PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG SỐ CHO SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM TRONG BỐI CẢNH CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

ĐÀO THỊ THU HÀ
Khoa Truyền thông, Trường Đại học Đại Nam

Nhận bài ngày 04/4/2025. Sửa chữa xong 12/4/2025. Duyệt đăng 20/4/2025.

Abstract

This paper analyzes the role and significance of digital communication skills in the training of communication students at Dai Nam University. Based on a theoretical overview and a survey of the current situation, the article proposes several solutions to enhance students' digital communication skills in response to labor market demands in the context of the Fourth Industrial Revolution. These include strengthening practical training, engaging with communication experts and enterprises, organizing experiential learning activities, and developing a comprehensive digital learning ecosystem, all of which have initially yielded positive results.

Keywords: *Development, skills, digital communication, digital communication skills, students, fourth industrial revolution.*

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, truyền thông số đã trở thành một phần thiết yếu trong đời sống xã hội và đặc biệt quan trọng trong lĩnh vực đào tạo nguồn nhân lực ngành truyền thông. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ kĩ thuật số, từ trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) đến mạng xã hội và truyền thông đa phương tiện đang đặt ra những yêu cầu mới đối với sinh viên (SV) - những người cần làm chủ công nghệ và đồng thời sử dụng công nghệ để tạo lập, truyền tải và lan tỏa thông tin trong không gian số. Theo Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ, chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đã xác định rõ mục tiêu phát triển kĩ năng số cho toàn dân, trong đó có việc nâng cao năng lực truyền thông số cho SV nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động trong thời đại số [1]. Đối với SV Trường Đại học Đại Nam, đặc biệt là SV Khoa Truyền thông, việc phát triển kỹ năng truyền thông số (KNTTS) không chỉ nhằm đáp ứng chuẩn đầu ra chuyên ngành mà còn trang bị cho người học năng lực thích ứng linh hoạt với môi trường truyền thông mới, nơi các xu hướng như báo chí dữ liệu, truyền thông tương tác, influencer marketing, livestream bán hàng… ngày càng phổ biến. Tuy nhiên, nhiều SV hiện vẫn gặp khó khăn trong việc vận dụng công cụ số một cách bài bản để tạo ra sản phẩm truyền thông chuyên nghiệp. Có thể thấy chuyển đổi số trong báo chí truyền thông là sự thay đổi tổng thể và toàn diện của cơ quan báo chí truyền thông, của nhà báo về phương thức làm việc, mô hình tổ chức tòa soạn và phương thức tổ chức sản xuất các sản phẩm báo chí truyền thông [2]. Trong bối cảnh đó, việc phát triển KNTTS cho SV ngành truyền thông có ý nghĩa quan trọng. Bài viết tập trung làm rõ vai trò của KNTTS đối với SV, phân tích thực trạng tại Trường Đại học Đại Nam, đồng thời đề xuất một số giải pháp phát triển KNTTS một cách bền vững và phù hợp với yêu cầu của thị trường lao động trong thời đại số.

Email: hadtt.pr@dainam.edu.vn

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Cơ sở lí luận về phát triển kỹ năng truyền thông số cho sinh viên ngành truyền thông

