm duyệt và xuất bản, tuy nhiên báo chí cũng cần bảo đảm tính bảo mật khi những vụ việc đang được điều tra, xử lý. Hệ thống tiêu chuẩn nghiệp vụ chuyên môn hóa theo mảng an ninh mạng cần được ban hành kịp thời. Việc thiết lập quy tắc đạo đức báo chí, cân bằng giữa bảo mật và minh bạch thông tin là những yếu tố góp phần bảo đảm hiệu quả đầu tư, đồng thời nâng cao uy tín và vị thế của báo chí Công an Nhân dân trong hệ thống truyền thông quốc gia.

5. Kết luận


Việc đầu tư nguồn lực tài chính và hoàn thiện chính sách phát triển là cơ sở, động lực để báo chí Công an Nhân dân nâng cao chất lượng thông tin về an ninh mạng, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của xã hội trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay. Với nguồn ngân sách được phân bổ hợp lý cùng cơ chế tài chính linh hoạt, báo chí Công an Nhân dân sẽ có điều kiện ứng dụng công nghệ hiện đại, đào tạo đội ngũ phóng viên chuyên nghiệp và triển khai các đề án điều tra chuyên sâu. Đồng thời, hệ thống chính sách đồng bộ sẽ tạo hành lang pháp lý rõ ràng, giúp báo chí Công an Nhân dân hoạt động hiệu quả mà vẫn đảm bảo tính chính xác, kịp thời và bảo mật thông tin. Giải quyết được các yếu tố tác động nội sinh và ngoại sinh, trong đó có các yếu tố cơ bản như ứng dụng công nghệ hiện tại, thói quen tiếp nhận thông tin của công chúng, nâng cao năng lực chuyên sâu về lĩnh vực an ninh mạng của đội ngũ phóng viên sẽ

giúp báo chí Công an Nhân dân trở thành kênh thông tin tin cậy, đi đầu trong cuộc chiến phòng chống tội phạm mạng, góp phần bảo vệ an ninh quốc gia và quyền lợi người dân trong không gian số. Đây không chỉ là nhiệm vụ của riêng của báo chí Công an Nhân dân mà cần có sự chung tay của cả hệ thống báo chí, của cả hệ thống chính trị và sự ủng hộ của toàn xã hội để xây dựng một môi trường mạng an toàn, minh bạch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] <https://antv.gov.vn/tim-kiem.html?q=kh%C3%B4ng+gian+m%E1%BA%A1ng,03/4/2025>.
[2] <https://cand.com.vn/Search/%22an%20ninh%20m%E1%BA%A1ng%22,03/4/2025>.
[3] Nguyễn Đăng, “13.900 vụ tấn công mạng trong năm 2023 gây thiệt hại hơn 390.000 tỉ đồng”, <https://laodong.vn/>, 2024, <https://laodong.vn/cong-nghe/13900-vu-tan-cong-mang-trong-nam-2023-gay-thiet-hai-hon-390000-ti-dong-1353084.lido,02/4/2025>.
[4] Cybersecurity Ventures, “Cybercrime To Cost The World\$9.5 Trillion USD Annually In 2024”, <https://www.esentire.com/>, 2024, <https://www.esentire.com/web-native-pages/cybercrime-to-cost-the-world-9-5-trillion-usd-annually-in-2024,02/4/2025>.
[5] Hiệp hội An ninh mạng quốc gia, “Báo cáo tổng kết An ninh mạng năm 2024 (khu vực người dùng cá nhân)”, <https://www.nca.org.vn/>, 2024,<https://www.nca.org.vn/news/detail/bao-cao-tong-ket-an-ninh-mang-nam-2024-khu-vuc-nguoi-dung-ca-nhan?l=vi,02/4/2025>.
[6] Nguyễn Thị Trường Giang, “Kinh nghiệm của Mỹ và một số quốc gia ở châu Âu trong bảo đảm an ninh truyền thông trên không gian mạng”, <https://nguoiambao.vn>, 2023, <https://nguoiambao.vn/kinh-nghiem-cua-my-va-mot-so-quoc-gia-o-chau-au-trong-bao-dam-an-ninh-truyen-thong-tren-khong-gian-mang,08/5/2025>.
[7] Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam, *Luật An ninh mạng*, Nxb Chính trị quốc gia sự thật, Hà Nội, 2018.
[8] Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, *Luật Báo chí*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia sự thật, Hà Nội, 2016.

Thông tin về tác giả

	<p>NCS Lê Đắc Huy</p> <ul style="list-style-type: none">- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu): Nghiên cứu sinh chuyên ngành Báo chí học tại Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn Hà Nội.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Nghiên cứu viên chính, Viện Khoa học An ninh, Học viện An ninh nhân dân.- Lĩnh vực quan tâm: An ninh mạng trên báo điện tử ở Việt Nam hiện nay.- Điện thoại: 0987.387.388.- Email: huybg.tl@gmail.com.
--	--

PHÁT HUY NĂNG LỰC SỐ CHO SINH VIÊN SƯ PHẠM MỸ THUẬT QUA TRẢI NGHIỆM MỸ THUẬT TRUYỀN THỐNG THỜI ĐẠI 4.0

ENHANCING DIGITAL COMPETENCIES FOR FINE ARTS EDUCATION STUDENTS THROUGH TRADITIONAL ART EXPERIENCES IN THE 4.0 ERA

Đào Thị Thúy Anh*, Nguyễn Huy Du

Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương

Đào Thị Thúy Anh*, Nguyễn Huy Du

National University of Arts Education; thuyanhdao.mt@gmail.com, duhuynghuy@gmail.com

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Đào Thị Thúy Anh (email: thuyanhdao.mt@gmail.com)

Tóm tắt - Truyền thông số, năng lực số, chuyển đổi số, công nghệ dạy học, công nghiệp sáng tạo, 4.0... là những cụm từ gần đây được các giới, các ngành nhắc tới nhiều trong thời đại bùng nổ công nghệ thông tin. Vấn đề phát huy năng lực số cho sinh viên Sư phạm Mỹ thuật là những yêu cầu cần thiết để các em có khả năng tiếp cận mỹ thuật truyền thống trên cơ sở những hiểu biết của cá nhân qua đó góp phần vận dụng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) như thành thạo AI - làm chủ trí tuệ nhân tạo, thành thạo công nghệ số... góp phần phát huy và giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc. Học tích hợp, học sáng tạo đồng thời thông qua các hoạt động trải nghiệm mỹ thuật với sự đa dạng của các mô hình hoạt động, sinh viên sẽ góp phần truyền thông, quảng bá di sản văn hóa dân tộc trong kỷ nguyên số hiệu quả

Từ khóa - “Hệ sinh thái giáo dục”, “năng lực số”, “trải nghiệm số”, “truyền thông số”, “mỹ thuật truyền thống

1. Đặt vấn đề về Vai trò của năng lực số đối với sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật

Năng lực số được hiểu là khả năng nắm bắt được cách thức sử dụng các công cụ số trong việc chia sẻ thông tin phục vụ nghiên cứu và biểu đạt của bản thân. Đối với sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật, năng lực số được xem là yếu tố then chốt trong học tập, nghiên cứu và phát triển sự nghiệp của giáo viên trong tương lai. Về cơ bản sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật được học tập, trang bị kiến thức chuyên môn bài bản, ứng dụng công nghệ thông tin vào thực tiễn học tập, nghiên cứu và sáng tác cũng như thực tập giảng dạy; Tuy nhiên để năng lực số của sinh viên được phát huy hiệu quả hơn nữa cần xây dựng thêm một số mô hình trải nghiệm số để giảng viên, sinh viên tận dụng được các lợi ích của công nghệ, thúc đẩy khả năng sáng tạo.

Năng lực số của sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật được thể hiện ở khả năng truy cập công nghệ thông tin thành thạo, quản trị hệ thống phần mềm, ứng dụng công nghệ hiệu quả vào thực tiễn, hiểu biết và kết hợp sáng tạo thông tin một cách an toàn, phù hợp năng lực cá nhân với lĩnh vực ngành nghề theo học như: năng lực sử dụng máy tính với các tính năng ưu việt của các phần mềm Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Autocad... Dựa trên năng lực khai thác công nghệ thông tin, xử lý thông tin và truyền thông sự kiện mỹ thuật có thể đánh giá và định hướng phát huy năng lực cho sinh viên.

Việc đánh giá và phát triển năng lực số của sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật có liên quan trực tiếp đến chỉ số DQ (là từ viết tắt Digital Intelligence - chỉ số thông minh kỹ thuật số) và khả năng linh hoạt trong đánh giá sự khác biệt của lĩnh vực sáng tạo với chỉ số

Abstract - Digital media, digital competence, digital transformation, educational technology, the creative industry, and Industry 4.0 are terms that have become increasingly prevalent across various sectors in this age of technological advancement. Enhancing digital competencies among Fine Arts Education students is an essential requirement, enabling them to engage with traditional art forms through a foundation of personal understanding. This, in turn, supports the effective application of information and communication technologies (ICT), such as proficiency in artificial intelligence and digital tools, while also contributing to the preservation and promotion of national cultural identity. By participating in integrated and creative learning through diverse experiential art activities, students play an active role in communicating and promoting cultural heritage in the digital era effectively

Keywords - “Education ecosystem”, “digital competence”, “digital experience”, “digital media”, “traditional fine arts

đánh giá EQ (Emotional Quotient, - trí tuệ cảm xúc) và CQ (Creative Quotient – chỉ số sáng tạo).

Giảng viên tích hợp kỹ năng số vào bài dạy phù hợp đối tượng sẽ giúp sinh viên Sư phạm mỹ thuật lĩnh hội bài học hiệu quả để chuyển hóa lý thuyết thành cơ sở thực tiễn sáng tác, từ đó tạo nên các sản phẩm mỹ thuật, các mô hình sáng tạo độc đáo. Trước những thay đổi mạnh mẽ của công nghệ trong xã hội thì việc nâng cao năng lực số là điều kiện cần thiết của quá trình tối ưu hóa hiệu quả “hệ sinh thái giáo dục số”. Nhắc đến “hệ sinh thái giáo dục số” là nhắc đến vấn đề tích hợp công nghệ, đổi mới phương pháp sư phạm và xây dựng chính sách thể chế, tạo ra một môi trường học tập mang tính cá nhân hóa, dễ tiếp cận và bền vững. Thông tư số 02/2025/TT-BGDĐT ngày 24/1/2025 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về Khung năng lực số cho người học, bên cạnh đó UNESCO cũng quy định về khung Năng lực số dành cho Nhà giáo và có những hướng dẫn cụ thể về khả năng tích hợp kỹ năng số vào giảng dạy; Điều đó đã xác định tầm quan trọng của năng lực số đối với người dạy và người học trong giai đoạn hiện nay với tầm nhìn phát triển tương lai.

2. Trải nghiệm số qua chủ đề kết nối mỹ thuật truyền thống Việt Nam cho sinh viên Sư phạm mỹ thuật

Trải nghiệm hoạt động mỹ thuật truyền thống là một hoạt động nghệ thuật thu hút nhiều cơ sở đào tạo, trung tâm nghệ thuật và công chúng quan tâm những năm trở lại đây. Trải nghiệm tại bảo tàng, làng nghề, xưởng thực hành nghệ thuật hoặc tại không gian sáng tạo nhìn chung được triển khai khá đa dạng, tạo sự hứng khởi cho học sinh, sinh viên và những ai quan tâm đến di sản mỹ thuật và những giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam. Cần lựa

chọn chủ đề trải nghiệm mỹ thuật phù hợp với sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật trên nền tảng số, trải nghiệm số tại không gian lớp học, bảo tàng hoặc hướng dẫn trải nghiệm tạo hình với vật liệu tái chế trên không gian mạng là ý tưởng khả quan trong triển khai dạy học trong kỷ nguyên số. Trải nghiệm số được hiểu là sự tích hợp, đồng bộ hóa các yếu tố công nghệ vào thực tiễn trải nghiệm hoạt động truyền thông, sáng tạo cho sinh viên. Trải nghiệm hoạt động mỹ thuật ở trường phổ thông không bó hẹp trong một hình thức hay mô hình tổ chức cố định; Bởi vậy, cần có kế hoạch năm học, căn cứ tình hình thực tiễn và cơ sở vật chất cho phép của khoa Sư phạm mỹ thuật có thể tổ chức cho sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật trải nghiệm số đa dạng dưới nhiều hình thức khác nhau. Từ đó, các em có nhiều cơ hội rèn luyện và sau này phát huy năng lực của mình khi đến thực tế dạy học ở phổ thông.

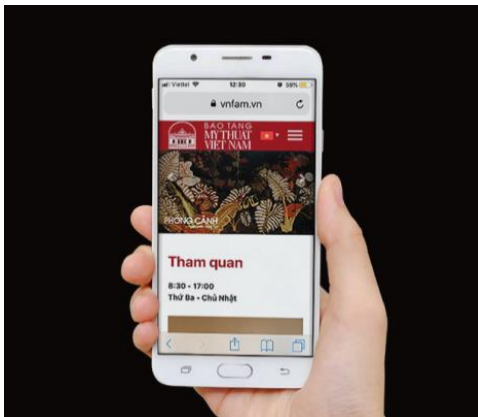
Thay vì đến trực tiếp thăm quan tại bảo tàng Mỹ thuật, sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật có thể tận dụng nguồn tài nguyên số của Bảo tàng mỹ thuật để tiếp cận các thông tin tài hiện về không gian trưng bày các tác phẩm mỹ thuật hiệu quả.



Hình 1. Không gian triển lãm trực tuyến VAES

Nguồn ảnh. Bảo tàng MTVN

Không gian số của bảo tàng mỹ thuật Việt Nam được dựng bằng công nghệ 3D, mô tả không gian thực tế, giúp sinh viên tiếp cận được các tác phẩm mọi nơi, mọi lúc thông qua website hoặc ứng dụng di động.

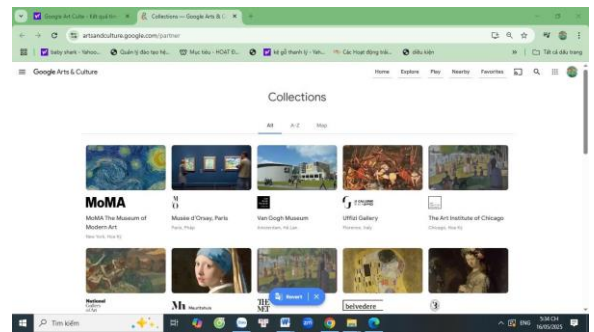


Hình 2. Đăng nhập trên thiết bị điện thoại thông minh

Nguồn ảnh. Bảo tàng MTVN

Sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật có thể trải nghiệm mỹ thuật nói chung, mỹ thuật truyền thống nói riêng với hệ sinh thái giáo dục số qua mối quan hệ tương tác giữa thầy và trò, giữa người học với người học trong môi trường giáo dục; Sử dụng mạng lưới tích hợp và linh hoạt, bao gồm sinh viên, giảng viên, hạ tầng công nghệ và các khung chính sách hoạt động phù hợp đối tượng sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật và chủ đề học tập gắn liền với chương trình giáo dục phổ thông 2018. Tận dụng công cụ số để nâng cao trải nghiệm giảng dạy và học tập về mỹ thuật truyền thống Việt Nam trên cơ sở:

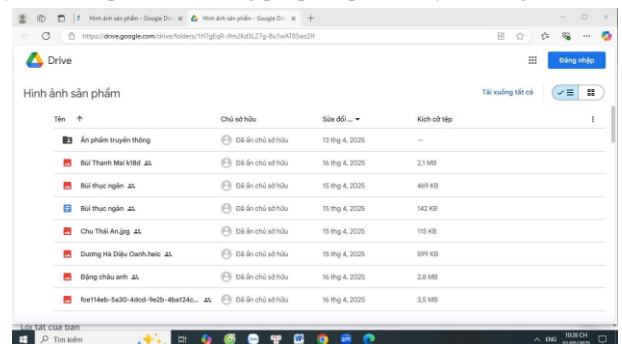
Kết nối liên thông: các công cụ và nền tảng số hoạt động đồng bộ; sinh viên có thể ra quyết định dựa trên dữ liệu để phân tích và cải thiện chất lượng học về mỹ thuật truyền thống qua ứng dụng Google Arts & Culture.



Hình 3. Ứng dụng phần mềm Google Arts & Culture

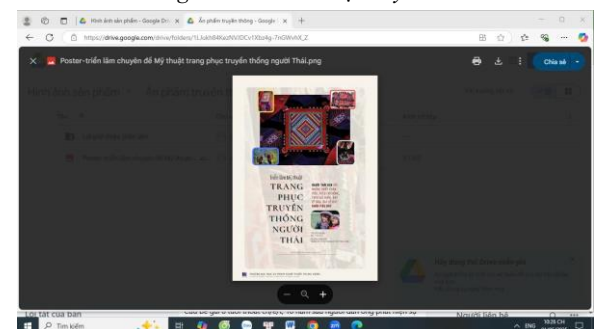
Nguồn ảnh. Nghệ thuật và văn hóa. google.com

Giảng viên và sinh viên cùng lúc ứng dụng hiệu quả mô hình sư phạm số: với mô hình lớp học đảo ngược, học tập kết hợp trò chơi bằng công cụ vẽ trên điện thoại thông minh, Ipad giúp người học tương tác và chủ động, chia sẻ dữ liệu trên nền tảng Google Drive... là một trong nhiều hướng tiếp cận các công cụ số trong dạy học. Người dạy sử dụng các công cụ một cách phù hợp và quyết định khi nào nên và không nên sử dụng các công cụ số; đồng thời, giảng viên chú ý đến tác động của các công cụ kỹ thuật số tới tư duy và phản ứng cảm xúc, trí tuệ của người học qua mỗi ứng dụng cụ thể. Có thể nói, gần đây Phương pháp Sư phạm số đang được nghiên cứu, ứng dụng trong môi trường giáo dục hiện đại đã dần thay đổi thói quen và Phương pháp Sư phạm truyền thống.



Hình 4. Ứng dụng Drive để chia sẻ bài tập

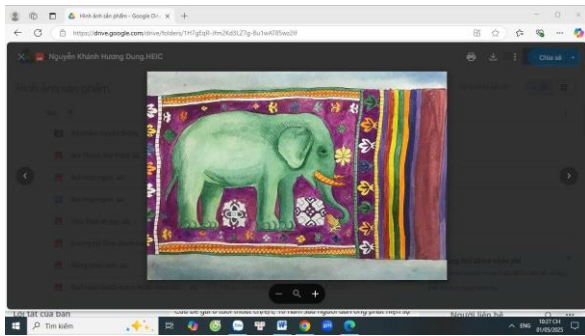
Nguồn ảnh. Đào Thị Thúy Anh



Hình 5. Thiết kế poster truyền thông về sự kiện triển lãm

Trên nền tảng Google Drive

Nguồn ảnh. Trần Tuấn Minh sinh viên K18 SPMT



Hình 6. Sinh viên trả bài trên nền tảng Google Drive

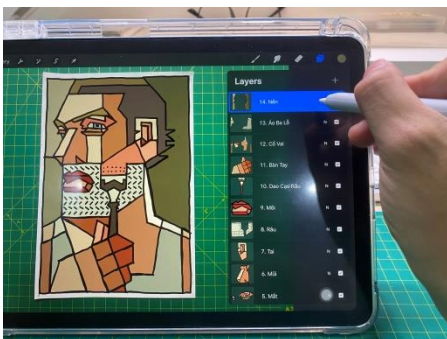
Nguồn ảnh. Nguyễn Khánh Hương Dung, K17 SPMT

Thông thường sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật ngoài việc học tập trên giảng đường còn được tham gia các hoạt động trải nghiệm ở nhiều không gian khác nhau: được đi thực tập sư phạm, thực tế chuyên môn, thực hành tạo video clip giới thiệu về khoa, về trường hoặc giới thiệu những công việc thường nhật của mình trên nền tảng Facebook với nội dung học tập Thiết kế mỹ thuật đa phương tiện.

Sinh viên có thể phát huy năng lực số qua nghiên cứu các di sản văn hóa vật thể và di sản văn hóa phi vật thể từ đó phát triển ý tưởng sáng tạo. Thực hành vẽ tranh trên các phần mềm ứng dụng có thể sử dụng để đăng hiệu quả trên tel thông minh, Ipad với phần mềm Procreate để tạo hình với bản nét sau đó đổi màu, điều chỉnh ánh sáng, bóng đổ, mảng, khối như mong muốn. Hoặc cũng có thể tái hiện lại hình ảnh, họa tiết trang trí trên các di sản kiến trúc, đồ thờ hay đơn giản là tái hiện phong cách nghệ thuật vẽ chân dung của họa sĩ qua ứng dụng này để góp phần nghiên cứu di sản mỹ thuật.

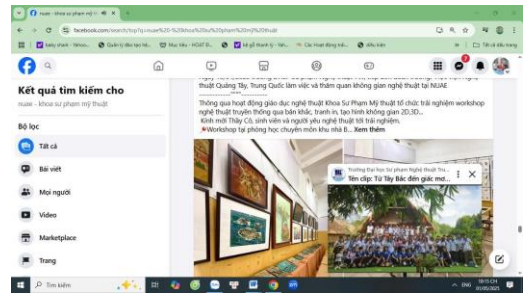


Hình 7. Thực hành vẽ tranh chân dung trên phần mềm Procreate Nguồn: Nguyễn Hải Bằng



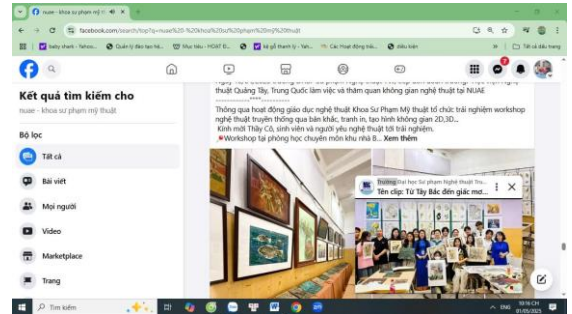
Hình 8. Thực hành vẽ tranh chân dung trên phần mềm Procreate Nguồn: Nguyễn Hải Bằng

Đồng thời, khi sử dụng thành thạo các thiết bị số, sinh viên tập lập các Video clip từ các hình tĩnh để tăng tính hấp dẫn và lưu giữ hình ảnh thông tin tốt nhất cho các tiết học.



Hình 9. Video clip của sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật

Nguồn. facebook NUAE khoa Sư phạm mỹ thuật



Hình 10. Video clip của sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật

Nguồn. facebook NUAE khoa Sư phạm mỹ thuật

Kết hợp linh hoạt nền tảng số và hoạt động thực tiễn để trải nghiệm mỹ thuật truyền thống Việt Nam:

Giã định không gian làng tranh Đông Hồ tại sân trường với các hình trang trí bức tranh Đông Hồ gợi không khí chợ tết như ở chợ quê truyền thống ngày xưa của làng Thuận Thành, Bắc Ninh. Sinh viên hóa trang thành nghệ nhân và cùng tham gia với các thành viên vào hoạt động mỹ thuật với ván in, giấy dó, lò in, mực in và màu sắc chế tác từ thảo mộc như nguyên liệu của làng Đông Hồ.

Những ý tưởng sáng tạo tại không gian văn hóa làng nghề sẽ khơi dậy tiềm năng sáng tạo của sinh viên để sau này các em sẽ tổ chức tại trường phổ thông. In, khắc, tái hiện tranh dân gian và tạo các video để đăng tin, viết bài, thực hiện công nghệ số với truyền thông đa phương tiện trên nền tảng mạng xã hội công khai zalo, facebook cho sự kiện hoạt động.

Trong điều kiện thực tế tại Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương, sinh viên không chỉ đến thăm quan bảo tàng, trải nghiệm công nghệ thực tế ảo mà còn được tham gia sáng tạo tại chính không gian lớp học với nhiều hình thức khác nhau như tổ chức workshop, Seminar nhằm tạo điều kiện phát triển năng lực phù hợp. Để tổ chức thành công hoạt động trải nghiệm làng cổ Đường Lâm, Sơn Tây có thể đề xuất kế hoạch xây dựng và triển khai mô hình hợp tác xã nghề truyền thống và xưởng thực hành trưng bày nghệ thuật Đường Lâm.

Thực hiện kế hoạch nhân rộng mô hình Hợp tác xã tại địa phương và các làng nghề truyền thống. Thực hiện chủ đề “*Kết nối Mỹ thuật truyền thống với đời sống đương đại thế kỷ 21 trước thách thức công nghệ số*”; Nhằm nâng cao nhận thức thẩm mỹ của con người Việt Nam trước những di sản mỹ thuật và văn hóa vật thể mang hồn cốt dân tộc, đồng thời giúp cho sinh viên có cơ hội được giao lưu trải nghiệm, thể hiện năng lực bản thân theo khả năng và phát triển năng lực về nghệ thuật tạo hình. Xây dựng kế hoạch triển khai mô hình Hợp tác xã nghề truyền thống và Xưởng thực hành nghệ thuật truyền thống Đường Lâm. Giã định trang trí nhà trưng bày nghệ thuật văn hóa cho cả du khách và người dân địa phương đến thăm quan để tạo điểm đến cầu nối giữa hai nhóm này và góp phần vào việc bảo tồn, thúc đẩy và chia

sẽ di sản nghệ thuật và văn hóa của một địa điểm cụ thể.

Phòng trưng bày cung cấp một cơ hội cho du khách và người dân địa phương gặp gỡ, giao lưu và học hỏi về nghệ thuật và văn hóa của một khu vực cụ thể. Điều này có thể tạo ra sự hiểu biết và tôn trọng đối với các giá trị và truyền thống văn hóa.

Bảo tồn và thúc đẩy di sản: Phòng trưng bày thường hiển thị các tác phẩm nghệ thuật, vật phẩm và tri thức truyền thống. Việc này giúp bảo tồn và thúc đẩy di sản văn hóa, đồng thời thúc đẩy sự đa dạng và sáng tạo trong nghệ thuật và văn hóa địa phương.



Hình 11. Làng cổ chuyển đổi số
Nguồn ảnh. Linh Lan

Việc xem phòng trưng bày hoặc khám phá làng nghề trên nền tảng số là một phần quan trọng của trải nghiệm du lịch với tâm thế tích cực, tiện ích nhất; Sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật có thể giúp những ai yêu thích mỹ thuật truyền thống Việt Nam, yêu thích làng nghề truyền thống tìm hiểu sâu hơn về địa phương mà họ đang thăm trên cơ sở tích hợp DMS (Distribution Management System) giúp với ứng dụng AI, Big Data... trong số hóa, lưu trữ hình ảnh, quản lý số liệu và mạng lưới kinh doanh sản phẩm tại địa phương nơi các nghệ nhân làng nghề đang hoạt động sản xuất.

Tạo cơ hội giao tiếp và chia sẻ: Việc du khách và người dân địa phương cùng xem phòng trưng bày nghệ thuật văn hóa cũng tạo cơ hội cho họ trao đổi thông tin và kinh nghiệm về nghệ thuật, văn hóa và lịch sử trên nền tảng số giúp nâng cao năng lực số hóa của sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật. Điều này có thể thúc đẩy sự kết nối và chia sẻ thông tin giữa các nhóm, giúp củng cố cộng đồng và tạo ra sự đoàn kết và phát huy vai trò của sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật trong việc giáo dục thẩm mỹ và kết nối di sản mỹ thuật truyền thống Việt Nam với đời sống đương đại.

Nhằm nâng cao chất lượng giáo dục thẩm mỹ cho thế hệ trẻ, tạo điều kiện cho học sinh, sinh viên phát triển toàn diện về mọi mặt để đáp ứng yêu cầu giáo dục trong thời kỳ mới, có thêm những hiểu biết về mỹ thuật truyền thống Việt Nam. Thông qua các hoạt động khám phá, trải nghiệm tạo hình, giúp sinh viên được ôn luyện, củng cố các nội dung đã học về tạo hình trên ghế Nhà trường, được thể hiện năng lực về hoạt động tạo hình mới lạ, hấp dẫn, từ đó đúc rút các kinh nghiệm từ thực tế, nuôi dưỡng tình yêu quê hương, đất nước, yêu mỹ thuật Truyền thống Việt Nam. Không gian trải nghiệm văn hóa và làng nghề xưởng thực hành nghệ thuật là điểm đến; tạo sân chơi vui vẻ, bổ ích và ý nghĩa, giúp học sinh, sinh viên, khách tham quan trong và ngoài nước có cơ hội được giao lưu trải nghiệm và thỏa sức sáng tạo theo khả năng, hứng thú của bản thân tại cơ sở, trên nền tảng công nghệ và các ứng dụng số, truyền thông số hiệu quả.

Thông qua mô hình Hợp tác xã nghệ thuật truyền thống và Xưởng thực hành Nghệ thuật, chủ động hoàn thiện các Chương trình hoạt động Nghệ thuật truyền thống và Nghệ thuật như tổ chức workshop, thực hành mỹ thuật với các Chuyên đề, Trải nghiệm sản phẩm sáng tạo mỹ thuật từ chất liệu gỗ, gốm, sơn mài, vải, nylon... Từ đó rút kinh nghiệm trong công tác quản lý, chỉ đạo cũng như trong

công tác tổ chức hoạt động trải nghiệm mỹ thuật nói riêng và giáo dục thẩm mỹ nói chung ở môi trường văn hóa đậm chất truyền thống của người Việt. Đó là những công việc cần thiết để góp phần nâng cao năng lực sáng tạo, năng lực số cho sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật. Bên cạnh đó, sinh viên có thể thiết kế các không gian ảo, khu trang trí khu trưng bày tạo nên những cảm nhận thú vị về các hoạt động trải nghiệm và giáo dục thẩm mỹ. Điều này có thể bao gồm cách thức sắp xếp các phòng trưng bày với nghệ thuật tạo hình, biểu diễn nghệ thuật, hướng dẫn du lịch và các hoạt động tương tác để giúp khách du lịch hiểu sâu hơn về văn hóa và lịch sử làng nghề. Trưng bày sách Chuyên đề “Giáo dục truyền thống địa phương và những giá trị nghệ thuật của làng nghề trong thời đại chuyển đổi số”. Trên cơ sở ứng dụng số, sinh viên có thể trải nghiệm sáng tạo không gian văn hóa bền vững: khu trưng bày quản lý tài nguyên, hợp tác với cộng đồng địa phương, quảng cáo và tiếp thị



Hình 12. Không gian trưng bày sản phẩm sơn mài
Nguồn ảnh. Nghệ nhân Nguyễn Tấn Phát

Hoạt động trải nghiệm, sản xuất, sáng tạo mỹ thuật tại Hợp tác xã và Xưởng thực hành Nghệ thuật.

Qua không gian trải nghiệm giả định, không gian ảo nhằm phát huy năng lực, sở trường, sự khéo léo của học sinh, sinh viên và khách tham quan. Ngoài ra, việc sáng tạo nội dung số khá quan trọng. Sinh viên tham gia sáng tạo nội dung (Content Creator) là tham gia vào quá trình sản xuất các nội dung mang tính giải trí, giáo dục trên các nền tảng khác nhau như: Content writer, copywriter, blogger, youtuber, Tiktok, ... người dẫn hay sản xuất (podcast host), biên tập viên, biên tập video, graphic designer, ... Qua các hoạt động trải nghiệm theo chủ đề, giảng viên giao nhiệm vụ cho các nhóm sinh viên xây dựng nội dung tổ chức sản xuất, trải nghiệm nghệ thuật phong phú đảm bảo tính khoa học, tính giáo dục, tích hợp các chủ đề trong môi trường giáo dục tại làng nghề, di tích kiến trúc cổ. Với hình thức tổ chức hoạt động: sản xuất sản phẩm nghệ thuật truyền thống, mô hình hợp tác xã làng nghề với nội dung và hình ảnh liên quan chuỗi hoạt động. Tổ chức các trò chơi phát triển kỹ năng tạo hình thông qua workshop:

- + Xây dựng dữ liệu hình ảnh động hiển thị mô hình và hình ảnh về kiến trúc cổ;
- + Tổ chức các chương trình giáo dục, bài giảng và hướng dẫn để giới thiệu cho du khách về văn hóa, nghệ thuật;
- + Thúc đẩy các hoạt động văn hóa truyền thống lễ hội, biểu diễn truyền thống và triển lãm nghệ thuật địa phương;
- + Tổ chức các trò chơi có sự phối kết hợp giữa vận động và các kỹ năng tạo hình. Tổ chức dưới hình thức rèn luyện, trải nghiệm, sáng tạo với các kỹ năng, đánh, vẽ, xâu, xé dán, nhuộm vải, tạo hình đồ handmade, tái chế vải cũ thành sản phẩm mỹ thuật... hoàn thiện sản phẩm mỹ thuật đa dạng với hình tượng, ví dụ hình tượng Voi từ cảm hứng tạo hình trong mỹ thuật truyền thống. Tạo hình từ sách mini từ bìa cotton với hình tượng chú voi ngộ nghĩnh, trang trí túi handmade với hình tượng voi mẹ và con, voi xinh trên vải bố tạo hình túi handmade...



Hình 13. Giá sách mini từ bìa catton Nguồn ảnh. Kiều Diễm



Hình 14. Trải nghiệm tạo hình voi xinh từ vải vụn

Nguồn ảnh. Đào Thị Thủy Anh

Để tổ chức trải nghiệm số cho sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật hiệu quả cần giao nhiệm vụ cụ thể cho từng cá nhân và nhóm để các em tương tác hoạt động:

Nhóm 01: Vận hành thiết bị và phần mềm: Vận hành các công cụ và khai thác xử lý dữ liệu, thông tin liên quan chủ đề trải nghiệm.

Nhóm 02. Nội dung số: xác định các thông tin, truy cập dữ liệu, thông tin và nội dung số, lọc dữ liệu và tạo lập mối quan hệ giữa thông tin và nội dung trong môi trường số. Phân tích dữ liệu, đánh giá thông tin và xây dựng nội dung số.

Nhóm 03. Tương tác số: giao tiếp và hợp tác thông qua công nghệ số, tương tác trên nền tảng xã hội, quản lý lượt tương tác thông qua công nghệ số. Quản lý các nguyên tắc về trích dẫn, tham khảo thông tin liên quan chủ đề trải nghiệm số cho các thành viên trong nhóm, trong lớp và những người cùng tham gia trải nghiệm.

Nhóm 4. Tái tạo nội dung số: sửa chữa, bổ sung, tinh chỉnh, nâng cấp kết hợp thông tin và nội dung số để đưa ra các thông tin cần có và phù hợp hấp dẫn cho chủ đề trải nghiệm.

Nhóm 5. Thực hành trải nghiệm hoạt động mỹ thuật truyền thống trong môi trường số: nhận diện đặc điểm tạo hình của mỹ thuật truyền thống trong môi trường số; Ví dụ nhận diện các hình tượng thường gặp trong mỹ thuật truyền thống Việt Nam như hình tượng vật linh, hình tượng, Voi, Ngựa, Nghê... Nhận diện các biểu tượng trang trí trên khăn Piêu của tộc người Thái và các ý nghĩa biểu trưng... Đánh giá các yếu tố màu sắc, đường nét, bố cục, hình dáng, không gian hoặc các đặc điểm khác trên đối tượng tạo hình phù hợp chủ đề trải nghiệm trong không gian số. Một mặt thực hành trực tiếp với các chất liệu đa dạng trong không gian lớp học để tạo ra các sản phẩm, mặt khác ghi hình trực tiếp, tạo video clip về buổi trải nghiệm, sáng tạo nghệ thuật dân gian truyền thống Việt Nam với công cụ và công nghệ số để kiến tạo kiến thức mới. Tham gia với tư cách cá nhân cũng như theo nhóm để tạo lập một quy trình nhận thức để hiểu và giải quyết vấn đề trải nghiệm mỹ thuật truyền thống Việt Nam trong môi trường số.

Nhóm 6. Năng lực thẩm mỹ số: vận hành công nghệ số đặc thù; Hiểu, phân tích và đánh giá dữ liệu, thông tin và nội dung số đặc thù trong lĩnh vực mỹ thuật, làm tin, viết bài, giới thiệu chủ đề trải nghiệm và truyền thông số. Nhận diện và sử dụng các công cụ, công nghệ đặc thù trong lĩnh vực mỹ thuật như máy ảnh số, thiết bị ghi hình, ghi âm, laptop... Hiểu, phân tích và đánh giá dữ liệu thông tin và nội dung số; Kết hợp vận dụng dữ liệu, thông tin và nội dung số đặc thù trong tổ chức hoạt động trải nghiệm với chủ đề liên quan mỹ thuật truyền thống Việt Nam. Qua đó, sinh viên góp phần tác động tích cực đến đồng đẳng người dùng trên nền tảng mạng xã hội zalo, facebook... để góp phần kết nối di sản văn hóa với đời sống đương đại thế kỷ 21.

Trên cơ sở các hoạt động trải nghiệm, truyền thông số của sinh viên; giảng viên đưa ra các nhận định ban đầu với những kết quả sơ bộ đạt được của sinh viên về mức đánh giá: khả năng sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông, đánh giá năng lực trên các tiêu chí:

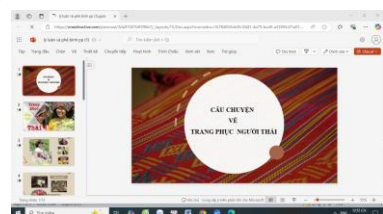
Đặc tính: nhanh nhẹn, sáng tạo, linh hoạt về nhận thức, thích ứng nhanh với môi trường. Sự hiểu biết: cách lựa chọn phần mềm/ ứng dụng phù hợp chủ đề. Sử dụng email và các công cụ giao tiếp số thời thời, chất lượng.

Giảng viên có thể đánh giá năng lực số của người học trên cơ sở thái độ học tập và phát triển kỹ năng số với tinh thần sẵn sàng học hỏi, tự định hướng, tự tin và thích ứng với các tình huống. Đánh giá năng lực người học trong việc xác định và sử dụng tài nguyên số phục vụ cho học tập hiệu quả; quản lý thời gian và công việc khoa học; nắm rõ các quy trình nghiên cứu, học tập, trải nghiệm trong môi trường số; thành thạo các công cụ và kỹ thuật phân tích dữ liệu khác nhau.

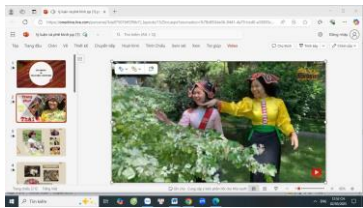
Đặc biệt, giảng viên cần đánh giá cao khả năng của sinh viên khi các em thực hành thiết kế tạo mới các sản phẩm số như file âm thanh và hình ảnh dạng video clip; sử dụng các công cụ và công nghệ số, trình bày kết quả nghiên cứu; áp dụng và phát triển các phương pháp mới với công nghệ số và các ý tưởng đa dạng; biết chia sẻ thành thạo cứ liệu và kết quả nghiên cứu bằng các phương pháp số khác nhau. Không chỉ hiểu biết mà còn chia sẻ hiểu biết về công cụ số và tương tác nhóm hiệu quả.

3. Kết luận

Có thể nói, phát huy năng lực số cho sinh viên Sư phạm mỹ thuật qua trải nghiệm mỹ thuật truyền thống thời đại 4.0 là vấn đề góp phần nâng cao năng lực số cho người học ngành Sư phạm mỹ thuật trên cơ sở các chủ đề mỹ thuật truyền thống. Thay vì trải nghiệm theo cách thông thường cầm tay chỉ việc, thao tác trực tiếp có thể kết hợp các hình thức vận hành thiết bị và phần mềm công nghệ thông tin. Nâng cao năng lực số bắt đầu từ việc phát huy năng lực thông tin và dữ liệu liên quan chủ đề về mỹ thuật truyền thống Việt Nam. Từ đó sinh viên có khả năng giao tiếp hợp tác tốt trong môi trường số và xây dựng nội dung phù hợp chủ đề và hấp dẫn người tham gia trên nền tảng số an toàn. Đặc biệt khi sử dụng và ứng dụng công nghệ thông tin trong trải nghiệm hoạt động mỹ thuật truyền thống có thể chỉ đơn giản là thành thạo thiết kế các slide trình chiếu, lồng ghép video vào slide thuyết trình về chủ đề nào đó, đơn cử như trải nghiệm tìm hiểu về mỹ thuật người Thái.



Hình 15. Slide trình chiếu về Mỹ thuật người Thái
Nguồn. Nguyễn Thị Trà My, sinh viên K17 SPMT



Hình 16. Slide trình chiếu lồng ghép video giới thiệu
Nguồn. Nguyễn Thị Trà My, sinh viên K17 SPMT



Hình 17. Video dưới dạng phim Hoạt hình
Truyện thuyết chiếc khăn Piêu

Nguồn. Trần Tuấn Minh sinh viên K18 SPMT

Dù ứng dụng công nghệ nào chăng nữa thì người dạy cũng cần lưu ý đến chỉ số hạnh phúc của người học (kết hợp EQ và DQ một cách nhuần nhuyễn để công nghệ là công cụ hiệu quả cho người dùng nói chung, sinh viên ngành Sư phạm mỹ thuật nói riêng phát huy năng lực, hạnh phúc trong môi trường số an toàn để mục tiêu cuối cùng là bài học hấp dẫn, sinh viên hiểu bài và phát huy tính năng động, sáng tạo trong môi trường học tập hiện đại..

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

[1] Bùi Minh Hiền (chủ biên), Nguyễn Quốc Trị, (2016), *Lịch sử giáo dục thể giới*, Nxb ĐHSP, Hà Nội.

[2] Gini Dietrich, Vũ Thanh Vân & Lê Thị Thùy Linh (dịch) (2019), *Dịch chuyển hoạt động PR theo mô hình Inbound*, Nxb Tổng hợp, Thành phố Hồ Chí Minh

[3] Uyên Huy (2024), *Nhận diện Nghệ thuật Đồ họa*, Nxb Mỹ thuật, Hà Nội.

[4] Từ Mạnh Lương (2018), *Tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đối với lĩnh vực văn hóa nghệ thuật*, Hội thảo khoa học, Bộ văn hóa Thể thao và Du lịch, Hà Nội.

[5] Michael Michalko, Hải Đăng dịch (2020), *Trò chơi tư duy*, Nxb Thế giới, Hà Nội.

[6] Tim Harford, Ngô Thế Vinh (dịch) (2019), *Sáng tạo từ sự lộn xộn*, Nxb thế giới, Hà Nội.

[7] Đào Đăng Phụng (chủ biên) (2021), *Kỹ yếu Hội thảo Chuyển đổi số trong Giáo dục Nghệ thuật*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.



Tiếng Anh

[8] Dao Thi Thuy Anh (2019), “Development of art – related extracurricular activities and Stem - based evaluation of Art education national university of fine arts Education”, *Proceedings of the 2nd International confrence on teacher Education renovation Icter 2019 conjunction with “I’am Stem 2019”*.

[9] Dao Thi Thuy Anh (6, June 2021), Innovating the program of fine art education, meeting the requirements of general fine art ducation in the current period, Certificate of publication “*International Education and Research Journal*”Volume 7 issue.

[10] Bui Thi Thanh Huong, Dao Thi Thuy Anh (2023), *Vietnamese listening practice through STEAM ART videos, Foreign Languages and Higher Education Chao-Ming Chen*

Thông tin về tác giả

	<p>Đào Thị Thúy Anh</p> <ul style="list-style-type: none">- Tốt nghiệp Cử nhân kinh tế - ngành Quản trị Kinh doanh năm 2000, tốt nghiệp Cử nhân Nghệ thuật ngành Lý luận và lịch sử mỹ thuật năm 2002, tốt nghiệp Thạc sĩ ngành Văn hóa học năm 2011, tốt nghiệp Tiến sĩ ngành Lý luận và lịch sử mỹ thuật năm 2018.- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Phó bí thư Chi bộ khoa Sư phạm mỹ thuật, Giảng viên chính - Tổ trưởng Tổ bộ môn Lý luận mỹ thuật khoa Sư phạm Mỹ thuật Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương- Lĩnh vực quan tâm: Lý luận và phương pháp dạy học mỹ thuật, Nghiên cứu mỹ thuật- Điện thoại: 098 247 2276
	<p>Nguyễn Huy Du</p> <ul style="list-style-type: none">- Tốt nghiệp Đại học Bách khoa hệ Kỹ sư ngành Công nghệ Thông tin- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan); Phó Bí thư Chi bộ, Phó trưởng phòng Kế hoạch Tài chính và Quản trị Thiết bị.- Lĩnh vực quan tâm: Ứng dụng Công nghệ thông tin vào quản lý và giảng dạy.- Điện thoại. 098 909 1557

PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC SÁNG TẠO NỘI DUNG SỐ CHO SINH VIÊN SƯ PHẠM TRONG THỜI ĐẠI CÔNG NGHỆ SỐ VÀ TRÍ TUỆ NHÂN TẠO

DEVELOPING DIGITAL CONTENT CREATION ABILITY FOR PEDAGOGY STUDENTS IN THE AGE OF DIGITAL TECHNOLOGY AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Dương Thu Trang, Nguyễn Văn Thiều*

Trường Đại học Sư phạm – Đại học Thái Nguyên

Dương Thu Trang, Nguyễn Văn Thiều*

Thai Nguyen University of Education; trangdt@tnue.edu.vn; thieuvn@tnue.edu.vn

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Dương Thu Trang (email: trangdt@tnue.edu.vn)

Tóm tắt - Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn diện và sự bùng nổ của trí tuệ nhân tạo (AI), năng lực sáng tạo nội dung số trở thành một yêu cầu cấp thiết đối với sinh viên ngành sư phạm – những người sẽ đóng vai trò then chốt trong giáo dục thế hệ tương lai. Bài báo nhằm mục tiêu nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn về năng lực sáng tạo nội dung số; Phân tích các yếu tố ảnh hưởng như: nhận thức về công nghệ, kỹ năng số, khả năng ứng dụng công cụ AI, cũng như sự tích hợp giữa sáng tạo nghệ thuật – sư phạm – công nghệ; Nghiên cứu khảo sát 152 sinh viên Trường đại học Sư phạm, Đại học Thái nguyên bằng phương pháp định lượng. Từ đó đề xuất các giải pháp nhằm bồi dưỡng và phát triển năng lực sáng tạo nội dung số cho sinh viên sư phạm trong thời đại công nghệ số và trí tuệ nhân tạo. Kết quả nghiên cứu không chỉ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo giáo viên trong thời đại mới mà còn mở rộng khả năng tiếp cận và truyền đạt tri thức một cách sinh động, tương tác và cá nhân hóa

Từ khóa - Năng lực số; Năng lực sáng tạo nội dung số; Sáng tạo số; Công nghệ số; Trí tuệ nhân tạo

1. Đặt vấn đề

Trí tuệ nhân tạo (AI) đang phát triển với tốc độ chóng mặt và ảnh hưởng sâu rộng đến tất cả các lĩnh vực trong đời sống xã hội. Đặc biệt, trong lĩnh vực giáo dục, sự đổi mới này đã mang lại nhiều cơ hội cũng như thách thức. Công nghệ số không chỉ thay đổi phương thức giảng dạy và học tập, mà còn tác động đến cách thức quản lý và tổ chức các hoạt động giáo dục. Những công cụ như bài giảng trực tuyến, video học tập, ứng dụng giáo dục, và các nền tảng học tập điện tử đang ngày càng trở nên phổ biến và đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả giáo dục.

Sinh viên sư phạm, trong vai trò là những người sẽ trực tiếp tham gia vào quá trình giảng dạy và đào tạo thế hệ tương lai, cần phải trang bị cho mình không chỉ kiến thức chuyên môn vững vàng mà còn phải phát triển năng lực sáng tạo nội dung số. Theo UNESCO (2018), năng lực số bao gồm khả năng truy cập, quản lý, hiểu, kết hợp, giao tiếp, đánh giá và sáng tạo thông tin một cách an toàn và phù hợp thông qua công nghệ số [9]. Điều này bao gồm việc xử lý thông tin, tìm kiếm và sử dụng nguồn tài nguyên trực tuyến, kỹ năng giao tiếp trực tuyến, cũng như khả năng tìm kiếm và đánh giá thông tin.

Khung năng lực số DigComp 2.0 của Ủy ban Châu Âu phân chia năng lực số thành 5 nhóm chính: (1) Năng lực về

Abstract - In the context of comprehensive digital transformation and the explosion of artificial intelligence (AI), digital content creation capacity has become an urgent requirement for pedagogical students - those who will play a key role in educating the future generation. The article aims to study the theoretical and practical basis of digital content creation capacity; Analyze influencing factors such as: awareness of technology, digital skills, ability to apply AI tools, as well as the integration of artistic creativity - pedagogy - technology; Research and survey 152 students of Thai Nguyen University of Education using quantitative methods. From there, propose solutions to foster and develop digital content creation capacity for pedagogical students in the era of digital technology and artificial intelligence. The research results not only contribute to improving the quality of teacher training in the new era but also expand the ability to access and convey knowledge in a vivid, interactive and personalized way

Keywords - Digital competency, Digital content creation competency, Digital creativity, Digital technology, Artificial intelligence (AI)

thông tin và dữ liệu; (2) Năng lực giao tiếp và hợp tác; (3) Năng lực sáng tạo nội dung số; (4) Năng lực đảm bảo an toàn; và (5) Năng lực giải quyết vấn đề. Trong đó, năng lực sáng tạo nội dung số bao gồm việc phát triển nội dung, tích hợp và chỉnh sửa các nội dung và kiến thức đã có, hiểu cách áp dụng bản quyền cũng như giấy phép cho thông tin, nội dung, và lập trình.[9]

Nghiên cứu của Ferrari (2013) về "DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe" [4] đã phát triển khung năng lực số cho châu Âu, trong đó xác định "sáng tạo nội dung số" là một trong năm lĩnh vực chính. Khung này bao gồm các kỹ năng như: (1) Phát triển nội dung (Developing content): Tạo ra nội dung mới và chỉnh sửa nội dung hiện có; (2) Tích hợp và tái cấu trúc (Integrating and re-elaborating): Kết hợp và điều chỉnh các nội dung từ nhiều nguồn khác nhau; (3) Hiểu biết về bản quyền và giấy phép (Understanding copyright and licenses): Nhận thức về các vấn đề pháp lý liên quan đến việc sử dụng và phân phối nội dung số; (4) Lập trình (Programming): Viết mã và hiểu cách thức hoạt động của các chương trình máy tính. Nghiên cứu này cung cấp một khung tham chiếu quan trọng cho việc phát triển và đánh giá năng lực sáng tạo nội dung số ở cấp độ châu Âu.