2.1.1. Khái niệm kỹ năng truyền thông số

Theo Joint Information Systems Committee (JISC) - một tổ chức phi lợi nhuận tại Vương quốc Anh, chuyên cung cấp các dịch vụ kĩ thuật số, hạ tầng công nghệ và tư vấn chiến lược cho các trường đại học, cao đẳng và viện nghiên cứu thì truyền thông số là bất kỳ hình thức giao tiếp nào sử dụng phương tiện và mạng kĩ thuật số, bao gồm việc trò chuyện qua tin nhắn tức thời, video trực tuyến hoặc chia sẻ hình ảnh trên mạng xã hội cá nhân [3]. Theo UNESCO, KNTTS là một phần của năng lực số, bao gồm khả năng sử dụng thiết bị kĩ thuật số, ứng dụng truyền thông và mạng để truy cập, quản lí, tạo và chia sẻ nội dung số cũng như giao tiếp và hợp tác hiệu quả. Những kĩ năng này cho phép cá nhân giải quyết vấn đề và phát triển bản thân trong học tập, công việc và đời sống xã hội [4]. Nguyễn Văn Dũng và Đỗ Thị Thu Hằng cho rằng: KNTTS là khả năng sử dụng các công cụ và nền tảng kĩ thuật số để thu thập, xử lí, sản xuất và truyền tải thông tin một cách hiệu quả trong môi trường số [5]. Như vậy, có thể hiểu KNTTS là tổng hợp các kĩ năng sử dụng công nghệ số để thu thập, xử lí, sản xuất và truyền tải thông tin trên các nền tảng số.

2.1.2. Vai trò của kỹ năng truyền thông số trong đào tạo sinh viên ngành truyền thông

Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn diện, KNTTS giữ vai trò then chốt trong việc hình thành và phát triển năng lực nghề nghiệp cho SV ngành truyền thông. Không đơn thuần là khả năng sử dụng công nghệ, KNTTS còn bao gồm tư duy tiếp cận thông tin, năng lực sáng tạo và khả năng tương tác hiệu quả trong môi trường truyền thông đa nền tảng. Vai trò của kĩ năng này thể hiện rõ qua một số khía cạnh sau: - Giúp SV tiếp cận thông tin nhanh chóng, chính xác. Trong môi trường truyền thông hiện đại, thông tin được cập nhật liên tục và phân tán trên nhiều nền tảng. KNTTS cho phép SV nhanh chóng tìm kiếm, xác thực và xử lí thông tin từ các nguồn tin đáng tin cậy. Đây là năng lực quan trọng trong quá trình học tập, nghiên cứu cũng như khi thực hiện các sản phẩm truyền thông thực tế như tin tức, phóng sự hoặc nội dung tiếp thị số; - Phát triển năng lực làm việc nhóm, tư duy phản biện và sáng tạo nội dung. Các dự án truyền thông ngày nay thường đòi hỏi sự phối hợp liên ngành, đa vai trò. Việc sử dụng công cụ số như phần mềm làm việc nhóm, biên tập video hay nền tảng phân phối nội dung giúp SV có cơ hội thực hành kĩ năng giao tiếp, tổ chức công việc nhóm hiệu quả. Đồng thời, KNTTS thúc đẩy SV suy nghĩ phản biện và đưa ra các giải pháp sáng tạo, phù hợp với từng nền tảng và đối tượng công chúng mục tiêu.; - Tăng khả năng thích ứng với yêu cầu của thị trường truyền thông hiện đại. Ngành truyền thông đang trải qua những thay đổi sâu sắc do ảnh hưởng của công nghệ số: sự lên ngôi của báo chí dữ liệu, truyền thông cá nhân hóa, AI trong biên tập và phân phối nội dung… SV được trang bị KNTTS sẽ có lợi thế trong việc cập nhật xu hướng mới, nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc số hóa, từ đó nâng cao cơ hội nghề nghiệp và khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động.

Như vậy, KNTTS không chỉ là yêu cầu kĩ thuật mà còn là nền tảng năng lực toàn diện, góp phần định hình tư duy nghề nghiệp và chuẩn bị hành trang cho SV ngành truyền thông bước vào môi trường làm việc thực tiễn, linh hoạt và đầy cạnh tranh hiện nay.