Nội dung số trong giáo dục không chỉ là các bài giảng điện tử, video hướng dẫn, mà còn bao gồm các tài liệu học tập tương tác, bài tập thực hành, ứng dụng học tập, các trò chơi giáo dục, và các công cụ hỗ trợ học tập trực tuyến khác. Việc sáng tạo các nội dung này đòi hỏi sinh viên sư phạm không chỉ có khả năng sử dụng công nghệ mà còn phải có khả năng thiết kế và phát triển các công cụ học tập phù hợp, mang tính tương tác và dễ tiếp cận đối với người học. Ở Việt Nam gần đây đã có những nghiên cứu về phát triển năng lực số cho người học, trong Thông tư 02/2025/TT-BGDĐT ngày 24/01/2025 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về *Khung năng lực số cho người học*[2] chỉ rõ khung năng lực số dành cho người học nói chung mà chưa cụ thể tới đối tượng sinh viên sư phạm, hơn nữa, năng lực sáng tạo nội dung số chưa được cụ thể hóa chi tiết trong thực tiễn. Do vậy, làm thế nào năng lực này sẽ được tích hợp vào một quá trình chuyển đổi số, nơi học sinh học cách tạo ra thông tin để phù hợp với các hoạt động và bối cảnh khác nhau là điều mà các nhà giáo dục đang quan tâm. Một số nghiên cứu đã xem xét cách các kỹ năng số có thể được phát triển trong môi trường học tập hợp tác và có bao nhiêu bên liên quan bên ngoài có thể được đưa vào việc tạo chương trình giảng dạy. Theo Bond và cộng sự [1], các phương pháp sư phạm để phát triển kỹ năng số trong giáo dục đại học có thể được hưởng lợi từ việc tích hợp với sinh viên và giảng viên. Do đó, hệ thống giáo dục phải đảm bảo rằng sinh viên nhận được hướng dẫn đầy đủ về học tập số để hiểu bản chất thay đổi của các trường học.

Vì vậy, nghiên cứu, đề xuất các biện pháp cũng như các công cụ hỗ trợ giúp sinh viên sư phạm phát triển năng lực sáng tạo nội dung số là vô cùng quan trọng. Các chương trình này cần phải được xây dựng sao cho sinh viên không chỉ học cách sử dụng công nghệ mà còn biết cách sáng tạo nội dung, phát triển các bài giảng điện tử, ứng dụng học tập, trò chơi giáo dục, và các công cụ học tập khác một cách hiệu quả. Điều này không chỉ giúp cải thiện chất lượng giảng dạy mà còn giúp giáo viên tạo ra môi trường học tập hấp dẫn, linh hoạt và hiệu quả hơn, đồng thời giúp học sinh phát triển các kỹ năng cần thiết trong thời đại số.

2. Nội dung

2.1. Khái niệm và các yếu tố liên quan

2.1.1. Khái niệm

Năng lực (NL) là một thuộc tính tâm lý phức hợp, là điểm hội tụ của nhiều yếu tố như tri thức, kỹ năng, kỹ xảo, kinh nghiệm, sự sẵn sàng hành động và trách nhiệm đạo đức. NL là khả năng huy động tổng hợp các kiến thức, kỹ năng để thực hiện thành công một loại công việc trong một bối cảnh nhất định, bao gồm ba thành tố là kiến thức, kỹ năng và thái độ, được phân 2 loại: 1/ Nhóm NL chung là những NL cơ bản cần thiết mà bất cứ người nào cũng cần phải có để sống và học tập, làm việc; 2/ Nhóm NL đặc thù thể hiện trên từng lĩnh vực khác nhau như NL đặc thù môn học là NL được hình thành và phát triển do đặc điểm của môn học đó tạo nên. [3]

Sáng tạo không chỉ đơn thuần là khả năng phát minh hay tạo ra những sản phẩm mới, mà còn là quá trình áp dụng công nghệ để biến những ý tưởng, khái niệm hoặc phương thức cũ thành những hình thức, giải pháp hoặc sản

phẩm mới mẻ và có giá trị.

Nội dung số là nội dung tồn tại dưới dạng dữ liệu số được mã hóa ở định dạng kỹ thuật số có thể đọc được và có thể tạo, xem, phân phối, sửa đổi và lưu trữ bằng máy tính và công nghệ kỹ thuật số. [2]

Những nghiên cứu gần đây tại Việt Nam tập trung chủ yếu về phân tích và khai thác năng lực số nói chung. Theo Trần Đức Hòa và Đỗ Văn Hùng [3] đã phát triển khung năng lực số cho sinh viên Việt Nam, trong đó bao gồm bảy nhóm năng lực: (1) Vận hành thiết bị và phần mềm; (2) Năng lực thông tin và dữ liệu; (3) Giao tiếp và hợp tác trong môi trường số; (3) Sáng tạo nội dung số; (4) An ninh và an toàn trên không gian mạng; (5) Học tập và phát triển kỹ năng số; (6) Năng lực số liên quan đến nghề nghiệp; (7). Trong đó, sáng tạo nội dung số được định nghĩa là khả năng tạo ra, chỉnh sửa và chia sẻ nội dung số một cách sáng tạo và hiệu quả [3]. Hay như Nguyễn Thị Giang phân tích cấu trúc năng lực số và đề xuất các biện pháp giúp phát triển năng lực này cho giáo viên trong quá trình dạy học[5].

Những nghiên cứu trên nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phát triển năng lực số mà chưa đề cập cụ thể tới năng lực sáng tạo nội dung số. Có thể thấy rằng, năng lực sáng tạo nội dung số là một thành phần, một miền năng lực quan trọng của năng lực số, đóng vai trò then chốt trong việc thích ứng và phát triển trong môi trường số hóa hiện nay. Trong nghiên cứu này, tác giả đồng tình với khái niệm về sáng tạo nội dung số của Thông tư 02/2025/TT-BGDĐT ngày 24/01/2025 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về *Khung năng lực số cho người học* [2] đưa ra khái niệm về *sáng tạo nội dung số* là tập trung vào khả năng tạo, chỉnh sửa và chia sẻ nội dung số; bao gồm các kỹ năng như phát triển nội dung mới, áp dụng bản quyền và giấy phép, lập trình cơ bản và tích hợp kiến thức từ nhiều nguồn để tạo ra sản phẩm số phù hợp và sáng tạo.[2]

2.1.2. Các năng lực thành phần của sáng tạo nội dung số

Sáng tạo nội dung số không chỉ là khả năng sử dụng công cụ công nghệ mà còn là khả năng ứng dụng các kiến thức và kỹ năng để phát triển nội dung hấp dẫn, hiệu quả và có tính tương tác cao trong môi trường giáo dục. Các năng lực thành phần trên sẽ giúp sinh viên sư phạm phát triển toàn diện trong việc sử dụng công nghệ để nâng cao chất lượng giảng dạy và học tập. Trên cơ sở tham khảo khung năng lực số và miền năng lực sáng tạo nội dung số dành cho người học theo Thông tư 02 của Bộ Giáo dục và đào tạo[2], tôi đề xuất khung năng lực sáng tạo nội dung số bao gồm các năng lực thành phần và biểu hiện của sinh viên sư phạm như sau:

Bảng 1. Bảng mô tả các năng lực thành phần của năng lực sáng tạo nội dung số

NĂNG LỰC	MÔ TẢ	NĂNG LỰC THÀNH PHẦN	BIỂU HIỆN
	Tạo lập và biên tập được một số nội dung số. Cải tiến và kết	1. Phát triển nội dung số	Tạo và chỉnh sửa được nội dung số ở các định dạng khác nhau, nhằm thể hiện bản thân thông qua các phương tiện số

Sáng tạo nội dung số	hợp được thông tin và nội dung vào vốn tri thức sẵn có trong khi đó hiểu được hệ thống giấy phép và bản quyền liên quan đến quá trình sáng tạo nội dung số	2. Tích hợp và tạo lập lại nội dung số	Sửa đổi, tinh chỉnh và tích hợp được thông tin và nội dung mới vào khối kiến thức và tài nguyên hiện có để tạo ra nội dung và kiến thức mới, độc đáo và phù hợp
	Biết được cách đưa ra các hướng dẫn có thể hiểu được cho hệ thống máy tính	3. Thực thi bản quyền và giấy phép	Hiểu được cách áp dụng bản quyền và giấy phép cho thông tin và nội dung số
		4. Lập trình	Lập kế hoạch và phát triển một chuỗi các câu lệnh để hiểu cho một hệ thống máy tính để giải quyết một vấn đề nhất định hoặc thực hiện nhiệm vụ cụ thể.

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực sáng tạo nội dung số của sinh viên sư phạm

2.2.1. Nhận thức về công nghệ và kỹ năng số

Nhận thức của sinh viên sư phạm về công nghệ là yếu tố nền tảng ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng sáng tạo nội dung số. Sinh viên cần nhận thức rõ vai trò quan trọng của công nghệ trong giáo dục, hiểu rằng công nghệ không chỉ giúp nâng cao hiệu quả dạy và học mà còn mở ra cơ hội đổi mới phương pháp giảng dạy. Nếu sinh viên nhận thức đúng về tầm quan trọng của công nghệ trong giáo dục, họ sẽ có động lực mạnh mẽ để tiếp cận, làm chủ và áp dụng các công cụ công nghệ trong công việc giảng dạy. Trong đó, tầm quan trọng của công nghệ số trong giáo dục có thể được thể hiện qua việc phát triển các công cụ học tập như bài giảng trực tuyến, nền tảng học tập điện tử, video hướng dẫn, hay các bài kiểm tra số. Nhận thức này giúp sinh viên sư phạm có thể nhìn nhận công nghệ như một công cụ hỗ trợ đắc lực trong việc phát triển sáng tạo nội dung số.

Song song đó, kỹ năng số bao gồm khả năng sử dụng các công cụ và phần mềm công nghệ thông tin để tạo ra nội dung số. Sinh viên sư phạm cần thành thạo các kỹ năng cơ bản như sử dụng phần mềm văn phòng, công cụ thiết kế đồ họa (ví dụ: Photoshop, Canva), chỉnh sửa video (ví dụ: Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro), các nền tảng học trực tuyến (ví dụ: Moodle, Google Classroom) và khai thác tài nguyên học tập trực tuyến và làm việc trên các nền tảng số. Kỹ năng này cho phép sinh viên tạo ra các sản phẩm nội dung số đa dạng, phục vụ cho mục đích giảng dạy, học tập và tương tác với học sinh.

2.2.2. Khả năng ứng dụng công nghệ AI

Sự phát triển của trí tuệ nhân tạo (AI) đã mở ra nhiều cơ hội sáng tạo nội dung số trong giáo dục. Sinh viên sư phạm cần hiểu và có khả năng ứng dụng AI vào việc phát triển các công cụ học tập thông minh, giúp tối ưu hóa quá trình giảng dạy, phát triển khả năng thích ứng và sáng tạo khi ứng dụng công cụ AI. Điều này đòi hỏi họ phải không chỉ hiểu các nguyên lý cơ bản của AI mà còn phải biết cách kết hợp AI vào quy trình sáng tạo nội dung một cách linh hoạt và hiệu quả. Sự phát triển nhanh chóng của AI yêu cầu sinh viên phải liên tục cập nhật và học hỏi các công nghệ mới, từ đó cải thiện kỹ năng sáng tạo và áp dụng công nghệ vào công việc giảng dạy.

Ví dụ, AI có thể hỗ trợ trong việc tạo ra các bài học cá nhân hóa, phân tích dữ liệu học sinh để đưa ra các đề xuất học tập phù hợp, hoặc phát triển các bài kiểm tra tự động.

2.2.3. Sự tích hợp giữa sáng tạo nghệ thuật – sư phạm – công nghệ

Sáng tạo nghệ thuật trong giáo dục là yếu tố quan trọng giúp nội dung số trở nên hấp dẫn và dễ tiếp cận với học sinh. Sinh viên sư phạm cần có khả năng kết hợp sáng tạo nghệ thuật vào trong việc thiết kế bài giảng, video học tập, trò chơi giáo dục và các công cụ học tập khác. Điều này có thể bao gồm việc sử dụng đồ họa, âm nhạc, hình ảnh động, và các hiệu ứng thị giác để làm phong phú thêm bài giảng, đồng thời tăng tính tương tác và khả năng ghi nhớ của sinh viên. Một bài giảng với yếu tố nghệ thuật sẽ giúp học sinh cảm thấy thú vị và dễ dàng tiếp nhận kiến thức hơn.

Ví dụ, việc sử dụng các đoạn video hoạt hình hoặc hình ảnh động minh họa có thể giúp làm rõ các khái niệm khó hiểu, đồng thời tạo ra một môi trường học tập sinh động và hấp dẫn. Sự tích hợp giữa phương pháp sư phạm và công nghệ giúp sinh viên sư phạm phát triển khả năng sử dụng các công cụ kỹ thuật số để hỗ trợ việc giảng dạy một cách hiệu quả. Điều này bao gồm việc áp dụng các phương pháp giảng dạy hiện đại như học trực tuyến, học qua ứng dụng di động, trò chơi giáo dục, và các mô hình học tập dựa trên dự án (project-based learning). Công nghệ giúp việc học trở nên dễ dàng hơn và có thể được cá nhân hóa để phù hợp với từng người học

2.3. Một số công cụ phát triển năng lực sáng tạo nội dung số cho sinh viên sư phạm

Máy tính cá nhân là một trong các thiết bị công nghệ hỗ trợ hoạt động dạy học và giáo dục quen thuộc, phổ biến với hầu hết mọi GV, SV. Để thiết bị máy tính (nói chung, và còn được gọi là phần cứng máy tính) có thể vận hành và phục vụ các yêu cầu của người dùng thì cần phải có các phần mềm với nhiều chức năng và đặc điểm khác nhau được cài đặt sẵn trên máy. Do vậy, giảng viên, sinh viên dùng thiết bị máy tính cá nhân để hỗ trợ cho hoạt động dạy học và giáo dục cũng đồng nghĩa với việc khai thác, sử dụng các phần mềm máy tính trong hoạt động dạy và học.

Các phần mềm trên máy tính vừa có thể hỗ trợ các hoạt động giảng dạy của giảng viên, hoạt động học tập của sinh viên (phần mềm MS PowerPoint được sử dụng để thiết kế và trình chiếu bài giảng đa phương tiện trên lớp học đối với giảng viên), vừa có thể sử dụng để tạo ra các nguồn học liệu số, sản phẩm học tập để phục vụ cho việc dạy học và giáo dục (phần mềm MS Word được giảng viên dùng để soạn thảo kế hoạch bài dạy, phiếu học tập và sinh viên thực hiện bài báo cáo thuyết trình nhóm/cá nhân).

Phần mềm hỗ trợ hoạt động dạy học, giáo dục được hiểu là các sản phẩm công nghệ được tạo ra bởi các phần mềm lập trình và phần mềm ứng dụng nhằm ra lệnh cho máy tính thực hiện các yêu cầu về nội dung và phương pháp dạy học, giáo dục và các yêu cầu khác có liên quan đến hoạt động dạy học và giáo dục. Đó còn là công cụ để ứng dụng nhằm hỗ trợ cho hoạt động dạy học, giáo dục được diễn ra một cách thuận lợi hơn, đạt được hiệu quả cao hơn. Dựa trên những kinh nghiệm về hỗ trợ giảng viên trong hoạt động nghề nghiệp, việc phân loại các phần mềm theo các nhóm

nhệm vụ chính của nghề nghiệp là khá phù hợp. Trong giới hạn của bài nghiên cứu, các nhóm phần mềm được khái quát dựa trên đặc trưng và tính hỗ trợ của chúng với nhệm vụ nghề nghiệp từ góc nhìn khoa học sư phạm.

Bài nghiên cứu giới thiệu một số phần mềm, công cụ số điển hình dựa trên phân nhóm, song song với việc xem xét các tính chất như: **(1) miễn phí**, **(2) thông dụng** (đối với ngữ cảnh giáo dục tại Việt Nam), **(3) đơn giản** và **(4) dễ sử dụng**.

Bảng 2. Bảng giới thiệu một số công cụ phát triển năng lực sáng tạo nội dung số cho sinh viên sư phạm

Phần mềm	Thiết kế, biên tập học liệu số và trình diễn	Hỗ trợ kiểm tra đánh giá	Hỗ trợ dạy học trực tuyến	Hỗ trợ quản lí lớp học và hỗ trợ HS
Microsoft PowerPoint	x			
Video Editor	x			
Pinterest	x			
Photos	x			
Youtube	x		X	
Google Forms		x		x
Kahoot		x		
Google Meets			X	
Microsoft Teams		x	X	x
Google Classroom		x	X	x
Padlet		x	X	x
ClassDojo		x		x
Canva AI	x		X	
Runway LM	x			
ChatGPT	x	x		

2.3.1. Phần mềm thiết kế hỗ trợ học liệu số

a. Microsoft PowerPoint/ MS-Powerpoint

* Giới thiệu

Microsoft PowerPoint là một phần mềm thiết kế và trình chiếu (office tool/suite) - một thành phần con nằm trong công cụ Microsoft Office², do Microsoft phát hành giúp người dùng tạo, thiết kế và trình bày một bài trình chiếu đa phương tiện từ cơ bản đến nâng cao sử dụng trong các lĩnh vực khác nhau đặc biệt là trong giáo dục. Hiện nay Microsoft phát hành 2 hình thức của Office là phiên bản thông thường theo năm và phiên bản 365. Đối với phiên bản thông thường - mới nhất là phiên bản Microsoft Office 2019 trong đó cũng bao gồm PowerPoint 2019, người dùng có thể mua 1 lần và sử dụng vĩnh viễn. Phiên bản đặc biệt hơn là Office 365 người dùng không thể mua vĩnh viễn mà chỉ có thể mua các gói dùng theo tháng hoặc theo năm.

* Chức năng

- Biên tập, thiết kế và trình diễn các bài trình chiếu đa phương tiện, các mô phỏng thí nghiệm, các tài liệu/học liệu số ở nhiều định dạng khác nhau (pptx, pdf, jpg, mp4, rtf,...)

để phục vụ dạy học/giáo dục trực tiếp và trực tuyến;
- Tổ chức kiểm tra, đánh giá quá trình và kết quả học tập cho học sinh thông qua trắc nghiệm, trò chơi giáo dục;
- Hỗ trợ hoạt động học tập cho học sinh nhất là trong các hoạt động liên quan đến trình bày, báo cáo kết quả thảo luận, thuyết trình...

b. Paint

*Giới thiệu

Paint là một ứng dụng đồ hoạ được tích hợp sẵn trong hệ điều hành Windows, với ưu điểm là dung lượng nhỏ; hoạt động ít tốn dung lượng bộ nhớ, không đòi hỏi cấu hình máy tính cao nhưng cũng có đầy đủ các chức năng cơ bản trong chỉnh sửa hình ảnh; giao diện rõ ràng, dễ sử dụng, đặc biệt đối với người không chuyên chỉnh sửa hình ảnh.

*Chức năng

Chức năng chính của Paint là chỉnh sửa hình ảnh. Ngoài ra Paint có những chức năng thành phần gồm:

- Thay đổi kích thước của ảnh;
- Chèn các chữ viết, biểu tượng;
- Thay đổi màu sắc của hình ảnh và chữ;
- Xoá một phần hình ảnh không mong muốn;
- Sao chép và dán các mục đã chọn.

c. Video Editor

* Giới thiệu

Video Editor là một ứng dụng biên tập video 3D cùng với ứng dụng Microsoft Photos được tích hợp sẵn trong hệ điều hành Windows 10 khi được cài đặt trên máy tính, cũng được phát triển bởi công ty Microsoft. Video Editor giúp người dùng tạo, biên tập, chỉnh sửa và xuất bản các video với giao diện được thiết kế đơn giản cùng khả năng xử lí video cơ bản và xuất bản chất lượng cao.

* Chức năng

- Tạo, biên tập, chỉnh sửa, xuất bản và trình diễn các video, video clip phục vụ dạy học/giáo dục trực tiếp và trực tuyến;
- Hỗ trợ hoạt động học tập cho học sinh.

2.3.2. Công cụ hỗ trợ kiểm tra, đánh giá

a. Google Form

* Giới thiệu

Google Forms là một ứng dụng nền web được sử dụng để tạo biểu mẫu cho mục đích thu thập dữ liệu. Có thể sử dụng Google Forms thực hiện khảo sát hay phiếu đăng ký sự kiện,... Biểu mẫu có thể được chia sẻ dễ dàng qua gửi liên kết, gửi email, nhúng vào trang web hoặc bài đăng trên blog.

* Chức năng

Google Forms có chức năng chính là tạo biểu mẫu. Ngoài ra, các chức năng thành phần bao gồm:

- Thiết kế các dạng câu hỏi khác nhau: điền khuyết, ghép đôi, trắc nghiệm, tự luận (ngắn);
- Cho phép thêm hình ảnh, video kèm theo câu hỏi;
- Có chức năng xác thực câu trả lời để kiểm soát việc nhập dữ liệu;

- Có thể chia sẻ biểu mẫu với các cộng tác viên để cùng thiết kế, chỉnh sửa, hoàn thiện biểu mẫu;

- Có thể chia sẻ biểu mẫu qua email, mạng xã hội, nhúng vào web hay blog hay một số hình thức khác;

- Thu thập và xử lý thông tin dễ dàng và xuất kết quả khảo sát dưới dạng file excel, biểu đồ;

- Cho phép phản hồi kết quả với người được khảo sát.

b. Kahoot

*** Giới thiệu**

Kahoot là một nền tảng học tập dựa trên trò chơi (game-based learning platform) giúp người dùng (giáo viên) dễ dàng tạo, tổ chức trò chơi học tập (dạng câu hỏi trắc nghiệm trực tuyến). Nói cách khác, người dùng (học sinh) có thể tham gia tương tác trực tuyến với trò chơi học tập tổ chức tại lớp học.

*** Chức năng**

Tạo và tổ chức các trò chơi học tập (câu hỏi trắc nghiệm trực tuyến) đồng bộ theo thời gian thực ngay tại lớp học;

Hỗ trợ hoạt động học tập cho học sinh;

2.3.3. Công cụ hỗ trợ học trực tuyến

c. Google Classroom

*** Giới thiệu**

Google Classroom là một ứng dụng web miễn phí hỗ trợ dạy học trực tuyến (learning platform/LMS) - thành phần con của bộ công cụ G Suite For Education¹ được phát triển bởi Google LLC giúp người dùng (giáo viên) tổ chức và quản lý các lớp học ảo (virtual classroom) với một hệ thống các tài nguyên học tập, cùng các diễn đàn thảo luận, nộp sản phẩm học tập và chia sẻ thông tin. Nói cách khác, người dùng có thể tham gia vào các lớp học trực tuyến dễ học dễ dàng và thuận tiện.

*** Chức năng**

- Tổ chức và quản lý lớp học trực tuyến;

- Tích hợp nhiều phần mềm tiện ích của Google vào cùng một ứng dụng, cho phép xây dựng kế hoạch giáo dục, kế hoạch bài dạy (Google Doc); thiết kế và trình diễn các tài liệu, bài giảng, học liệu điện tử (Google Slide); kiểm tra, đánh giá quá trình và kết quả học tập của học sinh (Google Form); tổ chức dạy học/giáo dục trực tuyến đồng bộ theo thời gian thực (Google Meet);

- Tổ chức hoạt động học tập trực tuyến (cho học sinh).

d. Google Meets

*** Giới thiệu**

Google Meet ra đời năm 2017, là một ứng dụng hữu ích cho việc dạy học, hội thảo hoặc hội nghị trực tuyến. Tương tự Google Drive, người dùng chỉ với tài khoản trên Google thì có thể sử dụng được Google Meet. Đặc biệt, Google Meet cho phép tối đa 100 người tham gia với tài khoản miễn phí, và tăng số lượng lên 150, 250 đối với các tài khoản tính phí khác.

*** Chức năng**

- Tổ chức các nhóm/kênh trò chuyện (online chat), hội thoại (video conference) để dạy học và giáo dục trực tuyến đồng bộ theo thời gian thực;

- Tổ chức và quản lý lớp học trực tuyến;

2.3.4. Công cụ AI hiện đại

e. Canva AI

*** Giới thiệu**

Canva AI là một bộ công cụ trí tuệ nhân tạo tích hợp trong nền tảng thiết kế Canva, nhằm đơn giản hóa và tăng tốc quá trình sáng tạo nội dung số, cho phép người dùng tạo ra thiết kế, hình ảnh và nội dung chỉ với một lệnh văn bản hoặc giọng nói. Nó kết hợp các công cụ tạo sinh của Canva trong một giao diện trực quan, giúp bất kỳ ai cũng có thể tạo ra sản phẩm ngay lập tức mà không cần chuyên môn thiết kế. Ra mắt chính thức tại sự kiện Canva Create 2025, Canva AI cung cấp một loạt tính năng tự động hóa, hỗ trợ người dùng từ việc tạo nội dung đến thiết kế và lập trình, tất cả trong một giao diện trực quan.

*** Chức năng**

- Công cụ viết nội dung tự động, hỗ trợ tạo các định dạng văn bản;

- Chuyển đổi mô tả văn bản thành hình ảnh, cho phép người dùng tùy chỉnh phong cách nghệ thuật;

- Cho phép chỉnh sửa hình ảnh một cách dễ dàng bằng AI;

- Trình tạo mã bằng AI giúp người dùng tạo ra các trải nghiệm kỹ thuật số.

f. Runway ML

*** Giới thiệu**

Runway ML là một nền tảng trí tuệ nhân tạo (AI) tiên tiến, chuyên cung cấp các công cụ sáng tạo cho việc tạo và chỉnh sửa nội dung đa phương tiện như video, hình ảnh và âm thanh.

*** Chức năng**

- Cung cấp một bộ sưu tập đa dạng các mô hình AI được huấn luyện sẵn;

- Giao diện không cần mã hóa;

- Xử lý và lưu trữ dữ liệu được thực hiện trên nền tảng đám mây;

- Tích hợp với các phần mềm sáng tạo phổ biến như Adobe Photoshop, Premiere Pro.

g. ChatGPT

*** Giới thiệu**

ChatGPT là một mô hình ngôn ngữ lớn (LLM – Large Language Model) được phát triển bởi OpenAI, dựa trên kiến trúc GPT (Generative Pre-trained Transformer). Mô hình này được thiết kế để hiểu và sinh ngôn ngữ tự nhiên, cho phép tương tác với con người một cách liền mạch, tự nhiên như đang trò chuyện.

*** Chức năng**

- Trợ lý viết và biên tập nội dung;

- Hỗ trợ học tập và nghiên cứu;
- Lập trình và kỹ thuật;
- Phân tích dữ liệu và lập báo cáo;
- Trợ lý cá nhân ảo.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng thông quan khảo sát thực trạng nhằm xác định thực trạng sử dụng các công cụ số và tác động của các công cụ này tới năng lực sáng tạo nội dung số của sinh viên sư phạm. Từ đó, đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao năng lực số cho sinh viên sư phạm.

Đối tượng khảo sát gồm 152 sinh viên hiện đang học tại Khoa giáo dục Tiểu học Trường Đại học Sư phạm, Đại học Thái Nguyên. Đặc thù của sinh viên sư phạm Khoa giáo dục Tiểu học 100% là nữ. Có thể thấy, số lượng sinh viên một số ít thuộc năm 2 (38 sinh viên, 25 %), còn lại tập trung chủ yếu ở năm thứ ba (59 sinh viên, 38,82%) và năm thứ tư (55 sinh viên, 36,18%), đây cũng là nhóm tiếp cận công nghệ hỗ trợ trong học tập nhiều hơn, sử dụng nhanh nhạy hơn.

Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 lựa chọn (Mỗi câu hỏi đều sử dụng thang đo Likert 5 mức độ: 1 = Rất không đồng ý 2 = Không đồng ý 3 = Trung lập 4 = Đồng ý 5 = Rất đồng ý). Khảo sát tập trung các chỉ báo:

Bảng 3. Bộ câu hỏi chia theo nhóm chỉ báo

ID	Câu hỏi
Chỉ báo 1: Đánh giá hiệu quả thực nghiệm về nhận thức, kỹ năng, ứng dụng thực tiễn	
CH1	Sau thực nghiệm, tôi tự tin hơn trong việc thiết kế và triển khai các bài giảng/học liệu số cho học sinh tiểu học.
CH2	Tôi chủ động tìm kiếm, sử dụng các công cụ số (PowerPoint, Canva, Google Classroom, Kahoot, v.v.) để phục vụ công việc học tập và giảng dạy.
CH3	Tôi có khả năng tích hợp các yếu tố nghệ thuật (đồ họa, âm nhạc, hoạt hình) vào bài giảng số để tăng tính hấp dẫn và hiệu quả cho học sinh.
CH4	Tôi có thể sử dụng và ứng dụng các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI) để hỗ trợ sáng tạo nội dung số trong dạy học.
Chỉ báo 2: Đánh giá tác động đến giao tiếp, hợp tác, động lực nghề nghiệp	
CH5	Việc phát triển năng lực sáng tạo nội dung số giúp tôi giao tiếp và hợp tác hiệu quả hơn với học sinh trong môi trường số.
CH6	Tôi cảm thấy hứng thú và có động lực hơn trong việc học tập, nghiên cứu và phát triển nghề nghiệp sau khi được bồi dưỡng năng lực sáng tạo nội dung số.
CH7	Việc ứng dụng nội dung số giúp tôi nâng cao hiệu quả tổ chức các hoạt động học tập, kiểm tra, đánh giá cho học sinh tiểu học.
Chỉ báo 3: Đánh giá nội dung, phương pháp của hoạt động sáng tạo nội dung số	
CH8	Nội dung, phương pháp của các hoạt động sáng tạo nội dung số phù hợp với nhu cầu thực tiễn của sinh viên sư

	phạm.
CH9	Tôi hài lòng với các công cụ, phần mềm, tài nguyên số được giới thiệu và hướng dẫn trong nghiên cứu.
CH10	Tôi mong muốn năng lực sáng tạo nội dung số tiếp tục được duy trì, mở rộng và cập nhật các công nghệ, phương pháp mới.

Về công cụ khảo sát, bảng câu hỏi tự điền trên Google Form được sử dụng, gồm các câu hỏi lựa chọn và câu hỏi mở. Dữ liệu thu thập được làm sạch và xử lý phân tích, thống kê định lượng bằng công cụ Python.

3.2. Kết quả nghiên cứu

Khi đánh giá hiệu quả về nhận thức, kỹ năng, ứng dụng thực tiễn của sinh viên sau khi tiếp cận các hoạt động về sáng tạo nội dung số, kết quả khảo sát được cho trong bảng 4.

Bảng 4. Kết quả Đánh giá hiệu quả thực nghiệm về nhận thức, kỹ năng, ứng dụng thực tiễn

ID	Câu hỏi	5 – Rất thường xuyên	4 – Thường xuyên	3 – Đôi khi	2 – Hiếm khi	1 – Không bao giờ
CH1	Sau thực nghiệm, tôi tự tin hơn trong việc thiết kế và triển khai các bài giảng/học liệu số cho học sinh tiểu học.	101 (66.44%)	34 (22.37%)	11 (7.24%)	5 (3.29%)	1 (0.66%)
CH2	Tôi chủ động tìm kiếm, sử dụng các công cụ số (PowerPoint, Canva, Google Classroom, Kahoot, v.v.) để phục vụ công việc học tập và giảng dạy.	112 (73.69%)	26 (17.10%)	10 (6.58%)	4 (2.63%)	0 (0.00%)
CH3	Tôi có khả năng tích hợp các yếu tố nghệ thuật (đồ họa, âm nhạc, hoạt hình) vào bài giảng số để tăng tính hấp dẫn và hiệu quả cho học sinh.	98 (64.48%)	34 (22.37%)	12 (7.89%)	5 (3.29%)	3 (1.97%)
CH4	Tôi có thể sử dụng và ứng dụng các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI) để hỗ trợ sáng tạo nội dung số trong dạy học.	85 (55.93%)	41 (26.98%)	17 (11.18%)	6 (3.94%)	3 (1.97%)

Kết quả cho thấy, 101 sinh viên (66.44%) tự tin hơn trong việc thiết kế và sử dụng công cụ số để triển khai các bài giảng, trong đó tỉ lệ không bao giờ với 01 sinh viên (0.66%). Như vậy có thể thấy sự tác động rõ ràng trong thực nghiệm.

Ở chiều hướng tích cực, phản hồi Rất thường xuyên trong các câu hỏi chiếm tỉ trọng cao. Có thể nhận thấy mục đích hiệu quả nhận thức, kỹ năng và ứng dụng thực tiễn đã có tác động rất tốt tới sinh viên trong việc nâng cao hiệu quả học tập, hỗ trợ tiếp thu kiến thức và củng cố nền tảng học thuật. Tuy nhiên, trong CH4 việc sử dụng các công cụ trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ sáng tạo nội dung số tỉ lệ 11.18% chọn mức 3 (Đôi khi) và 5.91% chọn mức 1–2 gợi ý rằng nhiều giáo viên còn mới mẻ hoặc thiếu kiến thức/kỹ năng về AI. Đây là điểm cần tăng cường qua tập huấn chuyên sâu, ví dụ về công cụ AI phù hợp như ChatGPT, Canva AI, PowerPoint Copilot...

Nhóm chỉ báo (2) về Đánh giá tác động đến giao tiếp, hợp tác, động lực nghề nghiệp được trình bày trong Bảng 5.

Bảng 5. Kết quả Đánh giá tác động đến giao tiếp, hợp tác, động lực nghề nghiệp

ID	Câu hỏi	5 – Rất thường xuyên	4 – Thường xuyên	3 – Đôi khi	2 – Hiếm khi	1 – Không bao giờ
CH5	Việc phát triển năng lực sáng tạo nội dung số giúp tôi giao tiếp và hợp tác hiệu quả hơn với học sinh trong môi trường số.	97 (63.82%)	33 (21.71%)	16 (10.52%)	4 (2.63%)	2 (1.32%)
CH6	Tôi cảm thấy hứng thú và có động lực hơn trong việc học tập, nghiên cứu và phát triển nghề nghiệp sau khi được bồi dưỡng năng lực sáng tạo nội dung số.	119 (78.29%)	29 (19.08%)	3 (1.97%)	1 (0.66%)	0 (0.00%)
CH7	Việc ứng dụng nội dung số giúp tôi nâng cao hiệu quả tổ chức các hoạt động học tập, kiểm tra, đánh giá cho học sinh tiểu học.	102 (67.11%)	33 (21.72%)	12 (7.89%)	3 (1.97%)	2 (1.31%)

Tổng mức độ đồng thuận của thực nghiệm cao (85,53%) phản ánh việc sáng tạo nội dung số không chỉ là kỹ năng kỹ thuật mà còn tác động rõ rệt đến năng lực sư phạm cốt lõi như giao tiếp và tương tác với học sinh. Dữ liệu cho thấy sinh viên đã nhận thấy mối liên hệ giữa phương pháp trình bày nội dung số (hấp dẫn, trực quan) và

sự tham gia của người học trong môi trường dạy học trực tuyến hoặc kết hợp. Tuy nhiên, mức “Rất thường xuyên” chưa vượt ngưỡng 70% cho thấy còn khoảng trống về kỹ năng làm chủ công cụ tương tác số. Việc phát triển nội dung số có tính tương tác cao giúp cải thiện năng lực sư phạm số tích hợp (TPACK) và khả năng thích ứng với bối cảnh học tập linh hoạt (Blended Learning, HyFlex, v.v.).

Với CH 6 có tới 97,37% chọn mức 4–5, trong đó 78,29% chọn “Rất thường xuyên”. Đây là chỉ số cao nhất trong toàn bộ bảng khảo sát, cho thấy tác động tích cực mạnh mẽ từ hoạt động trải nghiệm số. Gần như không có người chọn mức tiêu cực (chỉ 0,66%) Điều này hàm ý rằng năng lực sáng tạo nội dung số đang được xem là đòn bẩy phát triển bản thân và nghề nghiệp của sinh viên sư phạm. Khía cạnh này không chỉ liên quan đến năng lực công nghệ, mà còn phản ánh động lực nội tại trong hành trình trở thành một giáo viên thời đại mới. CH7 với tổng đồng thuận 88,83%, cho thấy phần lớn sinh viên công nhận vai trò thiết thực của nội dung số trong quá trình dạy học, đặc biệt là với các hoạt động kiểm tra – đánh giá linh hoạt (quizzing, phản hồi nhanh, đánh giá theo tiến trình). Sự gia tăng năng lực này phản ánh mức độ ứng dụng thực tiễn của việc thiết kế bài giảng số – không chỉ để “trình bày” mà còn để kích hoạt tư duy, đo lường kết quả học tập và cá nhân hóa trải nghiệm học. Tuy nhiên, tỷ lệ “Rất thường xuyên” chưa vượt ngưỡng 70% hàm ý cần nâng cao khả năng khai thác công cụ đánh giá kỹ thuật số như Google Forms, Socrative, Edpuzzle, hoặc hệ thống LMS như Moodle/Classroom..

Số liệu khảo sát của nhóm chỉ báo (3) về Đánh giá nội dung, phương pháp của hoạt động sáng tạo nội dung số

Bảng 6. Kết quả Đánh giá nội dung, phương pháp của hoạt động sáng tạo nội dung số

ID	Câu hỏi	5 – Rất thường xuyên	4 – Thường xuyên	3 – Đôi khi	2 – Hiếm khi	1 – Không bao giờ
CH8	Nội dung, phương pháp của các hoạt động sáng tạo nội dung số phù hợp với nhu cầu thực tiễn của sinh viên sư phạm.	105 (69.08%)	31 (20.39%)	10 (6.58%)	4 (2.64%)	2 (1.31%)
CH9	Tôi hài lòng với các công cụ, phần mềm, tài nguyên số được giới thiệu và hướng dẫn trong nghiên cứu.	116 (76.32%)	31 (20.39%)	4 (2.63%)	1 (0.66%)	0 (0.00%)
CH10	Tôi mong muốn nâng lực sáng tạo nội dung số tiếp tục được duy trì, mở rộng và cập	109 (71.71%)	37 (24.35%)	5 (3.28%)	1 (0.66%)	0 (0.00%)

	<i>nhật các công nghệ, phương pháp mới.</i>					
--	---	--	--	--	--	--

Kết quả khảo sát cho thấy sinh viên sư phạm đánh giá cao sự phù hợp, hiệu quả và triển vọng phát triển của hoạt động bồi dưỡng năng lực sáng tạo nội dung số trong bối cảnh công nghệ và trí tuệ nhân tạo. Cụ thể, 89,47% sinh viên (CH8) cho rằng nội dung và phương pháp đào tạo phù hợp với nhu cầu thực tiễn, cho thấy chương trình đã tiếp cận đúng định hướng và sát với yêu cầu nghề nghiệp. Tỷ lệ hài lòng với công cụ, phần mềm, tài nguyên số lên đến 96,71% (CH9), phản ánh mức độ thỏa mãn rất cao với hạ tầng công nghệ được cung cấp, cho thấy hiệu quả trong việc lựa chọn và triển khai các giải pháp số. Đặc biệt, 96,06% sinh viên (CH10) bày tỏ mong muốn duy trì và mở rộng năng lực này, khẳng định đây là nhu cầu nội tại gắn liền với nhận thức nghề nghiệp trong kỷ nguyên số. Nhìn chung, dữ liệu cho thấy năng lực sáng tạo nội dung số không chỉ được đón nhận tích cực mà còn được xem là yếu tố tất yếu cần phát triển liên tục trong đào tạo giáo viên hiện đại.

4. Một số giải pháp bồi dưỡng và phát triển năng lực sáng tạo nội dung số cho sinh viên sư phạm

4.1. Tăng cường đào tạo và nâng cao nhận thức về công nghệ số

Với mục tiêu cung cấp cho sinh viên sư phạm một nền tảng vững chắc về các công cụ công nghệ số cơ bản và nâng cao. Điều này bao gồm việc làm quen với các phần mềm thiết kế đồ họa, chỉnh sửa video, tạo nội dung học trực tuyến, và các nền tảng học tập điện tử. Các khóa học hoặc chương trình đào tạo giúp sinh viên làm quen với các công cụ sáng tạo nội dung như Canva, Adobe Photoshop, Adobe Premiere, các công cụ học tập như Google Classroom, Moodle, và các công cụ hỗ trợ khác. Sinh viên cũng cần được đào tạo về cách sử dụng các phần mềm và công cụ quản lý lớp học trực tuyến, để có thể áp dụng hiệu quả trong giảng dạy. Bên cạnh đó, tổ chức các buổi hội thảo, các cuộc thi sáng tạo nội dung số, tọa đàm với các chuyên gia trong ngành về công nghệ giáo dục, qua đó tạo cơ hội cho sinh viên tìm hiểu về xu hướng và tầm quan trọng của công nghệ số trong giáo dục. Các sinh viên cần được khuyến khích và hướng dẫn để nhìn nhận công nghệ không chỉ là công cụ hỗ trợ mà còn là phương pháp dạy học mới, có thể nâng cao sự tương tác và hiệu quả học tập.

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong sáng tạo nội dung số: cung cấp các khóa học về AI và công nghệ học máy (machine learning) trong giáo dục, giúp sinh viên sư phạm hiểu rõ cách ứng dụng AI trong sáng tạo nội dung số. Sinh viên có thể học cách sử dụng các công cụ AI để tạo ra các bài học cá nhân hóa, phân tích sự tiến bộ của học sinh, cũng như xây dựng các công cụ học tập thông minh. Khuyến khích sinh viên phát triển các sản phẩm sáng tạo, như trò chơi giáo dục hoặc ứng dụng học tập có tích hợp AI, giúp học sinh học tập theo phong cách cá nhân thông qua việc cung cấp cho sinh viên các dự án thực tế, nơi họ có thể tạo ra các ứng dụng hoặc trò chơi giáo dục sử dụng AI để cải thiện trải nghiệm học tập. Các dự án này có thể được triển khai dưới dạng bài tập nhóm hoặc nghiên cứu khoa học,

trong đó sinh viên sử dụng AI để tạo ra các công cụ học tập tương tác và hấp dẫn.

Ví dụ cụ thể kịch bản ứng dụng công nghệ AI để tạo nội dung số đa phương tiện hỗ trợ giảng dạy ngôn ngữ.

Với mục tiêu hoạt động nhằm phát triển năng lực sáng tạo nội dung số phục vụ dạy học ngôn ngữ (Tiếng Anh, Tiếng Việt) qua các sản phẩm đa phương tiện. Kịch bản:

- Sinh viên sử dụng AI tổng hợp (như ChatGPT) để tạo kịch bản hội thoại, bài đọc, hoặc đoạn văn mẫu theo chủ đề học tập.

- Dựa trên kịch bản, AI hỗ trợ chuyển đổi thành podcast, video thuyết minh, hoặc truyện tranh số bằng công cụ tạo nội dung đa phương tiện (như Atp, Heygen).

- Tạo bài tập tương tác như điền từ, nghe và chọn đáp án, luyện phát âm có phản hồi tự động nhờ AI phân tích giọng nói.

- Sinh viên thiết kế các game học ngôn ngữ với AI tạo câu hỏi linh hoạt, nâng cao khả năng tiếp thu của học sinh.

Hoặc kịch bản ứng dụng công cụ AI trong thiết kế bài giảng số tương tác. Với mục tiêu tăng cường khả năng thiết kế bài giảng sinh động, hấp dẫn và cá nhân hóa theo từng đối tượng học sinh. Kịch bản:

- Sinh viên sư phạm sử dụng nền tảng AI (ví dụ: ChatGPT, Bard, hoặc công cụ tạo nội dung như Canva AI) để hỗ trợ soạn thảo nội dung bài giảng.

- AI được sử dụng để gợi ý các câu hỏi thảo luận, tình huống thực tế, hoặc ví dụ minh họa phù hợp với chủ đề và trình độ học sinh. Tạo nhanh các slide bài giảng trực quan, tích hợp hình ảnh, video minh họa và infographic tự động dựa trên nội dung được nhập.

- Kết hợp công cụ AI chatbot hỗ trợ học sinh tương tác trực tiếp trong quá trình học, giúp giải đáp thắc mắc tức thì và tạo môi trường học tập linh hoạt.

4.2. Tích hợp sáng tạo nghệ thuật vào giảng dạy số

Khuyến khích sinh viên sư phạm kết hợp các yếu tố sáng tạo nghệ thuật (như đồ họa, âm nhạc, hoạt hình), thiết kế đồ họa, sản xuất video, và sáng tạo nghệ thuật vào nội dung số để làm phong phú quá trình giảng dạy. Các kỹ thuật như thiết kế hình ảnh động, đồ họa thông tin (infographics), và sử dụng âm nhạc trong bài giảng sẽ làm cho nội dung học trở nên sinh động và dễ hiểu hơn. Song song đó, áp dụng các phương pháp giảng dạy sáng tạo như học qua dự án (project-based learning), học qua trò chơi (gamification), và học qua mô phỏng (simulation-based learning) trong môi trường học trực tuyến. Các phương pháp này không chỉ giúp sinh viên sư phạm sáng tạo trong việc thiết kế nội dung học mà còn thúc đẩy sự tham gia của học sinh vào quá trình học tập.

Ví dụ cụ thể kịch bản học qua dự án (Peoject-based Learing – PBL): Thiết kế mô-đun bài giảng số tích hợp AI cho môn học cụ thể. Với mục tiêu phát triển năng lực thiết kế bài giảng số có ứng dụng trí tuệ nhân tạo, rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm và áp dụng công nghệ trong giảng dạy sư phạm.

Cách thức triển khai:

- Bước 1: Chia sinh viên thành nhóm 4-5 người, mỗi nhóm chọn một môn học và chủ đề cụ thể (ví dụ: Toán 4, Tiếng Việt 5 – Ngôn ngữ).

- Bước 2: Tìm hiểu nhu cầu học tập, đặc điểm học sinh qua khảo sát hoặc nghiên cứu tài liệu.

- Bước 3: Lập kế hoạch thiết kế mô-đun bài giảng số dài 15-20 phút, trong đó tích hợp ít nhất một ứng dụng AI (ví dụ: AI tạo câu hỏi tương tác, chatbot hỗ trợ học tập, mô phỏng 3D).

- Bước 4: Sử dụng các công cụ như PowerPoint AI, Canva AI, ChatGPT, hoặc các nền tảng tạo bài giảng số (Edpuzzle, Genially) để xây dựng mô-đun.

- Bước 5: Thử nghiệm mô-đun trên nhóm nhỏ học sinh hoặc bạn bè để thu thập phản hồi.

- Bước 6: Hoàn thiện và trình bày kết quả dự án trước lớp hoặc hội đồng giám khảo.

4.3. Tạo môi trường học tập tích cực và khuyến khích sự sáng tạo

Tổ chức các cuộc thi sáng tạo nội dung số cho sinh viên, khuyến khích sinh viên tham gia vào các dự án thực tế để tạo ra nội dung học tập. Sinh viên sẽ có cơ hội ứng dụng các kiến thức học được vào thực tế, đồng thời phát triển khả năng sáng tạo và tinh thần hợp tác trong môi trường học tập. Các cuộc thi hoặc dự án có thể bao gồm thiết kế bài giảng trực tuyến, tạo ra ứng dụng học tập, hoặc phát triển các chương trình đào tạo số.

Ví dụ kịch bản chi tiết cuộc thi “*Thiết kế bài giảng số sáng tạo tích hợp AI*”. Với mục tiêu khuyến khích sinh viên sư phạm vận dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo hỗ trợ thiết kế bài giảng sáng tạo và phù hợp với chương trình giảng dạy. Bên cạnh đó, phát triển kỹ năng sử dụng công cụ AI hỗ trợ xây dựng nội dung số trong giảng dạy. Cách thức triển khai:

- Đối tượng: Sinh viên các khoa sư phạm, đặc biệt chuyên ngành giáo dục tiểu học.

- Hình thức: Thi cá nhân hoặc nhóm (3-5 sinh viên)

- Nội dung: Thiết kế một bài giảng số tối thiểu 10 phút, có tích hợp ít nhất 1 công cụ AI (ví dụ: chatbot, tạo nội dung tự động, mô phỏng 3D, video AI). Bài giảng phải có yếu tố tương tác, minh họa sinh động và hướng đến mục tiêu học tập rõ ràng.

- Quy trình:

Bước 1: Tổ chức tập huấn hướng dẫn sử dụng các công cụ AI hỗ trợ sáng tạo nội dung số;

Bước 2: Thí sinh nộp bài giảng kèm kịch bản, video demo và file nguồn (slides, phần mềm...);

Bước 3: Ban giám khảo chấm dựa trên các tiêu chí: tính sáng tạo, khả năng ứng dụng công nghệ AI, hiệu quả truyền đạt, tính tương tác và thẩm mỹ;

Bước 4: Công bố giải thưởng, tổ chức hội thảo chia sẻ kinh nghiệm và triển khai các bài giảng xuất sắc vào giảng dạy thử nghiệm.

5. Kết luận

Trong bối cảnh giáo dục ngày càng chuyển mình mạnh



mẽ trong thời đại công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI), việc phát triển năng lực sáng tạo nội dung số cho sinh viên sư phạm trở thành một yếu tố then chốt để nâng cao chất lượng giảng dạy và học tập. Công nghệ số và AI không chỉ là công cụ hỗ trợ mà còn là những yếu tố cấu thành của một phương pháp giảng dạy hiện đại, linh hoạt và hiệu quả hơn. Đặc biệt, đối với sinh viên sư phạm, những năng lực này không chỉ giúp họ làm chủ các công cụ học tập số mà còn tạo ra những sản phẩm giáo dục sáng tạo, có tính tương tác và khả năng thu hút học sinh.