2.1.3. Yêu cầu về kỹ năng truyền thông số trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0

Cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT), thực tế ảo (VR/AR) và nền tảng số đã làm thay đổi căn bản cách thức sản xuất, phân phối và tiêu thụ nội dung truyền thông. Đối với SV ngành truyền thông, việc thích ứng và đáp ứng được các yêu cầu mới trong môi trường số là điều kiện tiên quyết để hội nhập và phát triển nghề nghiệp. Một số yêu cầu quan trọng về KNTTS có thể kể đến như sau:

- Khả năng sử dụng thành thạo các công cụ truyền thông số: SV cần được trang bị kĩ năng sử dụng đa dạng các phần mềm và công cụ chuyên dụng như Adobe Photoshop, Illustrator, Premiere Pro (dành cho thiết kế và dựng video), OBS Studio (phát sóng trực tiếp - livestream) hoặc Canva và CapCut (ứng dụng đa nền tảng dễ tiếp cận). Việc làm chủ các công cụ này giúp SV tạo ra sản phẩm truyền thông hấp dẫn, chuyên nghiệp, phù hợp với yêu cầu thị trường và xu hướng thẩm mỹ số hiện đại.

- Kĩ năng quản trị và phát triển nội dung trên mạng xã hội: Mạng xã hội hiện nay không chỉ là

nơi chia sẻ thông tin mà còn là kênh truyền thông chiến lược của cá nhân, doanh nghiệp và tổ chức. SV ngành truyền thông cần có khả năng xây dựng kế hoạch nội dung, quản trị fanpage, phân tích thời điểm "vàng" đăng bài, sử dụng hashtag hiệu quả, cũng như hiểu về các thuật toán nền tảng như Facebook, TikTok, Instagram để tối ưu hóa mức độ lan tỏa của thông điệp truyền thông.

- Năng lực phân tích dữ liệu và đánh giá hiệu quả truyền thông: Truyền thông hiện đại không còn dựa vào cảm tính mà cần có sự hỗ trợ của các công cụ đo lường và phân tích dữ liệu như Google Analytics, Facebook Insights, YouTube Studio, Socialbakers... SV cần được đào tạo để hiểu cách đọc các chỉ số như lượng tiếp cận, tương tác, tỷ lệ chuyển đổi hay hành vi người dùng. Từ đó, có thể điều chỉnh chiến lược truyền thông phù hợp, nâng cao hiệu quả chiến dịch và đáp ứng yêu cầu phân tích định lượng trong môi trường truyền thông số.

Như vậy, KNTTS trong thời đại công nghiệp 4.0 không chỉ đơn thuần là biết sử dụng công nghệ mà là sự kết hợp giữa năng lực công nghệ, tư duy chiến lược và khả năng sáng tạo - phản ứng nhanh với sự thay đổi của môi trường số. Đây là nền tảng bắt buộc để SV ngành truyền thông có thể tồn tại và phát triển bền vững trong tương lai nghề nghiệp.

2.2. Thực trạng kỹ năng truyền thông số của sinh viên Trường Đại học Đại Nam

Để tìm hiểu thực trạng KNTTS của SV Trường Đại học Đại Nam, tác giả tiến hành khảo sát, nghiên cứu trên 120 SV Khoa Truyền thông từ tháng 3 đến tháng 5 năm 2025 thông qua bảng hỏi và phỏng vấn sâu. Dữ liệu định lượng được xử lí bằng toán thống kê, dữ liệu định tính được mã hóa, phân loại và tổng hợp theo chủ đề để tìm ra các xu hướng nổi bật và đối chiếu với kết quả khảo sát định lượng. Kết quả khảo sát như sau:

2.2.1. Khả năng sử dụng mạng xã hội cao nhưng năng lực sản xuất nội dung còn hạn chế

Có tới 68% SV cho biết họ sử dụng thành thạo các nền tảng mạng xã hội phổ biến như Facebook, Instagram, TikTok và Zalo để giao tiếp, chia sẻ thông tin và theo dõi xu hướng. Tuy nhiên, khi được hỏi về khả năng tạo lập và sản xuất nội dung truyền thông chuyên nghiệp như video, infographic, tin bài hoặc chiến dịch truyền thông trên nền tảng số, chỉ 35% SV đánh giá bản thân có khả năng thực hiện ở mức từ khá trở lên. Điều này cho thấy khoảng cách rõ rệt giữa việc "biết sử dụng" và "biết khai thác chuyên sâu" các nền tảng số trong bối cảnh yêu cầu chuyên môn ngày càng cao.