Các sinh viên sư phạm cần được trang bị kiến thức vững về các công cụ và phần mềm phục vụ sáng tạo nội dung số, đồng thời có khả năng ứng dụng các công nghệ như trí tuệ nhân tạo để tối ưu hóa quá trình giảng dạy và học tập. Sự tích hợp giữa sáng tạo nghệ thuật, sư phạm và công nghệ là yếu tố quyết định sự thành công trong việc phát triển năng lực sáng tạo của sinh viên. Các giải pháp như tăng cường đào tạo về công nghệ, ứng dụng công cụ AI trong sáng tạo nội dung, tích hợp sáng tạo nghệ thuật vào giảng dạy số, và tạo ra môi trường học tập tích cực là những bước đi quan trọng trong việc phát triển năng lực sáng tạo cho sinh viên sư phạm. Chỉ khi được trang bị đầy đủ các kiến thức, kỹ năng và công cụ sáng tạo, sinh viên sư phạm mới có thể đóng góp tích cực vào việc nâng cao chất lượng giáo dục, đáp ứng yêu cầu của một xã hội đang thay đổi nhanh chóng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bond, M., Marín, V. I., Dolch, C., Bedenlier, S., & Zawacki-Richter, O. (2018). *Digital transformation in German higher education: Student and teacher perceptions and usage of digital media*. International Journal of Educational Technology in Higher Education, 15(1), 1–20.
- [2] Bộ Giáo dục và Đào tạo. (2025). Thông tư 02/2025/TT-BGDĐT ngày 24/01/2025 về *Khung năng lực số cho người học*.
- [3] Đỗ Văn Hùng, Trần Đức Hòa. (2021). *Năng lực số dành cho giảng dạy và học tập trực tuyến*. Tạp chí Thông tin và Tư liệu, 2, 3–11.
- [4] Ferrari, A., Pumie, Y., & Brečko, B. (2013). *A framework for developing and understanding digital competence in Europe*.
- [5] Nguyễn Thị Giang. (2022). *Đề xuất một số biện pháp phát triển “Năng lực số” cho đội ngũ giáo viên trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0*. VJE Tạp chí Giáo dục, 19, 25–28.
- [6] Nguyễn Văn Thùy. (2023). *Nghiên cứu tác động của năng lực số và đổi mới sáng tạo tới khả năng thích ứng nghề nghiệp của sinh viên tốt nghiệp trong nền kinh tế số*. Tạp chí khoa học và đào tạo ngân hàng, 58–68.
- [7] Phan Anh Hùng. (2029). *Phát triển năng lực dạy học cho sinh viên đại học ngành Sư phạm Toán với sự hỗ trợ của công nghệ thông tin và truyền thông*. Luận án tiến sĩ Khoa học giáo dục, Trường Đại học Vinh.
- [8] Trần Khánh Đức. (2016). *Lí luận và phương pháp dạy học hiện đại*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [9] UNESCO. (2018). *Khung năng lực công nghệ thông tin truyền thông cho giảng viên của UNESCO*. Lê Trung Nghĩa (dịch)

Thông tin về tác giả

	<p>Dương Thu Trang:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tốt nghiệp đại học năm 2012, Thạc sỹ 2015 ngành Sư phạm Mỹ thuật, mảng nghiên cứu tập trung về Lí luận và phương pháp dạy học Mỹ thuật, sự phát triển các năng lực của sinh viên như năng lực số, năng lực tự học...- Giảng viên, Trường Đại học Sư phạm – Đại học Thái Nguyên- Lĩnh vực quan tâm: Nghệ thuật, Công nghệ số, Trí tuệ nhân tạo.- Điện thoại: 0965.110.607
	<p>Nguyễn Văn Thiều:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tốt nghiệp ĐH năm 2006, Thạc sỹ năm 2012, ngành Sư phạm Âm nhạc, mảng nghiên cứu tập trung về lí luận và phương pháp dạy học Âm nhạc, sự phát triển các năng lực số trong thời đại trí tuệ nhân tạo (AI)- Giảng viên, Trường Đại học Sư phạm – Đại học Thái Nguyên- Lĩnh vực quan tâm: Nghệ thuật, Năng lực số, Công nghệ số.- Điện thoại: 0988.268.558

PHƯƠNG HƯỚNG TRUYỀN THÔNG GIÁO DỤC PHÙ HỢP QUY HOẠCH MẠNG LƯỚI CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC VÀ SƯ PHẠM THỜI KỲ 2021 - 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2050

DIRECTIONS FOR EDUCATIONAL COMMUNICATIONS IN LINE WITH THE PLANNING OF THE HIGHER EDUCATION AND TEACHER TRAINING NETWORK FOR THE PERIOD 2021 - 2030, VISION TO 2050

Hoàng Hà Nam

Trường Đại học Vinh

Hoang Ha Nam

Vinh University; hoanghanam@vinhuni.edu.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Hoang Ha Nam (email: hoanghanam@vinhuni.edu.vn)*

Tóm tắt - Bài báo này phân tích phương hướng truyền thông giáo dục nhằm hỗ trợ quy hoạch mạng lưới cơ sở giáo dục đại học và sư phạm tại Việt Nam trong giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050. Thông qua việc xác định các nguyên tắc, chiến lược và giải pháp truyền thông phù hợp, nghiên cứu đề xuất các mô hình truyền thông hiện đại, đa phương tiện nhằm nâng cao hiệu quả phổ biến chính sách và nâng cao nhận thức của xã hội về định hướng phát triển hệ thống giáo dục đại học và sư phạm.

Từ khóa - Truyền thông giáo dục; quy hoạch mạng lưới; giáo dục đại học; chuyển đổi số; chiến lược truyền thông.

Abstract - This paper analyzes the directions for educational communications to support the planning of the higher education and teacher training network in Vietnam for the period 2021 - 2030, with a vision to 2050. By identifying appropriate principles, strategies, and communication solutions, the study proposes modern, multimedia communication models to enhance policy dissemination and raise public awareness about the development orientation of the higher education and teacher training system.

Keywords - Educational communications; network planning; higher education; digital transformation; communication strategies.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, giáo dục đại học và sư phạm đóng vai trò then chốt trong việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội. Việc quy hoạch mạng lưới cơ sở giáo dục đại học và sư phạm không chỉ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo mà còn đảm bảo sự phân bổ hợp lý các nguồn lực giáo dục trên cả nước, giúp tối ưu hóa hiệu quả hoạt động của hệ thống giáo dục.

Tuy nhiên, để quy hoạch này được thực hiện một cách hiệu quả, truyền thông giáo dục đóng vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền, phổ biến thông tin và tạo sự đồng thuận trong toàn xã hội. Một chiến lược truyền thông hiệu quả sẽ giúp nâng cao nhận thức của các bên liên quan, bao gồm chính phủ, cơ sở giáo dục, doanh nghiệp và người học, từ đó tạo ra sự phối hợp chặt chẽ nhằm hiện thực hóa mục tiêu của quy hoạch.

Bài báo này tập trung vào việc xác định các phương hướng truyền thông giáo dục phù hợp với quy hoạch mạng lưới cơ sở giáo dục đại học và sư phạm giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông, tận dụng lợi thế của công nghệ số và phát huy vai trò của các kênh truyền thông đa phương tiện trong việc thúc đẩy đổi mới giáo dục.

2. Cơ sở lý luận và thực tiễn

2.1. Khái niệm và vai trò của truyền thông giáo dục

Truyền thông giáo dục là quá trình truyền tải thông tin,

tri thức và giá trị giáo dục từ các nguồn đáng tin cậy đến người học, giáo viên, phụ huynh và toàn xã hội. Vai trò của truyền thông giáo dục không chỉ giới hạn trong việc cung cấp thông tin mà còn giúp hình thành nhận thức, thái độ và hành vi tích cực đối với giáo dục. Một hệ thống truyền thông giáo dục hiệu quả sẽ góp phần nâng cao chất lượng giáo dục, hỗ trợ quá trình đổi mới và cải cách giáo dục, đồng thời thúc đẩy sự tham gia của các bên liên quan vào quá trình xây dựng và phát triển hệ thống giáo dục quốc gia.

2.2. Bối cảnh quy hoạch mạng lưới giáo dục đại học và sư phạm tại Việt Nam

Trong giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050, Việt Nam đã đề ra chiến lược quy hoạch mạng lưới cơ sở giáo dục đại học và sư phạm nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, tối ưu hóa hệ thống giáo dục và đảm bảo sự phát triển bền vững. Bối cảnh quy hoạch này bao gồm những thách thức và cơ hội, như nhu cầu nâng cao chất lượng đào tạo, xu hướng hội nhập giáo dục quốc tế, tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 và sự chuyển đổi số trong giáo dục. Truyền thông giáo dục đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng dư luận, giúp các cơ sở giáo dục, người học và toàn xã hội hiểu rõ hơn về mục tiêu, lộ trình và lợi ích của quy hoạch mạng lưới giáo dục đại học và sư phạm.

2.3. Xu hướng truyền thông giáo dục trong kỷ nguyên số

Sự phát triển của công nghệ số đã làm thay đổi căn bản cách thức truyền thông trong giáo dục. Những xu hướng truyền thông giáo dục quan trọng trong kỷ nguyên số bao

gồm:

- Chuyển đổi số trong truyền thông giáo dục: Việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và các nền tảng số vào truyền thông giúp tối ưu hóa khả năng tiếp cận thông tin, cá nhân hóa nội dung và tăng cường hiệu quả truyền tải.

- Phát triển các kênh truyền thông đa phương tiện: Mạng xã hội, nền tảng học tập trực tuyến, podcast và video ngắn ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc tiếp cận người học và truyền tải nội dung giáo dục.

- Tăng cường tính tương tác trong truyền thông: Các công cụ như hội thảo trực tuyến, lớp học ảo và các nền tảng e-learning giúp tạo ra môi trường giao tiếp hai chiều giữa người dạy và người học, tăng tính hiệu quả của quá trình giáo dục.

- Xây dựng thương hiệu giáo dục thông qua truyền thông: Các cơ sở giáo dục ngày càng chú trọng vào việc xây dựng hình ảnh và thương hiệu thông qua chiến lược truyền thông, giúp thu hút sinh viên, đối tác và nguồn đầu tư.

3. Phương hướng truyền thông giáo dục phù hợp quy hoạch mạng lưới

3.1. Xây dựng chiến lược truyền thông giáo dục dựa trên dữ liệu và nhu cầu thực tế

Việc xây dựng chiến lược truyền thông giáo dục phải dựa trên dữ liệu chính xác và phân tích nhu cầu thực tế của các bên liên quan. Các cơ sở giáo dục cần thực hiện khảo sát, thu thập dữ liệu về nhận thức, thái độ và mong đợi của sinh viên, giảng viên, phụ huynh và xã hội đối với hệ thống giáo dục. Đồng thời, các chỉ số đo lường hiệu quả truyền thông cần được xác định để đánh giá và điều chỉnh chiến lược phù hợp.

3.2. Ứng dụng công nghệ số trong truyền thông giáo dục

Trong thời đại chuyển đổi số, truyền thông giáo dục cần tận dụng các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), thực tế ảo (VR) và blockchain để tăng tính hiệu quả và độ tin cậy của thông tin. Các nền tảng trực tuyến, ứng dụng di động và chatbot hỗ trợ học tập có thể giúp cá nhân hóa nội dung truyền thông, đồng thời tăng cường tính tương tác giữa các bên liên quan.

3.3. Đẩy mạnh sự tham gia của các bên liên quan, bao gồm nhà trường, doanh nghiệp, truyền thông và xã hội

Một chiến lược truyền thông giáo dục hiệu quả cần sự phối hợp giữa các trường đại học, cơ quan quản lý giáo dục, doanh nghiệp, cơ quan báo chí và cộng đồng. Các trường đại học có thể hợp tác với doanh nghiệp để tổ chức hội thảo, tọa đàm về giáo dục, trong khi các cơ quan truyền thông đóng vai trò lan tỏa thông tin chính xác và kịp thời đến công chúng. Ngoài ra, việc huy động sự tham gia của sinh viên, giảng viên và cựu sinh viên cũng sẽ góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông.

3.4. Phát triển các kênh truyền thông đa phương tiện: mạng xã hội, báo chí, truyền hình, nền tảng trực tuyến

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số cho phép các cơ sở giáo dục tiếp cận đa dạng kênh truyền thông để tiếp cận đối tượng mục tiêu. Các chiến lược truyền thông cần kết hợp linh hoạt giữa:

- Mạng xã hội (Facebook, YouTube, TikTok, LinkedIn, Twitter): Tạo nội dung hấp dẫn, sử dụng video ngắn, livestream để thu hút sự quan tâm của sinh viên và phụ huynh.

- Báo chí và truyền hình: Tăng cường hợp tác với các cơ quan báo chí và đài truyền hình để phổ biến thông tin chính thống, định hướng dư luận.

- Nền tảng trực tuyến và e-learning: Tích hợp truyền thông vào hệ thống học tập trực tuyến, giúp nâng cao trải nghiệm giáo dục và quảng bá thương hiệu trường đại học.

3.5. Nâng cao năng lực truyền thông của các cơ sở giáo dục đại học và sư phạm

Để đảm bảo hiệu quả truyền thông, các cơ sở giáo dục cần có đội ngũ chuyên trách về truyền thông, được đào tạo bài bản về chiến lược truyền thông số, quản lý thương hiệu và ứng dụng công nghệ trong truyền thông. Việc tổ chức các khóa đào tạo về truyền thông, xây dựng bộ phận chuyên trách và áp dụng mô hình quản lý truyền thông hiện đại sẽ giúp các trường đại học và cơ sở sư phạm nâng cao hiệu quả trong việc quảng bá hình ảnh và thông tin giáo dục.

4. Giải pháp thực hiện

4.1. Hoàn thiện khung chính sách truyền thông giáo dục

Việc xây dựng một khung chính sách truyền thông giáo dục đồng bộ và chặt chẽ là yếu tố quan trọng để đảm bảo hiệu quả trong việc thực hiện quy hoạch mạng lưới cơ sở giáo dục đại học và sư phạm. Cần có các quy định rõ ràng về nội dung, phương thức truyền thông, các tiêu chí đánh giá hiệu quả truyền thông, cũng như cơ chế giám sát, phản hồi và điều chỉnh chính sách theo từng giai đoạn.

Nhà nước cần ban hành các chính sách hỗ trợ tài chính, kỹ thuật và nhân sự cho công tác truyền thông tại các cơ sở giáo dục, đồng thời thúc đẩy các chương trình hợp tác giữa Bộ Giáo dục và Đào tạo, các trường đại học và các tổ chức truyền thông để nâng cao chất lượng thông tin.

4.2. Tích hợp truyền thông vào chiến lược phát triển của các cơ sở giáo dục

Các trường đại học và cơ sở sư phạm cần xây dựng kế hoạch truyền thông dài hạn, gắn liền với chiến lược phát triển tổng thể của đơn vị. Truyền thông không chỉ dừng lại ở việc quảng bá hình ảnh mà còn cần tích hợp vào các hoạt động quản lý, giảng dạy, nghiên cứu khoa học và hợp tác quốc tế.

Các cơ sở giáo dục cần thiết lập bộ phận truyền thông chuyên trách, chịu trách nhiệm định hướng, phát triển nội dung truyền thông, đồng thời triển khai các chương trình truyền thông nội bộ nhằm nâng cao nhận thức của cán bộ, giảng viên và sinh viên về các chính sách giáo dục.

4.3. Hợp tác công - tư trong triển khai các chiến dịch truyền thông

Sự hợp tác giữa các cơ quan nhà nước, trường đại học và doanh nghiệp có vai trò quan trọng trong việc mở rộng phạm vi và nâng cao chất lượng truyền thông giáo dục. Các trường có thể hợp tác với các công ty truyền thông, công nghệ để phát triển các chiến dịch truyền thông sáng tạo, sử dụng nền tảng số, dữ liệu lớn để tiếp cận hiệu quả hơn đến sinh viên, phụ huynh và xã hội.

Ngoài ra, việc hợp tác với các tổ chức quốc tế, quỹ đầu tư giáo dục và các doanh nghiệp lớn sẽ giúp các trường đại học nâng cao năng lực truyền thông, học hỏi từ những mô hình truyền thông giáo dục thành công trên thế giới.

4.4. Xây dựng các chương trình đào tạo và bồi dưỡng về truyền thông giáo dục cho cán bộ quản lý

Một trong những yếu tố then chốt để thực hiện thành công chiến lược truyền thông giáo dục là nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý và nhân sự phụ trách truyền thông tại các cơ sở giáo dục. Cần thiết lập các chương trình đào tạo chuyên sâu về truyền thông giáo dục, bao gồm các kỹ năng lập kế hoạch truyền thông, quản lý thương hiệu, sử dụng công nghệ số và ứng dụng dữ liệu trong truyền thông.

Các khóa đào tạo này có thể được tổ chức theo hình thức trực tuyến hoặc trực tiếp, với sự tham gia của chuyên gia truyền thông, giảng viên trong lĩnh vực công nghệ thông tin, giáo dục và truyền thông đại chúng.

5. Kết quả triển khai thí điểm và phân tích thực tiễn

5.1. Kết quả triển khai thí điểm tại Trường Đại học Vinh

Từ năm 2023, Trường Đại học Vinh là một trong những đơn vị tiên phong triển khai thí điểm chiến lược truyền thông giáo dục gắn với định hướng chuyển đổi số và quy hoạch mạng lưới giáo dục đại học. Trường đã xây dựng kế hoạch truyền thông tổng thể, trong đó xác định rõ các đối tượng mục tiêu (sinh viên, phụ huynh, giảng viên, nhà tuyển dụng), lựa chọn các kênh truyền thông hiện đại (Facebook, YouTube, website, hệ thống LMS) và phát triển nội dung truyền thông số theo hướng đa dạng, cá nhân hóa và tương tác cao.

Một số kết quả nổi bật từ chương trình thí điểm bao gồm:

- Tăng 150% lượng truy cập website tuyển sinh trong giai đoạn cao điểm 2023 so với năm trước.
- Số lượng sinh viên đăng ký theo dõi Fanpage trường tăng 200%, đặc biệt tăng mạnh trong giai đoạn truyền thông chiến dịch "Đại học thông minh - học tập thông minh".
- Tương tác với sinh viên qua nền tảng mạng xã hội giúp giải đáp 80% câu hỏi thường gặp trong tuyển sinh mà không cần can thiệp nhân sự trực tiếp.
- Tổ chức thành công hơn 10 buổi livestream kết nối trực tuyến với phụ huynh, học sinh và doanh nghiệp, mang lại phản hồi tích cực về độ minh bạch thông tin và mức độ tin cậy.

Thông qua việc ứng dụng truyền thông đa phương tiện và công nghệ số, Trường Đại học Vinh đã không chỉ nâng cao hiệu quả quảng bá hình ảnh mà còn góp phần định hình rõ nét mô hình đại học hiện đại, phù hợp định hướng phát triển hệ thống giáo dục trong giai đoạn tới.

5.2. So sánh giữa truyền thông giáo dục truyền thống và phương hướng truyền thông phù hợp quy hoạch mạng lưới

Tiêu chí	Truyền thông giáo dục truyền thống	Phương hướng truyền thông phù hợp quy hoạch mạng lưới
----------	------------------------------------	---

Mục tiêu	Tập trung nhiều vào quảng bá tuyển sinh	Hướng đến xây dựng nhận thức hệ thống, nâng cao hình ảnh và giá trị thương hiệu giáo dục dài hạn
Công nghệ	Chủ yếu dùng phương tiện truyền thống: áp phích, báo giấy, email	Tích hợp công nghệ số: AI, Big Data, mạng xã hội, nền tảng học tập số, chatbot
Kênh truyền thông	Giới hạn ở báo chí, truyền hình, website tĩnh	Mở rộng đa kênh: mạng xã hội, nền tảng video, e-learning, livestream, podcast
Tính tương tác	Thông tin một chiều, ít phản hồi	Giao tiếp hai chiều, phân tích dữ liệu phản hồi và cá nhân hóa nội dung
Chiến lược nội dung	Nội dung chưa đồng nhất, rời rạc	Nội dung được xây dựng chiến lược theo từng nhóm đối tượng mục tiêu
Đối tượng tham gia	Chủ yếu là bộ phận truyền thông nhà trường	Huy động toàn trường, sinh viên, cựu sinh viên, doanh nghiệp, xã hội và các bên liên quan

Qua phân tích, có thể thấy rằng mô hình truyền thông giáo dục truyền thống đang dần bộc lộ những hạn chế về tính hiệu quả, khả năng thích ứng với bối cảnh chuyển đổi số và yêu cầu phát triển bền vững. Trong khi đó, phương hướng truyền thông mới, dựa trên nền tảng công nghệ và sự phối hợp liên ngành, đang trở thành xu thế tất yếu để hỗ trợ quá trình quy hoạch mạng lưới và phát triển giáo dục đại học - sự phạm ở Việt Nam.

6. Kết luận và khuyến nghị

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, chiến lược truyền thông hiệu quả sẽ giúp nâng cao nhận thức của các bên liên quan, từ đó tạo ra sự phối hợp chặt chẽ nhằm hiện thực hóa mục tiêu của quy hoạch mạng lưới cơ sở giáo dục đại học và sự phạm.

Truyền thông giáo dục không chỉ giới hạn trong việc cung cấp thông tin mà còn giúp hình thành nhận thức, thái độ và hành vi tích cực đối với giáo dục. Một hệ thống truyền thông giáo dục hiệu quả sẽ góp phần nâng cao chất lượng giáo dục, hỗ trợ quá trình đổi mới và cải cách giáo dục, đồng thời thúc đẩy sự tham gia của các bên liên quan vào quá trình xây dựng và phát triển hệ thống giáo dục quốc gia.

Nhằm phát huy vai trò của truyền thông trong việc hỗ trợ quy hoạch mạng lưới giáo dục đại học và sự phạm, góp phần xây dựng hệ thống giáo dục bền vững và hiệu quả, chúng tôi đề xuất các định hướng chiến lược như sau.

6.1. Khuyến nghị đối với Bộ Giáo dục và Đào tạo

Hoàn thiện khung chính sách truyền thông giáo dục, đảm bảo tính nhất quán và phù hợp với định hướng quy hoạch mạng lưới cơ sở giáo dục đại học và sự phạm.

Hỗ trợ tài chính và kỹ thuật cho các cơ sở giáo dục đại học trong việc triển khai các chiến lược truyền thông hiệu

quả, đặc biệt là ứng dụng công nghệ số.

Thiết lập các chương trình đào tạo, bồi dưỡng về truyền thông giáo dục cho cán bộ quản lý tại các cơ sở giáo dục đại học, giúp nâng cao năng lực truyền thông trong hệ thống giáo dục.

Tăng cường hợp tác với các cơ quan truyền thông để đảm bảo thông tin về quy hoạch mạng lưới giáo dục được phổ biến rộng rãi và chính xác đến xã hội.

6.2. Khuyến nghị đối với các cơ sở giáo dục đại học, đặc biệt là các trường sư phạm

Xây dựng bộ phận truyền thông chuyên trách, có chiến lược rõ ràng nhằm quảng bá hình ảnh và nâng cao nhận thức của xã hội về vai trò của giáo dục đại học và sư phạm.

Tích hợp truyền thông vào chiến lược phát triển nhà trường, đảm bảo truyền thông không chỉ phục vụ tuyển sinh mà còn hỗ trợ các hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học và hợp tác quốc tế.

Đẩy mạnh việc sử dụng công nghệ số trong truyền

thông, bao gồm mạng xã hội, nền tảng trực tuyến, ứng dụng di động để tiếp cận đa dạng đối tượng.

Tăng cường hợp tác với doanh nghiệp, tổ chức phi chính phủ và cơ quan báo chí để mở rộng kênh truyền thông và đảm bảo tính lan tỏa của thông điệp giáo dục.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bộ Giáo dục và Đào tạo, *Quy hoạch mạng lưới cơ sở giáo dục đại học và sư phạm giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050*, 2021.

[2] Chính phủ, *Chiến lược phát triển giáo dục Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2045*, 2021.

[3] Hoàng Trọng Nghĩa, Nguyễn Văn Huân, *Chuyển đổi số trong giáo dục đại học ở Việt Nam*, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 2024, [Online] Available: <https://kinhtevadubao.vn/>.

[4] Hoàng Sỹ Tương, Nguyễn Thị Mỹ Lộc, Nguyễn Thị Loan, *Chuyển đổi số trong giáo dục*, NXB Thông tin và Truyền thông, 2023.

[5] UNESCO, *The Role of Communication in Higher Education Development*, UNESCO Publishing, 2020.

[6] World Bank, *Digital Transformation in Education: Strategies and Challenges*, World Bank Reports, 2021

Thông tin về tác giả



Hoàng Hà Nam

- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu): Đại học Khoa học môi trường (2011); Thạc sĩ Sinh học thực nghiệm (2017).
- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): Trưởng Bộ phận Truyền thông, Trường Đại học Vinh.
- Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông, Chuyển đổi số, Đổi mới giáo dục.
- Điện thoại: 0975.153513.

QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TUYỂN SINH ĐẠI HỌC: THỰC TRẠNG VÀ CÁC KHUYẾN NGHỊ (NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG)

MANAGEMENT OF UNIVERSITY ADMISSION COMMUNICATION ACTIVITIES: CURRENT SITUATION AND RECOMMENDATIONS (CASE STUDY AT THE UNIVERSITY OF DANANG)

Hà Văn Hoàng, Trần Xuân Bách*

Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng;

Ha Van Hoang, Tran Xuan Bach*

The University of Danang - University of Science and Education; hvhoang@ued.udn.vn, txbach@ued.udn.vn

**Tác giả liên hệ (Corresponding author): Ha Van Hoang (email: hvhoang@ued.udn.vn)*

Tóm tắt - Quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh được xác định là yếu tố then chốt trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông tuyển sinh, từ đó thu hút sinh viên, cung cấp thông tin về các chương trình đào tạo, cơ hội nghề nghiệp, đồng thời xây dựng hình ảnh và uy tín của các cơ sở giáo dục đại học. Nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra qua bảng hỏi đối với 150 giảng viên và 50 cán bộ, chuyên viên, nhằm đánh giá thực trạng công tác quản lý truyền thông tuyển sinh tại các trường thuộc Đại học Đà Nẵng. Kết quả cho thấy, công tác quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh đạt hiệu quả ở mức khá, với điểm trung bình dao động từ 3,41 đến 4,24. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra một số tồn tại trong quá trình quản lý, như việc quản lý thực hiện các mục tiêu truyền thông, những hạn chế trong công tác giám sát và đánh giá. Nghiên cứu cũng đề xuất các khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh, từ đó góp phần dựng thương hiệu tuyển sinh của các Trường Đại học

Từ khóa - “tuyển sinh”; “truyền thông”; “quản lý”; “quản lý hoạt động truyền thông”

1. Đặt vấn đề

Truyền thông đóng vai trò ngày càng quan trọng đối với tất cả các hoạt động của con người, trong đó có giáo dục đại học. Trong bối cảnh giáo dục đại học ngày càng phát triển và cạnh tranh, truyền thông tuyển sinh càng có ý nghĩa trong việc thu hút và lựa chọn sinh viên. Truyền thông không chỉ cung cấp thông tin về các chương trình đào tạo, cơ hội nghề nghiệp mà còn xây dựng hình ảnh và uy tín của các trường đại học trong mắt học sinh, sinh viên và phụ huynh [3]. Bởi vậy, học sinh trung học phổ thông, họ tiếp nhận những thông tin của trường đại học để thỏa mãn nhu cầu tìm kiếm thông tin và làm căn cứ ra quyết định lựa chọn trường. Những thông tin này thể hiện sự nỗ lực của nhà trường trong việc giao tiếp cũng như hoạt động xúc tiến, truyền thông trong giáo dục. Các trường đại học cung cấp thông tin cho sinh viên và phụ huynh về mục tiêu, hoạt động, sự trợ giúp và khuyến khích họ quan tâm đến trường[2]. Theo Ruth E. K., bên cạnh các yếu tố như nơi cư trú, chất lượng đào tạo, môi trường học tập, cơ hội nghề nghiệp và hỗ trợ tài chính, thì hoạt động truyền thông của nhà trường cũng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định chọn trường của người học, thông qua việc cung

Abstract - The management of admission communication activities is identified as a key factor in enhancing the effectiveness of admission marketing, thereby attracting students, providing information about academic programs and career opportunities, and simultaneously building the image and reputation of higher education institutions. This study employs a survey method using questionnaires administered to 150 lecturers and 50 staff members to assess the current state of admission communication management at universities under the University of Danang. The results indicate that the management of admission communication activities is moderately effective, with average scores ranging from 3,41 to 4,24. However, the study also highlights several issues in the management process, such as the execution of communication goals and limitations in monitoring and evaluation practices. The research also provides recommendations to improve the effectiveness of admission communication management, which in turn would contribute to enhancing the recruitment branding of these universities

Keywords - “admissions”; “communications”; “management”; “communications management”

cấp thông tin và định hướng nhận thức [10]. Bên cạnh, việc tham quan trực tiếp tại trường đại học hay các buổi giới thiệu về trường cũng ảnh hưởng đến quyết định chọn trường của học sinh [5], thì website, Facebook, MySpace, YouTube, Flickr, Twitter là những hình thức truyền thông phổ biến và có hiệu quả trong việc tăng cường cơ hội tiếp cận nguồn thông tin của các trường đại học [9], [11], [12].

Tuy nhiên, để đảm bảo chất lượng và hiệu quả truyền thông nói chung, đặc biệt là truyền thông tuyển sinh của các trường đại học là vấn đề hết sức cấp thiết, điều này đòi hỏi các cơ sở giáo dục đại học không ngừng nâng cao năng lực quản lý hoạt động này [8]. Quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh đại học liên quan đến hệ thống nhiều yếu tố bao gồm cả về nội dung, phương thức, điều kiện, đặc biệt là cơ chế vận hành với các bộ phận liên quan [4] cũng như đội ngũ chuyên nghiệp [14]. Đặc biệt, sự phối hợp giữa các chiến lược truyền thông trường đại học và việc sử dụng dữ liệu sinh viên tiềm năng có thể cải thiện hiệu quả của chiến dịch tuyển sinh và giảm chi phí marketing [6]. Trong bối cảnh đó, Đại học Đà Nẵng cũng không nằm ngoài xu hướng và việc quản lý hiệu quả hoạt động truyền thông tuyển sinh là một trong những yếu tố quyết định trong việc

nâng cao chất lượng tuyển sinh, thu hút sinh viên và xây dựng thương hiệu trường đại học.

Nghiên cứu này được thực hiện với mục đích phân tích thực trạng quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh tại Đại học Đà Nẵng. Trên cơ sở đó, đề xuất các khuyến nghị cụ thể và khả thi nhằm nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh, cũng như góp phần nâng cao chất lượng tuyển sinh và xây dựng hình ảnh của Đại học Đà Nẵng đối với sinh viên tiềm năng.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Theo Kotler và Fox, truyền thông giáo dục không chỉ là quảng cáo mà còn bao gồm quan hệ công chúng, truyền thông số, tổ chức sự kiện và các hoạt động tương tác cộng đồng [7]. Truyền thông tuyển sinh là một bộ phận quan trọng của truyền thông giáo dục, nhằm mục tiêu chính là thu hút sinh viên tiềm năng, cung cấp thông tin đầy đủ và thuyết phục về các chương trình đào tạo, cơ hội nghề nghiệp và giá trị của việc học tại một cơ sở giáo dục cụ thể. Theo đó, quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh là một trong những phương diện của quản lý giáo dục, quản trị nhà trường. “Quản lý hoạt động truyền thông đến người học là hệ những tác động có định hướng của chủ thể quản lý nhà trường đến hoạt động truyền thông đến người học nhằm đạt được mục tiêu truyền thông đến người học” [13].

Theo lý thuyết tổ chức trong quản lý của Barnard, tổ chức như một hệ thống chỉ ra mối liên hệ giữa các bộ phận với hệ thống, giữa hệ thống này với hệ thống khác. Barnard nhấn mạnh tính hợp lực tức là khi các bộ phận phối hợp hiệu quả, tổ chức có thể đạt được những kết quả mà từng cá nhân riêng lẻ không thể đạt được [1]. Trên cơ sở lý thuyết của Barnard, với tư cách là một trong những hoạt động quản lý chức năng quan trọng trong các cơ sở giáo dục đại học, quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh được hiểu là một quá trình có hệ thống, mang tính chính thể, trong đó nhà trường tổ chức, điều hành và kiểm soát các hoạt động truyền thông nhằm đạt được mục tiêu tuyển sinh đề ra. Hoạt động này bao gồm các thành tố cấu thành liên kết chặt chẽ:

- Quản lý thực hiện mục tiêu truyền thông (xác định rõ đích đến của truyền thông).
- Quản lý thực hiện nội dung truyền thông (xây dựng và kiểm soát thông tin được truyền tải)
- Quản lý thực hiện hình thức truyền thông (lựa chọn phương pháp và kênh truyền thông phù hợp),
- Quản lý các điều kiện thực hiện hoạt động truyền thông (bảo đảm nguồn lực về nhân sự, tài chính, công nghệ...)
- Quản lý kiểm tra, đánh giá hoạt động truyền thông (giám sát, đo lường hiệu quả hoạt động).

Tổng thể các yếu tố này tạo thành một hệ thống quản lý tích hợp, đảm bảo hoạt động truyền thông tuyển sinh không chỉ hiệu quả về mặt thông tin mà còn hỗ trợ trực tiếp cho chiến lược phát triển của nhà trường. Đây chính là cơ sở lý thuyết để nghiên cứu tiến hành đánh giá thực trạng quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh tại địa bàn nghiên cứu.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành thông qua phương pháp

điều tra bằng bảng hỏi gồm 150 giảng viên, 50 cán bộ và chuyên viên phòng đào tạo, công tác sinh viên của 5 trường thành viên Đại học Đà Nẵng: Trường Đại học Bách Khoa, Trường Đại học Sư phạm, Trường Đại học Kinh tế, Trường Đại học Ngoại ngữ và Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật.

Bảng hỏi nghiên cứu xây dựng trên hướng tiếp cận nội dung quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh, bao gồm: quản lý thực hiện mục tiêu hoạt động truyền thông tuyển sinh gồm 4 yếu tố, quản lý thực hiện nội dung, quản lý thực hiện hình thức, quản lý các điều kiện hoạt động truyền thông tuyển sinh đều gồm 3 yếu tố, quản lý đánh giá, giám sát hoạt động truyền thông tuyển sinh gồm 5 yếu tố. Các câu hỏi được đánh giá trên thang đo Likert về mức độ hiệu quả 5 bậc và xử lý tính điểm trung bình, được quy ước như sau.

Bảng 1. Quy ước thang khoảng điểm trung bình

Thang điểm	Mức độ hiệu quả
1,00-1,80	Yếu
1,81-2,60	Kém
2,61-3,40	Trung bình
3,41-4,20	Khá
4,21-5,00	Tốt

3. Kết quả nghiên cứu và bàn luận

Bảng 2. Kết quả đánh giá thực trạng quản lý thực hiện mục tiêu hoạt động truyền thông tuyển sinh

Nội dung	M	SD	Thứ bậc
Chỉ đạo xây dựng mục tiêu tổng quát, cụ thể hoạt động truyền thông tuyển sinh	3,44	0,59	2
Triển khai, phổ biến mục tiêu hoạt động truyền thông đến các bộ phận, đơn vị của nhà trường	3,50	0,70	1
Chỉ đạo tổ chức hoạt động truyền thông để đạt mục tiêu đã đề ra	3,42	0,84	3
Kiểm tra, đánh giá việc thực hiện các mục tiêu hoạt động truyền thông	3,41	0,90	4

Kết quả đánh giá thực trạng quản lý thực hiện mục tiêu hoạt động truyền thông tuyển sinh cho thấy, công tác này nhìn chung đạt hiệu quả ở mức khá, với điểm trung bình của tất cả các nội dung đều nằm trong khoảng từ 3,41 đến 3,50. Điều này cho thấy, từ việc xây dựng đến triển khai và phổ biến mục tiêu hoạt động truyền thông, cũng như kiểm tra, đánh giá việc thực hiện mục tiêu hoạt động này đều được thực hiện tương đối tốt.

Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, sự phân tán trong các mức độ đánh giá, thể hiện qua độ lệch chuẩn cao, thể hiện công tác này vẫn còn tồn tại một số bất cập và sự không đồng đều trong các bộ phận, đơn vị thực hiện. Cụ thể, việc triển khai, phổ biến mục tiêu hoạt động truyền thông đến các bộ phận, đơn vị của các nhà trường thuộc Đại học Đà Nẵng được đánh giá đạt hiệu quả cao nhất, với điểm trung bình đạt 3,50, nhưng các chỉ tiêu về chỉ đạo tổ chức hoạt động truyền thông và kiểm tra, đánh giá việc

thực hiện mục tiêu lại có sự phân tán lớn hơn trong đánh giá. Điều này phản ánh rằng mặc dù các mục tiêu được đề ra rõ ràng và được triển khai rộng rãi, nhưng công tác kiểm tra, đánh giá và tổ chức các hoạt động để đạt mục tiêu vẫn cần được cải thiện trong quá trình quản lý thực hiện mục tiêu hoạt động truyền thông tuyển sinh của các trường thành viên Đại học Đà Nẵng.

Như vậy, mặc dù công tác quản lý thực hiện mục tiêu hoạt động truyền thông tuyển sinh đạt hiệu quả khá, nhưng vẫn cần có các biện pháp cải thiện, đặc biệt trong việc nâng cao tính đồng bộ và hiệu quả của công tác kiểm tra, đánh giá để đảm bảo các mục tiêu truyền thông được thực hiện đầy đủ và đạt kết quả tối ưu.

Bảng 3. Kết quả đánh giá thực trạng quản lý thực hiện nội dung hoạt động truyền thông tuyển sinh

Nội dung	M	SD	Thứ bậc
Chỉ đạo trung cầu ý kiến các nội dung hoạt động truyền thông tuyển sinh	4,24	0,71	2
Khuyến khích, thúc đẩy các bộ phận, các Khoa trong nhà trường xây dựng các chủ đề truyền thông tuyển sinh với các nội dung đa dạng	4,22	0,73	1
Giám sát thực hiện nội dung quảng bá tuyển sinh phù hợp mục tiêu	4,03	0,83	3

Số liệu bảng 3 chỉ ra rằng, công tác quản lý thực hiện nội dung truyền thông tuyển sinh đang được thực hiện khá hiệu quả với các nội dung đều có điểm trung bình dao động từ 4,03 đến 4,24. Cụ thể, việc khuyến khích và thúc đẩy các bộ phận, các Khoa xây dựng các chủ đề truyền thông tuyển sinh với các nội dung đa dạng đạt điểm trung bình cao nhất (M=4,22), cho thấy đây là một yếu tố quan trọng trong việc tạo ra các chiến lược truyền thông tuyển sinh phong phú, đa dạng và hấp dẫn. Bên cạnh đó, việc chỉ đạo trung cầu ý kiến các nội dung hoạt động truyền thông tuyển sinh cũng đạt điểm trung bình khá cao (M=4,24), phản ánh việc tham vấn, lấy ý kiến từ các bộ phận và các đối tượng liên quan được triển khai hiệu quả, giúp đảm bảo rằng nội dung truyền thông phù hợp và đáp ứng nhu cầu thực tế.

Tuy nhiên, công tác giám sát thực hiện nội dung hoạt động truyền thông tuyển sinh phù hợp mục tiêu có điểm trung bình thấp nhất so với hai nội dung còn lại (M=4,03, SD=0,83), cho thấy dù đã đạt mức khá, nhưng công tác giám sát còn có những vấn đề đặt ra. Điều này phản ánh rằng, việc giám sát và điều chỉnh các nội dung quảng bá đôi khi chưa được thực hiện một cách chặt chẽ và đồng bộ. Đây cũng chính là căn cứ để các trường thành viên Đại học Đà Nẵng điều chỉnh công tác giám sát thực hiện nội dung hoạt động truyền thông tuyển sinh, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động này.

Bảng 4. Kết quả đánh giá thực trạng quản lý thực hiện hình thức hoạt động truyền thông tuyển sinh

Nội dung	M	SD	Thứ bậc
Tập huấn, nâng cao kiến thức, kỹ năng để thực hiện được các hình thức truyền thông tuyển sinh đa dạng	3,74	1,50	1

Tổ chức các hoạt động trao đổi kinh nghiệm giữa các đơn vị về hình thức tổ chức hoạt động truyền thông hiệu quả	3,38	0,80	3
Giám sát hình thức của các hoạt động truyền thông	3,53	0,71	2

Bảng 4 cho thấy, công tác quản lý và triển khai các hình thức truyền thông tuyển sinh có mức độ hiệu quả khá song không đồng đều, với sự chênh lệch rõ rệt giữa các nội dung. Theo đó, việc tập huấn và nâng cao kiến thức, kỹ năng để thực hiện các hình thức truyền thông tuyển sinh đa dạng với điểm trung bình cao nhất (M=3,74), phản ánh rằng công tác đào tạo và bồi dưỡng kỹ năng cho đội ngũ thực hiện truyền thông tuyển sinh đã được chú trọng.

Tuy nhiên, việc tổ chức các hoạt động trao đổi kinh nghiệm giữa các đơn vị về hình thức tổ chức hoạt động truyền thông hiệu quả có điểm trung bình thấp nhất (3,38), cho thấy việc chia sẻ kinh nghiệm và học hỏi lẫn nhau giữa các đơn vị còn hạn chế, mặc dù hoạt động này có thể giúp nâng cao hiệu quả của các hình thức truyền thông. Điều này cũng thể hiện rằng, công tác giao lưu, trao đổi kinh nghiệm chưa được triển khai mạnh mẽ và cần được đẩy mạnh hơn để đảm bảo tính hiệu quả của các hình thức truyền thông trong tuyển sinh trong nội bộ các trường thành viên cũng như giữa các trường thành viên Đại học Đà Nẵng.

Bảng 5. Kết quả đánh giá thực trạng quản lý điều kiện thực hiện hoạt động truyền thông tuyển sinh

Nội dung	M	SD	Thứ bậc
Xác định được các điều kiện tối ưu để thực hiện hiệu quả công tác truyền thông tuyển sinh	3,68	0,70	1
Chỉ đạo khai thác các nguồn lực (cơ sở vật chất, phương tiện, kỹ thuật, đội ngũ, chính sách, tài chính) thực hiện công tác truyền thông tuyển sinh	3,55	0,66	2
Giám sát việc sử dụng các nguồn lực thực hiện công tác truyền thông tuyển sinh	3,53	0,76	3

Kết quả đánh giá thực trạng quản lý các điều kiện thực hiện hoạt động truyền thông tuyển sinh chỉ ra rằng, công tác quản lý việc đảm bảo và khai thác các yếu tố nền tảng phục vụ truyền thông tuyển sinh đang được thực hiện với hiệu quả khá. Theo đó, việc xác định các điều kiện tối ưu để thực hiện hiệu quả công tác truyền thông tuyển sinh đạt điểm trung bình cao nhất (3,68), cho thấy công tác này đã được thực hiện khá tốt, tạo ra cơ sở vững chắc để triển khai các hoạt động truyền thông. Tiếp theo, việc chỉ đạo khai thác các nguồn lực như cơ sở vật chất, phương tiện, kỹ thuật, đội ngũ, chính sách, tài chính để phục vụ công tác truyền thông tuyển sinh đạt điểm trung bình 3,55, phản ánh rằng, công tác huy động và khai thác nguồn lực cũng được triển khai hiệu quả, nhưng có thể chưa tối ưu hoàn toàn trong việc tận dụng tất cả các nguồn lực sẵn có.

Ngoài ra, việc giám sát việc sử dụng các nguồn lực trong công tác truyền thông tuyển sinh có điểm trung bình 3,53, phản ánh rằng công tác giám sát đã được thực hiện ở mức độ khá. Tuy nhiên, với độ lệch chuẩn (0,76) tương đối

cao, điều này cho thấy sự không đồng đều trong mức độ hiệu quả của công tác giám sát, việc giám sát và điều chỉnh sử dụng nguồn lực vẫn còn thiếu chặt chẽ và chưa đồng bộ.

Bảng 6. *Kết quả đánh giá thực trạng quản lý đánh giá, giám sát hoạt động truyền thông tuyển sinh*

Nội dung	M	SD	Thứ bậc
Xây dựng kế hoạch, quy trình, tiêu chí đánh giá, giám sát hoạt động truyền thông tuyển sinh	3,54	0,81	1
Thực hiện phổ biến cụ thể đến các bộ phận (Phòng, Khoa, Tổ...) về kế hoạch, tiêu chí, phương thức đánh giá, giám sát trong từng giai đoạn truyền thông tuyển sinh (trước, trong và sau khi truyền thông tuyển sinh)	3,51	0,87	2
Đánh giá, giám sát giá về sự phối hợp của đội ngũ làm công tác truyền thông tuyển sinh	3,44	0,68	4
Đánh giá, giám sát nguồn lực, điều kiện, cơ sở vật chất đảm bảo cho công tác truyền thông tuyển sinh	3,48	0,70	3
Khen thưởng, phê bình các cá nhân, bộ phận trong việc thực hiện hoạt động truyền thông tuyển sinh trong từng giai đoạn	3,41	0,82	5

Kết quả đánh giá thực trạng quản lý đánh giá và giám sát hoạt động truyền thông tuyển sinh cho thấy, công tác này đang đạt hiệu quả ở mức khá, với các nội dung có điểm trung bình dao động từ 3,41 đến 3,54. Tuy nhiên, một số khía cạnh vẫn cần được cải thiện để đảm bảo tính đồng đều và hiệu quả cao hơn trong toàn bộ quá trình đánh giá và giám sát hoạt động truyền thông tuyển sinh tại các trường thành viên Đại học Đà Nẵng.

Theo đó, việc xây dựng kế hoạch, quy trình, tiêu chí đánh giá, giám sát hoạt động truyền thông tuyển sinh đạt điểm trung bình cao nhất (3,54), cho thấy công tác xây dựng các quy trình và tiêu chí đánh giá đã được thực hiện khá chặt chẽ và có tính hệ thống. Điều này giúp tạo ra một khung pháp lý rõ ràng để đánh giá và giám sát hiệu quả của các hoạt động truyền thông. Tiếp theo, việc thực hiện phổ biến cụ thể đến các bộ phận (Phòng, Khoa, Tổ...) về kế hoạch, tiêu chí, phương thức đánh giá, giám sát trong từng giai đoạn truyền thông tuyển sinh đạt điểm trung bình 3,51, thể hiện rằng, công tác truyền đạt thông tin về kế hoạch và phương thức giám sát đã được triển khai khá tốt. Tuy nhiên, độ lệch chuẩn khá cao ($SD=0,87$) cho thấy vẫn có sự không đồng đều trong cách tiếp nhận và thực hiện thông tin tại các bộ phận, đơn vị khác nhau trong nội bộ từng trường đại học, điều này có thể gây ảnh hưởng đến hiệu quả đồng bộ trong việc triển khai công tác đánh giá, giám sát các hoạt động truyền thông.

Hơn nữa, việc đánh giá, giám sát nguồn lực, điều kiện, cơ sở vật chất đảm bảo cho công tác truyền thông tuyển sinh đạt điểm trung bình 3,48, công tác giám sát việc sử dụng các nguồn lực cũng đang được thực hiện ở mức khá, nhưng vẫn cần nâng cao hiệu quả để đảm bảo các điều kiện và nguồn lực sẵn có được khai thác một cách tối ưu và hiệu

quả hơn trong từng giai đoạn của quá trình tuyển sinh.

Mặt khác, kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, việc đánh giá, giám sát sự phối hợp của đội ngũ làm công tác truyền thông tuyển sinh lại được đánh giá thấp hơn ($M=4,44$), cho thấy công tác giám sát và đánh giá mức độ phối hợp giữa các thành viên trong đội ngũ truyền thông còn thiếu sự chặt chẽ. Đây là một yếu tố quan trọng để đảm bảo rằng tất cả các bộ phận và cá nhân liên quan có thể làm việc hiệu quả với nhau và kết quả phối hợp này ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng của hoạt động truyền thông tuyển sinh.

Đặc biệt, việc khen thưởng, phê bình các cá nhân, bộ phận trong việc thực hiện hoạt động truyền thông tuyển sinh là nội dung được đánh giá hiệu quả thấp nhất ($M=3,41$). Điều này chỉ ra rằng, công tác khen thưởng và phê bình trong quá trình thực hiện truyền thông tuyển sinh chưa thực sự được thực hiện đầy đủ hoặc chưa rõ ràng. Bởi vậy, thiếu hệ thống khen thưởng và phê bình công bằng có thể ảnh hưởng đến động lực làm việc của các cá nhân và bộ phận, từ đó làm giảm hiệu quả tổng thể của các hoạt động truyền thông tuyển sinh.

4. Kết luận

Nghiên cứu về công tác quản lý hoạt động truyền thông tuyển sinh tại Đại học Đà Nẵng cho thấy rằng, mặc dù công tác truyền thông tuyển sinh tại các trường thành viên của Đại học Đà Nẵng đạt hiệu quả khá, nhưng vẫn tồn tại một số vấn đề cần cải thiện. Các mục tiêu truyền thông được xây dựng và triển khai khá đồng bộ, tuy nhiên, công tác giám sát và đánh giá mức độ thực hiện các mục tiêu này chưa thật sự hiệu quả và đồng đều giữa các bộ phận. Bên cạnh đó, việc tổ chức các hình thức truyền thông tuy đã được thực hiện đa dạng, nhưng việc chia sẻ kinh nghiệm và tổ chức các hoạt động trao đổi giữa các đơn vị vẫn còn hạn chế. Đặc biệt, công tác khen thưởng và phê bình trong quá trình thực hiện truyền thông tuyển sinh chưa được triển khai đầy đủ, ảnh hưởng đến động lực làm việc của đội ngũ thực hiện.