2.2.2. Tỷ lệ sinh viên được tiếp cận công cụ kĩ thuật số còn thấp

Chỉ 22% SV từng được học hoặc thực hành với các công cụ thiết kế đồ họa (như Adobe Illustrator, Photoshop) hoặc dựng video (như Premiere, CapCut) trong các học phần chính khóa. Số còn lại chủ yếu tự học qua YouTube, học lỏm từ bạn bè hoặc chưa từng tiếp cận. Điều này phản ánh sự thiếu hụt về mặt chương trình đào tạo, cơ sở vật chất cũng như chưa có sự chuẩn hóa trong việc trang bị công cụ thực hành số cho SV.

2.2.3. Thiếu định hướng phát triển kỹ năng truền thông số chuyên sâu

Qua nội dung phỏng vấn sâu, nhiều SV cho biết họ chưa nhận được sự tư vấn rõ ràng từ phía nhà trường hoặc giảng viên về các lộ trình phát triển KNTTS theo từng lĩnh vực như: truyền thông xã hội, báo chí dữ liệu, sản xuất nội dung đa nền tảng, hay quản trị thương hiệu cá nhân trong môi trường số. Một số SV bày tỏ mong muốn được thực hành nhiều hơn với các dự án thực tế, có người hướng dẫn chuyên môn đồng hành và được chỉ dẫn cách xây dựng hồ sơ năng lực truyền thông số một cách bài bản để chuẩn bị cho công việc sau tốt nghiệp.

2.2.4. Kĩ năng đánh giá hiệu quả truyền thông còn yếu

Khi được hỏi về khả năng phân tích dữ liệu và đánh giá hiệu quả các chiến dịch truyền thông số, chỉ 18% SV cho biết họ hiểu rõ và có thể sử dụng các chỉ số như lượng tiếp cận, mức độ tương tác hay tỷ lệ chuyển đổi. Phần lớn SV chỉ dừng lại ở việc "đếm lượt thích" hoặc "số lượt xem", trong khi chưa được đào tạo bài bản về kĩ năng đọc hiểu và ứng dụng công cụ phân tích như Facebook Insights, Google Analytics hoặc các nền tảng đánh giá nội dung số khác.

2.2.5. Sinh viên còn thiếu trải nghiệm thực tế trong môi trường truyền thông chuyên nghiệp

Gần 60% SV được khảo sát cho biết họ chưa từng tham gia vào bất kỳ dự án truyền thông thực tế nào bên ngoài lớp học, dù đây là ngành học đòi hỏi sự thực hành cao. Việc thiếu cơ hội trải nghiệm thực tế đã khiến SV gặp khó khăn khi xây dựng hồ sơ nghề nghiệp cũng như giảm sự tự tin khi tiếp cận thị trường lao động sau tốt nghiệp. Như vậy, kết quả khảo sát cho thấy SV ngành Truyền thông, Trường Đại

học Đại Nam có tiềm năng và sự năng động trong tiếp cận công nghệ mới nhưng lại thiếu hệ thống đào tạo bài bản và định hướng phát triển năng lực theo yêu cầu của thị trường lao động truyền thông hiện đại. Từ thực trạng này cho thấy, việc điều chỉnh chương trình đào tạo, tăng cường kết nối thực tiễn và đầu tư công nghệ phục vụ giảng dạy là vô cùng cấp thiết.