Để nâng cao hiệu quả công tác quản lý truyền thông tuyển sinh, các trường thành viên của Đại học Đà Nẵng cần thực hiện một số biện pháp sau:

- Đào tạo và nâng cao năng lực cho đội ngũ thực hiện: Cần tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng về kỹ năng và kiến thức trong lĩnh vực truyền thông tuyển sinh cho đội ngũ cán bộ, giảng viên. Điều này sẽ giúp nâng cao chất lượng các chiến lược truyền thông và đảm bảo công tác tuyển sinh được triển khai hiệu quả.

- Tăng cường trao đổi và chia sẻ kinh nghiệm: Tổ chức thường xuyên các buổi trao đổi kinh nghiệm giữa các đơn vị, trường thành viên để học hỏi và rút kinh nghiệm trong việc triển khai các hình thức truyền thông hiệu quả. Việc chia sẻ này sẽ giúp các bộ phận liên quan cải tiến quy trình và nâng cao chất lượng công tác truyền thông tuyển sinh.

- Cải thiện công tác giám sát và đánh giá: Các bộ phận, đơn vị liên quan cần tăng cường công tác giám sát, đánh giá quá trình thực hiện các mục tiêu truyền thông để đảm bảo tính đồng bộ và hiệu quả trong toàn bộ chiến dịch tuyển sinh. Việc xây dựng các chỉ tiêu giám sát rõ ràng và quy

trình đánh giá chi tiết sẽ giúp theo dõi hiệu quả của các hoạt động truyền thông một cách chặt chẽ.

- Cùng cố hệ thống khen thưởng và phê bình: Các trường cần thiết lập một hệ thống khen thưởng và phê bình rõ ràng và công bằng, nhằm tạo động lực cho các cá nhân và bộ phận liên quan. Hệ thống này không chỉ khuyến khích tinh thần làm việc tích cực mà còn giúp cải thiện chất lượng công tác truyền thông tuyển sinh.

Việc thực hiện đồng bộ các biện pháp trên không chỉ giúp nâng cao chất lượng công tác quản lý truyền thông tuyển sinh mà còn đóng góp vào việc xây dựng thương hiệu, nâng cao uy tín và thu hút sinh viên tiềm năng cho các Trường thành viên của Đại học Đà Nẵng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Barnard C. I., *The Functions of the Executive*, Harvard University Press, 1938.

[2] Nguyễn Thị Kim Chi, *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh phổ thông trung học - trường hợp Hà Nội*, Luận án Tiến sĩ khoa học Quản lý, 2018.

[3] Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I., “University marketing: A critical review of the literature”, *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 19(4), 2006, pp. 316-338.

[4] Lê Ngọc Hoàn, “Đẩy mạnh công tác tiếp thị quảng bá hình ảnh Trường Đại học Lâm nghiệp phục vụ công tác tuyển sinh”, *Kỷ yếu Hội thảo Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và ứng dụng khoa học công nghệ nâng cao hiệu quả sản xuất lâm nghiệp*, Trường Đại học Lâm nghiệp, 2019, tr. 206-214.

[5] Hossler D., Gallagher K. S., “Studying student college choice: A three-phase model and the implications for policy makers”, *College*

and university, Vol. 62 (3), 1987, pp. 207-222.

[6] Kallio R. E., “The role of integrated communication strategies in university admissions: Leveraging prospective student data for effective recruitment”, *Journal of Higher Education Marketing*, Vol. 35(2), 2020, pp. 45-60.

[7] Kotler P., & Fox K. F. A., *Strategic Marketing for Educational Institutions (2nd ed.)*, Prentice Hall, 1995.

[8] Đặng Văn Ôn, Nguyễn Văn Quảng, “Nghiên cứu giải pháp nâng cao công tác truyền thông của Phân hiệu Trường Đại học Giao thông vận tải tại thành phố Hồ Chí Minh”, *Tạp chí Khoa học Công nghệ*, Số 3, 2021, tr. 183-186.

[9] Rachel R., “The Use Social Media Higher Education for Marketing and Communications: A Guide for Professionals in Higher Education”, 2008. [Online] Available: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.534.79&rep=rep1&type=pdf>.

[10] Ruth E. K., “Factors influencing the college choice decisions of graduate students”, *Research in Higher Education*, Vol. 36 (1), 1995, pp. 109-124.



[11] Spearman J. A. et al. “Factors Influencing Student Enrolment and Choice of Universit”, *Proceedings of 35th International Business Research Conference 30 - 31 May 2016*, American University in the Emirates, 2016.

[12] Фурсова В. В., Ха Ван Хоанг, “Влияние информационного фактора на доступность высшего образования в России и Вьетнаме”, *Казанский социально-гуманитарный вестник*, Vol. 1, 2016, pp. 31-34.

[13] Lê Việt Tiên, “Quản lí hoạt động truyền thông đến người học tại trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật thành phố Hồ Chí Minh”, *Tạp Chí Khoa học Giáo dục Kỹ thuật*, Số 63, 2021, tr. 115-123.

[14] Yanka T., “Communications Management in School”, *The Eurasia Proceedings of Educational & Social Sciences*, Vol 3., 2015, pp. 118-128

Thông tin về tác giả

	<p>Hà Văn Hoàng:</p> <ul style="list-style-type: none">- Năm 2017 tốt nghiệp Tiến sĩ Xã hội học tại Liên bang Nga- Giảng viên chính, giảng dạy tại Khoa Tâm lý - Giáo dục - Công tác xã hội, Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng- Lĩnh vực quan tâm: giáo dục đại học, bất bình đẳng xã hội trong giáo dục, tiếp cận giáo dục của các đối tượng dễ bị tổn thương- Điện thoại: 0987377512
	<p>Trần Xuân Bách:</p> <ul style="list-style-type: none">- Năm 2010 tốt nghiệp Tiến sĩ Quản lý giáo dục tại Hà Nội, năm 2016 phong học hàm Phó Giáo sư- Giảng viên cao cấp, Trưởng ngành Quản lý giáo dục, Khoa Tâm lý - Giáo dục - Công tác xã hội, Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng- Lĩnh vực quan tâm: quản trị nguồn nhân lực trong giáo dục, quản lý sự thay đổi trong giáo dục, giáo dục đại học- Điện thoại: 0913419226

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ
TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRONG THỜI ĐẠI SỐ

IMPROVING INTERNAL COMMUNICATION QUALITY AT THE UNIVERSITY IN THE
DIGITAL AGE

Đặng Thị Việt Hòa^{1*}, Lê Vũ²

¹Trường Đại học Hà Nội;

²Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng

Dang Thi Viet Hoa^{1*}, Le Vu²

¹Hanoi University

²The University of Danang - University of Technology and Education

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): Dang Thi Viet Hoa (email: hoadtv@hanu.edu.vn)

Tóm tắt - Trong những năm gần đây, xu hướng tự chủ đại học tại Việt Nam ngày càng gia tăng, kéo theo sự phát triển mạnh mẽ của các cơ sở giáo dục đại học tư thục. Nhiều Trường đã chú trọng đầu tư vào hoạt động marketing và truyền thông đối ngoại. Tuy nhiên, truyền thông nội bộ – đặc biệt là với nhóm công chúng quan trọng như sinh viên và giảng viên – vẫn chưa được quan tâm đúng mức, dù có những Trường Đại học có quy mô lên đến 50.000 sinh viên. Sinh viên đại học, chủ yếu trong độ tuổi 18–22, đang ở giai đoạn chuyển tiếp từ vị thành niên sang người trưởng thành, với đặc điểm tâm lý dễ bốc đồng và hành động cảm tính. Trong bối cảnh mạng xã hội phát triển mạnh mẽ, mỗi sinh viên đều có thể trở thành "người đưa tin" với khả năng tạo ra nội dung ảnh hưởng đến hình ảnh và uy tín của nhà trường. Nếu không được định hướng và gắn kết hiệu quả, những hành vi này có thể dẫn đến những khủng hoảng truyền thông nghiêm trọng. Xuất phát từ thực tiễn đó, bài báo này tập trung làm rõ khái niệm truyền thông nội bộ trong môi trường đại học, xác định các nhóm công chúng liên quan, phương tiện và hình thức truyền thông và đưa ra giải pháp cho phép các trường cải thiện hoạt động truyền thông nội bộ, kết nối với sinh viên, khơi dậy tình yêu, sự đồng cảm giữa sinh viên và nhà trường

Từ khóa - “truyền thông nội bộ”, “công chúng”, “sinh viên”, “công cụ”, “đo lường”

1. Đặt vấn đề

Sinh viên chiếm tỷ lệ lớn nhất trong tổng số đối tượng nội bộ tại các cơ sở đại học. Việc hiểu rõ đối tượng này là rất quan trọng để chuyển tải thông điệp phù hợp. Về mặt tâm lý, sinh viên đang ở độ tuổi vị thành niên, trong khoảng từ 18 đến 22 tuổi, ở giai đoạn chuyển tiếp này sinh viên chưa hoàn toàn là người trưởng thành, sinh viên thường có nhiều đặc điểm của tuổi vị thành niên, hành động dễ bốc phát, cảm tính, có thể dễ dàng là nguy cơ tạo ra khủng hoảng [1]. Tháng 10 năm 2024, sinh viên Đại học Bách khoa Hà Nội phản ánh trên mạng xã hội về việc phải ăn cơm canh thừa, có dị vật. Các cơ quan báo chí ngay lập tức vào cuộc. Hiệu trưởng nhà trường ngay lập tức phải xử lý khủng hoảng truyền thông. Theo thông lệ, đối với những việc như thế này, hẳn đã có thể được giải quyết nội bộ nếu sinh viên gửi thông tin lên Ban Giám hiệu thay vì chia sẻ

Abstract - In recent years, the trend toward university autonomy in Vietnam has been on the rise, accompanied by the rapid growth of private higher education institutions. Many universities have increasingly invested in marketing activities and external communications. However, internal communication—particularly with key audiences such as students and faculty—has not received adequate attention, even at universities with enrollments of up to 50,000 students. University students, mostly aged 18–22, are in a transitional stage from adolescence to adulthood, characterized by psychological impulsiveness and emotional decision-making. In the context of the booming development of social media, each student can act as a "news agent," capable of creating content that influences the university's image and reputation. Without effective guidance and engagement, such behaviors could potentially lead to serious communication crises. Based on this reality, this paper focuses on clarifying the concept of internal communication in the university environment, identifying relevant target audiences, applicable communication channels and forms, and analyzing the challenges of internal communication management at Vietnamese universities today. The aim is to propose solutions that can help universities improve internal communication activities, strengthen connections with students, and foster love and empathy between students and the institution

Keywords - Maximum keywords allowed: 5, separated by “;”

"internal communication", "public", "students", "tool", "measurement"

thông tin lên mạng xã hội.

Gupta và cộng sự [2] cũng khẳng định bất kỳ công ty hay tổ chức giáo dục, phi chính phủ, phi lợi nhuận hay vì lợi nhuận nào cũng cần quan tâm đến truyền thông nội bộ. Tuy nhiên, theo Zaumane [3], tại các cơ sở giáo dục đại học trên thế giới, truyền thông nội bộ chưa được nhiều Trường chú trọng.

Tại Việt Nam, dù các trường đại học Việt Nam đang đầu tư mạnh vào truyền thông, marketing, đặc biệt khối trường tư thục, nhưng truyền thông nội bộ vẫn còn là mảng hoạt động ít được chú ý, đầu tư. Hoạt động truyền thông nội bộ chưa có chiến lược dài hạn [4].

Vì vậy, trong bài báo này, chúng tôi đưa ra khung lý thuyết mô tả cụ thể chức năng, mô hình truyền thông nội bộ và đưa ra giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của công

tác này trong các Trường Đại học ở Việt Nam trong thời đại số.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Vai trò của truyền thông nội bộ

Có rất nhiều định nghĩa về truyền thông nội bộ. Nguyễn Văn Anh trong nghiên cứu [5] cho rằng truyền thông nội bộ là các hoạt động truyền thông tương tác giữa con người với con người trong cùng một doanh nghiệp, tổ chức nhằm hướng đến và thực hiện một mục tiêu chung nào đó. Trần Ngọc Trang Ninh trong nghiên cứu [6] khẳng định truyền thông nội bộ là việc truyền đạt thông tin, ý tưởng giữa các thành viên trong cùng một phòng ban, hoặc giữa các phòng ban trong nội bộ đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp. Truyền thông nội bộ (TTNB) có tác dụng giúp duy trì, xây dựng và củng cố các mối quan hệ tốt đẹp trong nội bộ đơn vị, tạo nên một đơn vị vững mạnh, phát triển. Tóm lại, tất cả các tác giả đều đồng thuận ở điểm truyền thông nội bộ là quá trình gửi, nhận thông tin giữa các đối tượng trong cùng một tổ chức. Các cách định nghĩa sẽ khác nhau khi bổ sung chức năng, vai trò của TTNB.

Truyền thông nội bộ là đối tượng nghiên cứu của nhiều lĩnh vực khác nhau: quản trị doanh nghiệp, truyền thông tổ chức, quan hệ công chúng hoặc marketing nội bộ. Tùy theo từng lĩnh vực nghiên cứu vai trò của truyền thông nội bộ sẽ thay đổi.

Trong lĩnh vực quản lý hay truyền thông tổ chức, truyền thông nội bộ được coi là việc cấp trên truyền thông tin cho cấp dưới [7]. Theo quan điểm này, công nhân, những người sản xuất trực tiếp nhận được mệnh lệnh từ cấp trên. Nếu công nhân hiểu rõ quy trình, nguyên tắc làm việc, họ sẽ làm việc nhanh và hiệu quả, tiết kiệm thời gian.

Truyền thông nội bộ trong trường hợp này chủ yếu là mô hình truyền thông một chiều, từ trên xuống dưới, ít có tương tác, phản hồi từ dưới lên. Công cụ sử dụng chủ yếu là các quy chế, quy định, quy trình, hướng dẫn... Cấp dưới nhận lệnh từ cấp trên và thực hiện theo đúng mệnh lệnh; thực hiện sai có thể bị phạt do phạm quy. Truyền thông đóng vai trò chỉ đạo, phối hợp và điều tiết các hoạt động của các thành viên trong tổ chức [8].

Trong trường đại học, việc truyền thông đảm bảo vận hành của nhà trường là rất quan trọng. Trong mỗi trường đều có rất nhiều văn bản quy phạm nội bộ như: quy chế đào tạo, quy chế chi tiêu nội bộ, quy định về nghiên cứu khoa học, quy chế phát ngôn, nội quy Truyền thông nội bộ trong trường hợp này đảm bảo mọi đối tượng liên quan hiểu và thực hiện theo yêu cầu.

Vì đặc thù trên, công cụ sử dụng trong TTNB thường là các văn bản có văn phong hành chính, khô khan, chính xác nên đôi lúc khó hiểu. Người làm truyền thông hoặc các phòng ban phụ trách các mảng hoạt động như đào tạo, công tác sinh viên, Đoàn Thanh niên, Hội sinh viên, tổ chức cán bộ cần có khả năng truyền đạt rõ ràng, cần giải thích các văn bản bằng nhiều hình thức khác nhau để mọi thành viên đều hiểu và thực hiện tốt nhiệm vụ.

Trong lĩnh vực quan hệ công chúng, truyền thông nội bộ thường được gắn với chức năng, nhiệm vụ của phòng hoặc chuyên viên truyền thông nội bộ. Mô hình truyền

thông nội bộ lý tưởng là mô hình truyền thông đối xứng. Truyền thông đối xứng là mô hình truyền thông không nhằm kiểm soát hành vi của nhân viên, truyền thông không chỉ theo chiều tuân thủ mệnh lệnh từ trên xuống. Cán bộ lãnh đạo tiếp nhận thông tin từ dưới lên, khoan dung với những ý kiến trái chiều với lãnh đạo. Cán bộ lãnh đạo lấy nhân viên làm trung tâm và đàm phán với nhân viên. Mô hình này nhấn mạnh niềm tin, sự cởi mở và sự khoan dung [9][10][11] .

Nhiều nghiên cứu đã chỉ rằng truyền thông nội bộ đối xứng khiến nhân viên hài lòng với công việc, gắn bó và trung thành với tổ chức [9] [12]. Giroux [7] không dùng thuật ngữ này, tác giả dùng thuật ngữ truyền thông kết nối (communication integratrice) theo đó, truyền thông kết nối đề cao đối thoại, truyền thông nội bộ trở thành phương tiện kết nối các thành viên trong tổ chức nhằm hình thành một nhóm đồng nhất hơn, cùng chia sẻ chung một nền văn hóa. Vì thế, truyền thông nội bộ tập trung phát triển và duy trì sự gắn kết nội bộ trong các nhóm, giữa các đơn vị và trong toàn bộ tổ chức.

Theo mô hình này, lãnh đạo nên thông tin cho các cá nhân biết về vị trí của họ trong tổ chức, về sự phát triển của tổ chức thông qua các phương tiện truyền thông, như bản tin nội bộ, hoặc các sản phẩm truyền thông nghe nhìn vì những thông tin này sẽ giúp xây dựng sự hiểu biết lẫn nhau giữa các cá nhân đồng thời tạo nên cảm giác gắn bó với tổ chức.

Donjean trong nghiên cứu [13] khẳng định những công ty được đánh giá tốt nhất là những nơi mà nhân viên, được cung cấp thông tin đầy đủ, có thể chỉ trích, giải thích các khó khăn, chia sẻ thành công và ca ngợi những điểm mạnh của công ty. Tóm lại, họ hành động như những đại sứ đáng tin cậy và tích cực.

Mô hình này ưu tiên các hình thức truyền thông mang tính thân mật (informal): trò chuyện trong lúc ăn, trong giờ nghỉ, hoạt động tập thể. Công cụ nói được sử dụng nhiều hơn công cụ viết. Các công cụ này có ưu điểm là dễ hiểu, giúp tạo dựng quan hệ thân tình nhưng thông tin đôi khi không chính xác, nhiều nguy cơ có tin đồn thất thiệt. Trong trường đại học mô hình này chính là sự trao đổi giữa giáo viên và sinh viên, giữa giáo viên, nhân viên và giữa sinh viên với nhau trong quá trình nói chuyện thông thường hoặc trong các hoạt động tập thể.

2.2. Mô hình truyền thông nội bộ

Trong truyền thông, để nghiên cứu các mô hình truyền thông, có nhiều tác giả đã đề cập: mô hình của Shannon và Weaver, mô hình của Laswell, mô hình của Wiener. Trong bài viết này, chúng tôi áp dụng mô hình của Wiener [14, trích dẫn lại] để xác định các đối tượng, thành tố tham gia vào quá trình truyền thông nội bộ trong trường đại học:

Trong một tình huống truyền thông nhất định, người phát tin có một mục đích chuyển tải thông tin nhất định (thông tin để thông báo về tăng học phí, đề nêu gương, đề truyền cảm hứng, để thông tin quy chế đào tạo...). Người phát tin trong trường đại học chủ yếu sẽ là Phòng Đào tạo vì các hoạt động liên quan đến học tập liên quan nhiều nhất đến sinh viên về quy chế thi, về điều kiện miễn học phần, thời khóa biểu, đăng ký tín chỉ.... Các khoa đào tạo cũng

thông tin nhiều đến sinh viên vì các khoa đào tạo quản lý trực tiếp nội dung giảng dạy, giờ học, ngày thi... Phòng Công tác sinh viên, Đoàn thanh niên, Hội sinh viên là những nguồn phát tin quan trọng tiếp theo đối với sinh viên. Giảng viên có vai trò rất quan trọng trong việc chuyển tải thông tin tới sinh viên vì giữa giảng viên và sinh viên có mối quan hệ thầy, trò, cô và học tập. Niềm tin vào giảng viên khiến sinh viên tiếp nhận và làm theo dễ dàng hơn. Thông tin chuyển tải trực tiếp trên lớp sẽ tăng cường hiệu quả của những công cụ văn bản đã được công bố. Nhà trường muốn tạo hiệu ứng, kêu gọi sinh viên thì ngoài việc công bố thông tin bằng văn bản nên thông qua kênh giáo viên để đạt hiệu quả tốt nhất. Đối với giảng viên, chuyên viên thì nguồn phát tin nhiều nhất và quan trọng nhất là Phòng Tổ chức cán bộ, Công đoàn.



Hình 1: Mô hình truyền thông nội bộ

Khi xác định xong mục đích truyền thông, nguồn phát tin sẽ chọn kênh chuyển tải thông tin và thông điệp phù hợp. Kênh có thể truyền thông là mạng xã hội, có thể là văn bản giấy, có thể là hình thức nói chuyện hàng ngày, có thể là họp giao ban, seminar, video... tùy theo đối tượng tiếp nhận và mục đích truyền thông. Thông điệp truyền thông được tạo ra bằng mã hóa thông điệp, người gửi chuyển tải thông điệp bằng văn bản, bằng giọng nói hay hình ảnh, người tiếp nhận sẽ đọc hiểu, giải mã thông điệp để tiếp nhận được thông tin.

Quá trình giải mã thông điệp không phải lúc nào cũng thuận lợi vì rất nhiều trường hợp những văn bản về quy chế đào tạo, quy định về nghiên cứu khoa học là những văn bản dài, sinh viên ít có cảm hứng đọc và có thể đọc nhưng chưa hiểu rõ. Phòng Truyền thông có thể có nhiều hoạt động thường thức hóa những kiến thức, quy định khó hiểu giúp sinh viên hiểu hơn và qua đó cải thiện kết quả học tập. Giảng viên trong trường đại học sẽ có một số người ít tập trung thời gian đầu tư đọc và nắm vững quy chế chỉ tiêu nội bộ, quy chế lương, thưởng, quy định về chức danh nghề nghiệp...

Trong quá trình truyền thông, nguồn tin và người nhận tin sẽ theo dõi phản ứng, phản hồi của phía còn lại để điều chỉnh thông điệp, cách thức chuyển tin sao cho thông tin được truyền đi kịp thời, minh bạch, hai bên thông hiểu nhau, giúp vận hành tổ chức, tạo sự gắn bó trong tổ chức. Trong sơ đồ của Wiener [14 trích dẫn lại] còn có yếu tố “nhiều” là những yếu tố có thể cản trở quá trình truyền thông: ví dụ, mạng internet yếu hoặc mạng nội bộ vận hành không trơn tru, không tiện dụng, khiến việc tiếp nhận thông tin không nhanh chóng. Trong trường hợp giao tiếp nói trực tiếp, người nói có giọng nói nhỏ, khó nghe cũng cản trở quá trình truyền đạt thông tin.

2.3. Công cụ truyền thông nội bộ

Theo Donjean [13], trong TTNB các công cụ chính sau thường được dùng:

2.3.1. Văn bản

Tạp chí nội bộ: là tờ báo hay tạp chí của tổ chức, thông tin mang văn phong báo chí, cung cấp thông tin thời sự về tổ chức hay doanh nghiệp với các dạng bài chân dung, phỏng vấn, xã luận, tóm tắt, báo cáo, v.v. Tại Pháp, 60% ngân sách truyền thông được đầu tư vào công cụ này. Về cấu trúc, tạp chí này khá giống với tạp chí tin tức nên người làm truyền thông có vai trò là nhà báo nội bộ, cần nhà thiết kế đồ họa và cần ngân sách đáng kể.

Bản tin nội bộ (Newsletter) là một hình thức bổ sung hoặc thay thế cho tạp chí của tổ chức. Đây là một công cụ linh hoạt, dễ sản xuất, tốc độ phân phối nhanh chóng và chi phí thấp, có thể được phát hành dưới dạng điện tử hoặc in ấn, hoặc cả hai. Mục đích của bản tin nội bộ là cung cấp thông tin nhanh chóng và thiết thực với một chuỗi các tin tức ngắn được trình bày theo phong cách báo chí.

Bản tin hiện đang là một phương tiện thông tin phát triển mạnh mẽ, không chỉ trong truyền thông nội bộ mà còn trong truyền thông ra bên ngoài. Nhiều tổ chức sử dụng phương tiện này để thông báo thường xuyên và hiệu quả cho các thành viên.

Bản tin điện tử thường được gửi qua email với bố cục và hình thức phức tạp hơn bản in được thiết kế theo định dạng của ngôn ngữ HTML, với bố cục có thể chứa hình ảnh, kiểu chữ đa dạng, cột thông tin, và các yếu tố thiết kế khác [13].

Donjean[13] cho rằng, bản tin điện tử cho phép đo lường đánh giá gần như theo thời gian thực số lượng người mở bản tin và nhấp vào các liên kết trong mỗi đoạn văn. Chuyên viên truyền thông nên chú ý đến các thời điểm cao điểm trong quá trình xem và tìm hiểu thông tin được tham khảo nhiều nhất, từ đó điều chỉnh chiến lược phân phối cho phù hợp.

Okolo [12] khẳng định, trong trường đại học, các đối tượng liên quan thích nhận bản tin nội bộ và bản tin nhanh bằng cả bản giấy và bản điện tử. Bản tin điện tử được ưa chuộng vì không tốn chi phí in ấn và không gây hại cho môi trường.

Báo cáo tổng kết: trong trường đại học, thông thường nhà trường sẽ công bố báo cáo về hoạt động của nhà trường tại hội nghị đại biểu cán bộ, viên chức, người lao động. Báo cáo đảm bảo tính minh bạch về hoạt động của nhà trường giúp cán bộ, nhân viên hiểu rõ hơn cơ cấu và hoạt động, khó khăn, thuận lợi, thách thức của nhà trường.

Công cụ văn bản còn bao gồm tất cả các văn bản pháp quy, văn bản quy phạm nội bộ như: quy chế đào tạo, quy chế chỉ tiêu nội bộ, quy định về kiểm tra đánh giá.

2.3.2. Công cụ hình ảnh và âm thanh

Video, phóng sự về trường, về khoa mô tả hành trình phát triển của trường, của khoa gắn với những gương mặt tiêu biểu. Những video này chủ yếu được sản xuất nhằm mục đích truyền thông bên ngoài để xây dựng hình ảnh thương hiệu, nhưng cũng thường được sử dụng trong các hoạt động truyền thông nội bộ (chiếu trong các buổi tiệc nội bộ, trong quá trình tiếp nhận nhân viên mới, đào tạo, open day, v.v.).

Ngoài ra có thể sử dụng những video ngắn là các cảnh

quay bên trong trường, được thực hiện chủ yếu bởi bộ phận truyền thông nội bộ. Những video này có thể bao gồm tin tức, điểm nổi bật của nhà trường, phỏng vấn ban quản lý, hay các báo cáo về những dự án quan trọng và thành tựu đã đạt được. Ngoài ra, các video cũng có thể tái hiện lại lịch sử công ty thông qua các nhân vật biểu tượng.

Mục tiêu chính của video nội bộ là tạo cơ hội cho nhân viên cùng chia sẻ thông điệp và cảm nhận về các giá trị văn hóa mà tổ chức hướng đến, lan tỏa cảm xúc tốt đẹp, gắn kết nhân viên lại với nhau. Ngoài ra, có thể sử dụng video nội bộ để giải thích một quy định mới, chia sẻ kiến thức.

2.3.3. Công cụ điện tử

Mạng nội bộ : mạng nội bộ là một hệ thống máy tính được sử dụng trong các công ty hoặc tổ chức, dựa trên kỹ thuật Internet. Mạng này được dành riêng cho các thành viên trong cộng đồng làm việc, cho phép họ kết nối và truy cập một loạt thông tin và chức năng, có thể sử dụng miễn phí hoặc có sự hạn chế thông qua giao diện trình duyệt web [13].

Mạng nội bộ có thể được coi như thư viện dữ liệu, người dùng có thể dễ dàng truy cập giúp tiết kiệm thời gian. Việc tạo ra mạng nội bộ không nên chỉ giao phó cho các chuyên gia công nghệ thông tin (CNTT). Người làm truyền thông trách nhiệm thiết lập các công cụ quản lý biên tập, cấu trúc nội dung thông tin. Với mạng nội bộ, có thể dễ dàng biết có bao nhiêu người đang kết nối với cổng thông tin, họ đang xem nội dung gì, nội dung nào được đọc nhiều, tải xuống thông tin nào.. Các chuyên gia CNTT có thể cung cấp các số liệu thống kê chi tiết theo giờ, ngày và tuần. Các thông tin này giúp chuyên gia CNTT, chuyên gia truyền thông quản lý mạng nội bộ và phát triển nội dung theo hướng thân thiện với người dùng.

Okolo [12] khẳng định ba loại công cụ được yêu thích nhất là bản tin nhanh qua hòm thư điện tử, mạng nội bộ và mạng xã hội.

Tác giả [1] cho rằng sinh viên sử dụng Internet là chủ yếu và sinh viên yêu thích mạng xã hội để cập nhật thông tin nội bộ.

Ngoài mạng nội bộ, tác giả [16] cho rằng, có thể dùng ứng dụng cho phép người dùng nhận được thông báo khi có tin mới và truy cập đồng thời đến tất cả các nguồn tài liệu cần thiết cho việc học tập, giảng dạy. Qua ứng dụng, sinh viên có thể truy cập thời khóa biểu, tra cứu việc đóng học phí, nộp đơn xin miễn học, miễn thi hoặc các loại đơn khác... Theo tác giả trên, công cụ truyền thông nội bộ được cán bộ và giảng viên dùng nhiều nhất tại Trường Đại học Hà Nội là mạng nội bộ, trang web, mạng xã hội (zalo, facebook)

2.3.4. Công cụ nói

Theo tác giả [16], trong trường đại học, công cụ nói bao gồm các cuộc họp, tọa đàm, các trao đổi ngắn giữa giảng viên, chuyên viên hoặc giữa sinh viên với giảng viên, chuyên viên, giữa sinh viên với nhau...

Hiện nay, trong trường đại học Ban Giám hiệu hay lãnh đạo các khoa đều có lịch tiếp công dân. Đây là một kênh truyền thông nội bộ quan trọng cho phép lãnh đạo lắng nghe, tiếp thu ý kiến của mọi thành viên trong trường và

thực hiện điều chỉnh hoạt động của nhà trường khi có vấn đề. Khi công chúng nội bộ được lắng nghe, nhà trường luôn phản hồi tích cực, nguy cơ khủng hoảng sẽ giảm vì công chúng nội bộ sẽ ưu tiên giải quyết trong trường trước khi công bố ra toàn xã hội.

Đối với sinh viên, hàng kỳ, các trường đều có chương trình đối thoại với sinh viên; sinh viên gửi câu hỏi, thắc mắc tới Ban Giám hiệu, các phòng ban; nhà trường tổ chức gặp mặt để giải đáp thắc mắc, tiếp thu ý kiến và điều chỉnh hoạt động sao cho phù hợp với thực tế.

2.3.5. Sự kiện

Tại các trường đại học, hoạt động của Đoàn thanh niên, Hội sinh viên cho phép sinh viên gặp gỡ, trao đổi. Các sự kiện đoàn hội là dịp để nhà trường tiếp xúc với sinh viên ưu tú, vận động sinh viên thực hiện các phong trào tốt đẹp như hiến máu nhân đạo, chiến dịch tình nguyện giúp đỡ đồng bào khó khăn đồng thời lan tỏa tình cảm gắn bó với nhà trường, thầy cô, cùng chia sẻ khó khăn về vật chất hay tổ chức với nhà trường. Sinh viên tham gia đoàn hội có thể đóng vai trò đại sứ truyền thông, lan tỏa tình cảm tốt đẹp với nhà trường.

Đối với giảng viên và nhân viên, các Hội nghị viên chức, người lao động, hoạt động công đoàn giúp họ quen biết, hiểu nhau hơn và từ đó có nhiều ý tưởng hợp tác trong công việc, cũng như trao đổi các khó khăn, vướng mắc và giải pháp khắc phục các vấn đề tồn tại, hạn chế trong đơn vị. Việc trao đổi dân chủ trong trường sẽ giúp tăng thấu hiểu, cảm thông với khó khăn của đồng nghiệp, cho phép phối hợp tốt hơn.

Tóm lại, trong TTNB có nhiều loại công cụ khác nhau, khi cần truyền tải thông điệp, cần sử dụng mô hình của tác giả [14]. Theo đó, trong mỗi bối cảnh cụ thể cần trả lời các câu hỏi: ai truyền tải thông điệp, thông điệp là gì, truyền tải đến ai, bằng công cụ nào và với mục đích gì? Ví dụ, sinh viên sẽ yêu thích mạng xã hội, thích sử dụng ngôn ngữ trẻ trung. Trong thời điểm quá tải thông tin như hiện nay, giảng viên, chuyên viên các trường có thể gặp trường hợp đã thông báo nhiều lần nhưng nhiều sinh viên không đọc. Trong trường hợp đó, cần xem lại việc người truyền tải đã sử dụng đa kênh hay chưa, đã sử dụng ngôn ngữ dễ hiểu hay chưa, có dùng hình ảnh khi chuyển tải thông tin hay không... Như vậy, không có nghĩa là hiện nay chỉ cần dùng mạng xã hội, các công cụ nói trên vẫn được ưa chuộng và có giá trị không thể thay thế vì khi giao tiếp trực diện, thái độ, tình cảm của người nói sẽ giúp thông điệp chuyển tải được dễ dàng hơn, dễ hiểu hơn hoặc ngược lại.

Mặt khác, TTNB không chỉ là nhiệm vụ của cán bộ truyền thông, mà là việc của tất cả mọi thành viên trong nhà trường. Các cán bộ làm việc tại Phòng Đào tạo, Phòng Công tác sinh viên, Phòng Tổ chức cán bộ cần phải hiểu cách thức vận hành của việc truyền tải thông tin sao cho khi chuyển đi một thông điệp, người tiếp nhận có thể xử lý thông tin nhanh nhất có thể, không cần tốn quá nhiều thời gian để xử lý thông tin. Việc này giúp tiết kiệm thời gian và tăng cường hiệu suất. Chức năng thông tin là chức năng quan trọng nhất của TTNB, sau đó, TTNB có thể có nhiều tin bài, hoạt động nhằm tăng cường sự gắn kết, niềm tự hào với nhà trường.

3. Giải pháp

Trong phạm vi nghiên cứu này, chúng tôi đề xuất các giải pháp để cải thiện mô hình truyền thông nội bộ và đang được áp dụng thực tế, hiệu quả tại một số trường đại học ở Việt Nam.

3.1. Xây dựng chiến lược truyền thông nội bộ dài hạn

Nhà trường cần phát triển một chiến lược truyền thông nội bộ rõ ràng, xác định mục tiêu cụ thể nhằm tăng cường sự gắn kết, giảm nguy cơ khủng hoảng, nâng cao niềm tự hào với Trường... Chiến lược truyền thông bao gồm kế hoạch phân bổ nguồn lực (nhân sự, ngân sách) cho các hoạt động truyền thông nội bộ, xây dựng đội ngũ chuyên viên truyền thông chuyên nghiệp. Trong chiến lược truyền thông yêu cầu đánh giá, đo lường hiệu quả truyền thông nội bộ bằng việc thiết lập các chỉ số đo lường hiệu quả (KPIs) như tỷ lệ tiếp cận thông tin, mức độ hài lòng của sinh viên và giảng viên hoặc số lượng phản hồi tích cực của cộng đồng, xã hội.

3.2. Tăng cường sử dụng mô hình truyền thông đối xứng

Áp dụng mô hình truyền thông đối xứng, khuyến khích đối thoại hai chiều giữa lãnh đạo, giảng viên, nhân viên và sinh viên. Tổ chức các buổi đối thoại định kỳ, như “Đối thoại với sinh viên” hoặc “Lịch tiếp công dân”, để lắng nghe ý kiến và giải quyết vấn đề ngay từ nội bộ, tránh lan truyền tiêu cực trên mạng xã hội.

Tạo không gian để sinh viên và giảng viên đóng góp ý kiến, ví dụ qua các diễn đàn trực tuyến nhà trường hoặc hộp thư góp ý. Ngoài ra, việc tiếp nhận, lắng nghe, và thái độ tiếp nhận những ý kiến phê bình của lãnh đạo cũng góp phần khuyến khích mọi thành viên cùng phê bình mang tính xây dựng, giúp nhà trường làm việc ngày càng hiệu quả hơn. Đối thoại để thay đổi, đối thoại không chỉ là lắng nghe.

3.3. Đa dạng hóa và tối ưu hóa công cụ truyền thông nội bộ

Sử dụng mạng xã hội và ứng dụng di động: tận dụng các nền tảng như Zalo, Facebook hoặc ứng dụng nội bộ để truyền tải thông tin nhanh chóng, phù hợp với thói quen sử dụng internet của sinh viên. Ngày nay, đa phần công chúng nội bộ của nhà trường dùng mạng xã hội. Vì vậy, cần dùng mạng xã hội để chuyển tiếp thông tin tới mọi thành viên trong Trường. Tuy nhiên ngôn ngữ của mạng xã hội có những đặc trưng riêng: ít văn bản, ngôn ngữ mang xu hướng văn nói, yêu cầu nhiều hình ảnh, biểu đồ. Vậy nên, người làm truyền thông cần đơn giản hóa ngôn ngữ và trực quan hóa thông tin: chuyển đổi các quy chế, quy định phức tạp thành infographic, video ngắn hoặc bài đăng dễ hiểu trên mạng xã hội. Nhà trường nên tạo các video ngắn giới thiệu giá trị văn hóa của Trường, phỏng vấn sinh viên tiêu biểu hoặc giải thích quy định mới để tăng tính hấp dẫn và dễ tiếp cận và phát qua mạng xã hội.

Ngoài ra cần phát triển bản tin nội bộ (newsletter): kết hợp bản tin điện tử và bản in, sử dụng văn phong gần gũi, cập nhật thường xuyên về hoạt động của trường, thành tích của sinh viên và giảng viên đồng thời đảm bảo mạng nội bộ thân thiện với người dùng, dễ truy cập, tích hợp các tính năng như tra cứu thời khóa biểu, nộp đơn trực tuyến và

thông báo đẩy (push notification).

3.4. Tăng cường vai trò của giảng viên và các phòng ban trong truyền thông

Ngoài ra, nhà trường cần đào tạo giảng viên về kỹ năng truyền thông, giúp họ truyền đạt các quy định, thông báo một cách rõ ràng và dễ hiểu; đạt được mục đích truyền thông, khuyến khích giảng viên sử dụng các buổi học hoặc họp lớp chủ nhiệm để giải thích thông tin, thay vì chỉ dựa vào văn bản hành chính. Hơn nữa cần phối hợp chặt chẽ giữa các đơn vị: Phòng Đào tạo, Phòng Công tác sinh viên, Đoàn Thanh niên để đảm bảo thông điệp nhất quán và được truyền tải qua nhiều kênh.

3.5. Tăng cường sự gắn kết thông qua các sự kiện và hoạt động tập thể

Nhà trường cần tổ chức các sự kiện đoàn hội (hiến máu nhân đạo, tình nguyện) để sinh viên tham gia, qua đó xây dựng tình cảm với Trường và thầy cô. Ngoài ra, nhà trường nên khuyến khích sinh viên tham gia vai trò “đại sứ truyền thông” thông qua các câu lạc bộ, đội nhóm, lan tỏa hình ảnh tích cực của Trường. Để mỗi sinh viên đều là một đại sứ, nhà trường có thể tạo các sân chơi sáng tạo như: cuộc thi truyền thông, làm video về trường, infographic để cán bộ viên chức, sinh viên thể hiện tình yêu và sự tự hào với Trường.

4. Kết luận

Bài báo đã làm rõ vai trò quan trọng của truyền thông nội bộ trong bối cảnh các trường đại học tại Việt Nam đang đối mặt với xu hướng tự chủ và sự phát triển mạnh mẽ của môi trường số. Qua việc tổng hợp thông tin, chúng tôi nhận thấy rằng mặc dù truyền thông đối ngoại và marketing đã được chú trọng, truyền thông nội bộ, đặc biệt với sinh viên và giảng viên – vẫn còn nhiều hạn chế, thiếu chiến lược dài hạn và chưa tận dụng tối đa các công cụ hiện đại. Đặc điểm tâm lý của sinh viên, cùng với sự lan tỏa nhanh chóng của mạng xã hội trong thời đại số đặt ra nguy cơ khủng hoảng truyền thông nếu không có sự định hướng và gắn kết hiệu quả.

Các giải pháp được đề xuất, bao gồm xây dựng chiến lược truyền thông nội bộ dài hạn, đa dạng hóa công cụ truyền thông, đặc biệt tập trung các công cụ mạng xã hội đồng thời tăng cường vai trò của giảng viên và các phòng ban trong việc chuyển tải thông tin trực tiếp trong các buổi gặp mặt, đối thoại, tổ chức sự kiện gắn kết. Những giải pháp này hướng tới việc cải thiện sự kết nối giữa nhà trường và các nhóm công chúng nội bộ, khơi dậy tình yêu và niềm tự hào, đồng thời giảm thiểu rủi ro truyền thông tiêu cực. Chính vì vậy, khi nội bộ làm tốt, mọi vấn đề sẽ được giải quyết trong nội bộ trước khi rò rỉ qua mạng xã hội, gây ảnh hưởng xấu đến hình ảnh của nhà trường.

Trong tương lai, việc triển khai đồng bộ và liên tục các giải pháp này sẽ giúp các trường đại học Việt Nam xây dựng một hệ thống truyền thông nội bộ chuyên nghiệp, linh hoạt, hiệu quả, góp phần nâng cao uy tín và sự phát triển bền vững của các cơ sở giáo dục trong thời đại số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Setyanto, Y., Anggarina, P., & Sundoro, P. (2020). Public Relations in University: Managing Internal Communication. <https://doi.org/10.4108/eai.9-10-2019.2291111>

[2] Gupta, K. P., & Sengar, R. (2020). Organisational communication in higher educational institutions: scale development and validation. *International Journal of Education Economics and Development*, 11(1), 1-26.

[3] Zaumane, I. (2021a). Strategic internal communication: analysis of the practice of regional higher educational institutions of latvia. *Society. Integration. Education. Proceedings of the International Scientific Conference*, 6, 551–563.

[4] Lý Lê Tường Minh, Đặng Thị Việt Hòa, Nguyễn Yến Nhi, Nguyễn Phương Thảo, Nguyễn Hoàng Mai, Nguyễn Thị Minh Hiền (2024). Nâng cao hiệu quả truyền thông nội bộ tại các trường đại học Việt Nam. *Kỷ yếu hội nghị khoa học UMT về lĩnh vực kinh tế, xã hội và công nghệ*. Nhà xuất bản Thể thao và Du lịch. ISBN 978-604-851108-1

[5] Nguyễn Văn Anh (2020). Vai trò của truyền thông nội bộ trong việc thúc đẩy sự gắn kết nhân viên. *Tạp chí khoa học công nghệ thông tin và truyền thông*, số 04.

[6] Trần Ngọc Trang Ninh (2022). Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả truyền thông nội bộ tại các cơ quan, tổ chức Việt nam. *Tạp chí khoa học công nghệ thông tin và truyền thông*, số 01&02.

[7] Giroux, N. (1994). La communication interne: une définition en évolution. *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, (5).

[8] Farace, Richard V., Monge, Peter R. et HAMISH M. Russel (1977), *Communicating and Organizing*, Don Mills, Addison –Wesley.

[9] Men, L. R. (2014). Strategic internal communication: Transformational leadership, communication channels, and employee satisfaction. *Management communication quarterly*, 28(2), 264-284.

[10] Grunig, J. E. (1992). Symmetrical systems of internal communication. In J. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 531–576). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

[11] Grunig, L.A., Grunig, J. E., & Dozier, D. (2002). Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

[12] Okolo, M. (2024). Redefining Internal Communication for Sustainable Organisational Management: A Critical Review of Studies. *Journal of Creative Media*, 1(1). <https://doi.org/10.70553/pau.2024.1991.11>



[13] Donjean, C. (2006). *La communication interne*. Edipro

[14] Heinderyckx, F. (2002). *Une introduction aux fondements théoriques de l'étude des médias*. Liège, Cefal-Sup.

[15] Đặng Thị Việt Hòa, Nguyễn Thanh Huyền, Nguyễn Yến Nhi (2021). Công cụ truyền thông nội bộ nào cho trường đại học trong thời đại số? 2021 *Kỷ yếu hội thảo quốc tế “Chuyển đổi số và giáo dục đại học: Khi thách thức là cơ hội”*. Chuỗi hội thảo liên ngành 2021 Diderot Advanced Academic seminars 2021. ISBN: 978-604-342-990-9

[16] Nguyễn Yến Nhi, Đặng Thị Việt Hòa, Trần Anh Tuấn (2022). Nâng cao hiệu quả công tác truyền thông nội bộ Trường đại học Hà Nội: thực trạng và giải pháp. *Đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở trường Đại học Hà Nội*

Thông tin về tác giả

	<p>Đặng Thị Việt Hòa</p> <p>- Tóm tắt quá trình đào tạo, nghiên cứu (thời điểm tốt nghiệp và chương trình đào tạo, nghiên cứu): tốt nghiệp ngành Ngôn ngữ Pháp và Thạc sỹ ngành Giảng dạy tiếng Pháp, trường Đại học Ngoại ngữ- Đại học Quốc gia Hà Nội năm 2007. Tốt nghiệp thạc sỹ ngành khoa học Truyền thông và thông tin tại trường Đại học Công giáo Louvain, Vương quốc Bỉ năm 2009, nhận bằng tiến sỹ ngành khoa học Truyền thông và thông tin tại trường Đại học Tự do Bruxelles, Vương quốc Bỉ năm 2017</p> <p>- Tóm tắt công việc hiện tại (chức vụ, cơ quan): giảng viên bộ môn Truyền thông doanh nghiệp và thực hành tiếng, Phó trưởng khoa phụ trách Khoa tiếng Pháp, trường Đại học Hà Nội.</p> <p>- Lĩnh vực quan tâm: Truyền thông, quan hệ công chúng, giáo dục đại học, giáo dục truyền thông, giảng dạy tiếng Pháp</p> <p>- Điện thoại: 0982827606</p>
	<p>Lê Vũ</p> <p>- Ông tốt nghiệp Thạc sỹ chuyên ngành Khoa học Máy tính năm 2012. Hiện là giảng viên Khoa Công nghệ số, Giám đốc Trung tâm Học liệu và Truyền thông Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật – Đại học Đà Nẵng.</p> <p>- Lĩnh vực quan tâm: đánh giá hiệu năng mạng, an ninh mạng; xu hướng, phương thức truyền thông trường đại học và xử lý khủng hoảng truyền thông.</p> <p>- Điện thoại: 0916688021</p>

MỘT SỐ HÌNH ẢNH HỘI THẢO

HÌNH ẢNH HỘI THẢO TRUYỀN THÔNG NĂM 2024



HÌNH ẢNH HỘI THẢO TRUYỀN THÔNG NĂM 2023



Hội thảo truyền thông của trường đại học lần đầu tổ chức tại Đà Nẵng

Hội thảo "Một số kinh nghiệm truyền thông của trường đại học trong bối cảnh hiện nay" khai mạc hôm nay (16.6) là hội thảo do Trường ĐH Sư phạm kỹ thuật - ĐH Đà Nẵng tổ chức lần đầu tiên liên quan đến lĩnh vực truyền thông, với quy mô toàn quốc. Sự kiện nhận được nhiều sự quan tâm của các trường ĐH...

Hội thảo nhân chào mừng kỷ niệm 98 năm ngày Báo chí cách mạng Việt Nam (21.6), là cơ hội để các đại biểu chia sẻ quan điểm, trao đổi và tiếp thu kiến thức, kinh nghiệm từ các lãnh đạo, chuyên gia, nhà báo, nhà khoa học, cán bộ, giảng viên trên cả nước về những vấn đề liên quan đến lĩnh vực truyền thông, nâng cao chất lượng truyền thông trong trường ĐH.



Truyền thông của trường ĐH, triển vọng và các yếu tố mới trong truyền thông (mô hình, phương tiện truyền thông và cơ sở lý thuyết); xu hướng công nghệ truyền thông mô hình và xu hướng truyền thông phù hợp với các trường ĐH.

Theo Ban tổ chức hội thảo, tại hội thảo, PGS-TS Lê Hiền Học, Viện Sư phạm kỹ thuật - ĐH Bách khoa Hà Nội, cũng có đóng góp ý kiến về các trường ĐH.

Đến dự hội thảo, TS Nguyễn Thị Quốc Minh, Trường ĐH Khoa học xã hội và nhân văn, ĐH Quốc gia TP.HCM trình bày tham luận "Các hình thức truyền thông truyền thống và những thách thức của trường ĐH trong bối cảnh hiện nay".



NHÀ XUẤT BẢN ĐÀ NẴNG

Số 03 đường 30 tháng 4, quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng

Điện thoại: 0236 3797814 – 3797823 – Fax: 2036 3797875

www.nxbdanang.vn

KỶ YẾU HỘI THẢO

VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG VÀ GIÁO DỤC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ - NĂM 2025

Chịu trách nhiệm xuất bản

Giám đốc: NGUYỄN THÀNH

Chịu trách nhiệm nội dung

Tổng biên tập: NGUYỄN THỊ QUỲNH LINH

Biên tập	: Lê Trung Hiếu
Trình bày	: Hoàng Bá Đại Nghĩa
Bìa	:
Sửa bản in	: Lê Vũ

Liên kết xuất bản: Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật, Đại học Đà Nẵng

Địa chỉ: 48 Cao Thắng, phường Thanh Bình, quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng

In 120 cuốn khổ 21x29,7 cm. Tại Công ty TNHH In Trùng Khoa.

Địa chỉ: 28 Nguyễn Chí Thanh, phường Thạch Thang, thành phố Đà Nẵng.

Số ĐKXB: 1879-2025/CXBIPH/6 -34/ĐaN

Số QĐXB: 282/QĐ-NXBĐaN

Mã ISBN: 978-604-8466-8

In xong nộp lưu chiểu tháng 6 năm 2025



TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Địa chỉ: 48 Cao Thắng, phường Thanh Bình, quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng

Website: <https://ute.udn.vn> – Email: dhspktdn@ute.udn.vn

Điện thoại: 0236 3822571 – Fax: 0236 3894884