2.3. Kinh nghiệm của Trường Đại học Đại Nam về phát triển kỹ năng truyền thông số cho sinh viên

2.3.1. Tăng cường đào tạo thực hành và ứng dụng công nghệ số trong giảng dạy

Trong xu thế chuyển đổi số giáo dục, việc tích hợp công nghệ hiện đại vào nội dung, phương pháp và môi trường dạy học là yêu cầu tất yếu để nâng cao chất lượng đào tạo ngành truyền thông. Nhận thức được điều đó, Khoa Truyền thông, Trường Đại học Đại Nam đã coi việc đổi mới giảng dạy theo hướng thực hành và ứng dụng công nghệ số là một trong những định hướng chiến lược trọng tâm.

Về nội dung đào tạo: Chương trình học đã được điều chỉnh để tăng tỷ trọng các học phần có tính ứng dụng cao, đáp ứng sát với nhu cầu thực tiễn nghề nghiệp. Các học phần như Kĩ thuật dựng video, Thiết kế truyền thông trực quan, Quản trị mạng xã hội, Truyền thông tương tác đa nền tảng hay Phân tích dữ liệu truyền thông số được xây dựng với cấu trúc học tập linh hoạt, kết hợp giữa lí thuyết nền tảng và thực hành chuyên sâu. Đặc biệt, SV được tiếp cận trực tiếp với các phần mềm và công cụ chuyên dụng đang được sử dụng phổ biến trong ngành như Adobe Premiere, Photoshop, Illustrator, Canva, OBS Studio hoặc các nền tảng hỗ trợ sản xuất nội dung như CapCut, ChatGPT, Google Trends,... Việc tiếp xúc với các phần mềm này không chỉ giúp SV thành thạo kĩ năng kĩ thuật mà còn rèn luyện quy trình làm việc chuyên nghiệp từ xây dựng kịch bản, dàn dựng sản phẩm, đến hậu kỳ và phân phối nội dung.

Về phương pháp giảng dạy: Nhà trường khuyến khích giảng viên tích cực ứng dụng công nghệ trong tổ chức lớp học như sử dụng hệ thống quản lí học tập trực tuyến (LMS), công cụ tương tác như Padlet, Mentimeter, Kahoot để tăng tính tương tác và phản hồi nhanh giữa giảng viên - SV. Ngoài ra, SV thường xuyên được yêu cầu thực hiện các sản phẩm cá nhân hoặc theo nhóm theo hình thức dự án học tập, giúp rèn luyện năng lực giải quyết vấn đề và triển khai ý tưởng sáng tạo một cách toàn diện.

Bên cạnh đó, một điểm nhấn quan trọng trong hoạt động đào tạo của Khoa là thường xuyên mời các chuyên gia truyền thông, nhà báo, biên tập viên truyền hình, người quản lí chiến dịch truyền thông và người sáng tạo nội dung có sức ảnh hưởng (influencer) đến giảng dạy, diễn thuyết hoặc tổ chức workshop chuyên đề. Thông qua các buổi chia sẻ kinh nghiệm, tọa đàm nghề nghiệp và mô phỏng dự án truyền thông thực tế, SV không chỉ tiếp cận với xu hướng truyền thông mới nhất mà còn học hỏi được tư duy làm nghề, cách thích nghi trong môi trường làm việc số hóa và kĩ năng tự xây dựng thương hiệu cá nhân. Các buổi học như vậy được SV đánh giá cao vì giúp kết nối trực tiếp giữa kiến thức hàn lâm với yêu cầu thực tiễn của thị trường lao động. Việc tăng cường đào tạo thực hành và ứng dụng công nghệ số đã góp phần thay đổi rõ rệt thái độ học tập, sự chủ động và năng lực nghề nghiệp của SV Khoa Truyền thông, tạo nền tảng cho quá trình hội nhập và phát triển sự nghiệp trong ngành truyền thông hiện đại.

2.3.2. Khuyến khích sinh viên tham gia các dự án truyền thông thực tế

Bên cạnh việc đổi mới nội dung và phương pháp giảng dạy, Trường Đại học Đại Nam xác định rằng việc tạo điều kiện để SV tiếp cận và tham gia vào các dự án truyền thông thực tế ngay trong quá trình học là yếu tố quyết định đến việc hình thành và phát triển kĩ năng nghề nghiệp, đặc biệt là KNTTS. Đây không chỉ là cơ hội để SV áp dụng kiến thức đã học vào thực hành mà còn là môi trường giúp SV rèn luyện các năng lực mềm như: giao tiếp, làm việc nhóm, quản lí thời gian, giải quyết vấn đề và sáng tạo nội dung theo yêu cầu thực tế.

Một trong những hình thức được triển khai hiệu quả là tổ chức các cuộc thi sản xuất nội dung số với quy mô cấp khoa hoặc toàn trường như: Cuộc thi video truyền thông SV, Thiết kế bản trình bày trực quan về chủ đề giáo dục, Viết bài truyền cảm hứng trên mạng xã hội, Cuộc thi sáng tạo thông điệp truyền thông phòng chống bạo lực học đường… Các cuộc thi này không chỉ khuyến khích SV thể hiện ý tưởng sáng tạo thông qua các hình thức truyền thông đa phương tiện mà còn giúp họ làm quen với quy trình làm việc chuyên nghiệp: từ nghiên cứu công chúng mục tiêu, xây dựng thông điệp, lựa chọn kênh truyền thông phù hợp đến đánh giá hiệu quả nội dung. Song song với đó, nhà trường đặc biệt

chú trọng việc kết nối với doanh nghiệp truyền thông và các tổ chức bên ngoài để mở rộng cơ hội hợp tác trong đào tạo. Hằng năm, Khoa Truyền thông phối hợp với các đơn vị như công ty truyền thông số, cơ quan báo chí, doanh nghiệp quảng cáo, tổ chức xã hội dân sự… để triển khai các chương trình thực tập, kiến tập hoặc tham gia dự án truyền thông cộng đồng. Thông qua đó, SV không chỉ được rèn luyện kĩ năng tác nghiệp mà còn hiểu được văn hóa nghề nghiệp, yêu cầu công việc và xu hướng đổi mới trong ngành. Đặc biệt, nhiều SV đã tham gia trực tiếp vào các chiến dịch truyền thông do doanh nghiệp thực hiện hoặc hỗ trợ truyền thông cho các sự kiện thực tế trong và ngoài trường. Một số sản phẩm do SV thực hiện đã được đăng tải trên các nền tảng chính thức của trường hoặc doanh nghiệp đối tác, tạo ra môi trường phản hồi hai chiều, giúp SV nâng cao chất lượng sản phẩm và cảm nhận rõ giá trị của việc học gắn với thực tiễn. Việc tạo điều kiện cho SV chủ động tham gia vào các dự án truyền thông thực tế đã và đang góp phần quan trọng trong việc rút ngắn khoảng cách giữa đào tạo và nhu cầu thị trường lao động. Đây cũng là nền tảng để SV hình thành tư duy nghề nghiệp sớm, tăng khả năng thích ứng với môi trường làm việc số và xây dựng hồ sơ năng lực cá nhân vững chắc sau khi tốt nghiệp.

2.3.3. Xây dựng hệ sinh thái học tập số trong trường đại học

Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn diện của giáo dục đại học, việc xây dựng một hệ sinh thái học tập số không chỉ là yêu cầu tất yếu mà còn là điều kiện quan trọng để hỗ trợ SV phát triển kĩ năng học tập suốt đời, trong đó có KNTTS. Tại Trường Đại học Đại Nam, mô hình học tập kết hợp giữa truyền thống và số hóa đang từng bước được triển khai đồng bộ, tạo điều kiện cho SV ngành truyền thông tiếp cận tri thức, công nghệ và không gian sáng tạo một cách linh hoạt, hiện đại.

Trước hết, nền tảng quản lí học tập trực tuyến (LMS) đã được đầu tư và phát triển, cho phép giảng viên thiết kế các học phần tương tác, tổ chức lớp học trực tuyến, giao bài tập, kiểm tra và phản hồi nhanh chóng. Đặc biệt, một số học phần về truyền thông số đã tích hợp các công cụ hỗ trợ sản xuất nội dung đa phương tiện như phần mềm chỉnh sửa video, thiết kế đồ họa, tạo poster điện tử, khảo sát ý kiến công chúng... giúp SV không chỉ học lí thuyết mà còn được thực hành trực tiếp trong môi trường học tập số hóa. Thêm vào đó, nhà trường tích cực mở rộng kho học liệu mở và tài nguyên số, bao gồm: video bài giảng, tài liệu chuyên ngành, sách điện tử, podcast chuyên môn, các bài phân tích mẫu, mô hình truyền thông thực tiễn và hệ thống câu hỏi tương tác. Việc này giúp SV có thể tự học, nghiên cứu và rèn luyện KNTTS ở mọi lúc, mọi nơi. Ngoài ra, SV còn được khuyến khích tham gia các khóa học trực tuyến mở (MOOCs) từ các nền tảng uy tín như Coursera, EdX, FutureLearn... để mở rộng kiến thức và chuẩn hóa năng lực theo chuẩn quốc tế. Không chỉ dừng lại ở việc triển khai công cụ, Trường Đại học Đại Nam còn chú trọng đến việc xây dựng môi trường sáng tạo - đổi mới số, thể hiện qua việc đầu tư phòng thực hành truyền thông đa phương tiện (media lab), phòng dựng video, studio mini phục vụ livestream và ghi hình. Những không gian này được trang bị máy quay chuyên dụng, hệ thống đèn chiếu sáng, phần mềm hậu kỳ và đường truyền internet tốc độ cao, tạo điều kiện tối ưu để SV chủ động thực hiện các dự án truyền thông cá nhân hoặc theo nhóm. Ngoài ra, nhà trường cũng đã từng bước triển khai mô hình "học tập linh hoạt", cho phép SV học một số học phần theo hình thức trực tuyến hoặc kết hợp, đồng thời kết nối với các chuyên gia từ xa để tổ chức các buổi học chuyên đề, giao lưu hoặc hội thảo học thuật. Điều này không chỉ giúp SV tiếp cận kiến thức mới một cách kịp thời mà còn nâng cao kĩ năng làm việc và giao tiếp trong môi trường số - một trong những yêu cầu cốt lõi của nghề truyền thông hiện đại.

Như vậy, xây dựng hệ sinh thái học tập số tại Trường Đại học Đại Nam không chỉ là giải pháp công nghệ mà còn là chiến lược phát triển năng lực tự học, tự nghiên cứu và sáng tạo của SV. Đây là nền tảng thiết yếu để SV ngành truyền thông thích ứng nhanh với thị trường lao động số và vững vàng hơn trên hành trình nghề nghiệp của mình.

3. Kết luận

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đang tác động sâu sắc đến mọi lĩnh vực đời sống - xã hội, truyền thông số đã trở thành một phần không thể thiếu trong hoạt động học tập, nghề nghiệp và giao tiếp của SV ngành Truyền thông. Việc phát triển KNTTS không chỉ là yêu cầu tất yếu của chương trình đào tạo hiện đại mà còn là điều kiện tiên quyết giúp SV thích ứng nhanh với môi trường truyền thông đa nền tảng, cạnh tranh và không ngừng biến đổi. Từ phân tích cơ sở lí luận và kết quả khảo sát thực tế tại Trường Đại học Đại Nam có thể thấy, mặc dù SV đã có nền tảng tiếp cận công nghệ nhưng năng lực sử dụng công

cụ truyền thông số một cách chuyên nghiệp và sáng tạo vẫn còn hạn chế, thiếu định hướng rõ ràng, cơ hội trải nghiệm thực tế và hệ thống học liệu hỗ trợ hiệu quả đang là những rào cản trong việc phát triển toàn diện KNTTS cho SV. Trước thực trạng đó, các kinh nghiệm được triển khai tại Trường Đại học Đại Nam như: tăng cường đào tạo thực hành, kết nối với chuyên gia và doanh nghiệp truyền thông, tổ chức các hoạt động học tập thực tiễn và xây dựng hệ sinh thái học tập số toàn diện đã bước đầu mang lại hiệu quả tích cực. Những giải pháp này không chỉ góp phần nâng cao năng lực nghề nghiệp của SV mà còn đặt nền tảng cho sự đổi mới trong quản lí, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực truyền thông chất lượng cao. Bài viết là cơ sở tham khảo hữu ích cho các cơ sở đào tạo ngành truyền thông trong việc định hướng, xây dựng và triển khai chương trình giáo dục hiện đại, đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số trong giáo dục đại học cũng như nhu cầu thực tiễn của thị trường lao động truyền thông trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

[1] Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 749/QĐ-TTg, ngày 03/6/2020 về việc phê duyệt chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.*

[2] Trần Quang Diệu (2024), *Xu thế phát triển của báo chí truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam hiện nay,* Tạp chí Lịch sử Đảng, tháng 6.

[3] JISC (2024), *What do we mean by "digital communication"? (Khái niệm 'truyền thông số' được hiểu như thế nào),* https://sites.exeter.ac.uk/digitalbuzzuoe/what-do-we-mean-by-digital-communication/.

[4] UNESCO (2018), *Digital skills critical for jobs and social inclusion (Kĩ năng số - Yếu tố then chốt cho việc làm và hòa nhập xã hội),* https://www.unesco.org/en/articles/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion.

[5] Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2006), *Truyền thông - Lí thuyết và kĩ năng cơ bản,* NXB Lí luận chính trị, Hà Nội.

[6] Tạ Ngọc Tấn (2004), *Truyền thông đại chúng,* NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.

PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC ỨNG DỤNG...

Tiếp theo trang 121

3. Kết luận

Trong bối cảnh CĐS toàn diện của giáo dục đại học, năng lực ứng dụng CNTT đã trở thành một năng lực nghề nghiệp cốt lõi đối với GV. Qua nghiên cứu bài báo đã hệ thống hóa khái niệm, vai trò và mô hình phát triển năng lực ứng dụng CNTT trong giảng dạy, làm rõ thực trạng và các thách thức cụ thể tại Trường Đại học Phú Yên. Kết quả khảo sát cho thấy, mặc dù phần lớn GV đã bước đầu tiếp cận với công nghệ trong dạy học nhưng mức độ làm chủ và ứng dụng hiệu quả còn nhiều hạn chế, đặc biệt ở các khâu thiết kế bài giảng số, tổ chức lớp học trực tuyến và đánh giá học tập bằng công cụ số. Vì vậy, để đáp ứng yêu cầu thực tiễn, nhà trường đã triển khai nhiều biện pháp đồng bộ, từ tổ chức tập huấn chuyên sâu, xây dựng môi trường học tập số đến thúc đẩy văn hóa chia sẻ kinh nghiệm và chính sách đánh giá, khuyến khích ứng dụng CNTT. Việc phát triển năng lực số không chỉ dừng lại ở kĩ năng kĩ thuật mà còn hướng đến đổi mới tư duy, hành vi nghề nghiệp của GV, góp phần xây dựng một đội ngũ sư phạm hiện đại, thích ứng linh hoạt với những yêu cầu mới trong giáo dục đại học. Trên cơ sở những phân tích nêu trên có thể khẳng định mô hình phát triển năng lực ứng dụng CNTT cho GV tại Trường Đại học Phú Yên là một hướng đi đúng đắn, có tính thực tiễn và bền vững cần tiếp tục được duy trì, mở rộng và điều chỉnh phù hợp với tốc độ phát triển công nghệ và yêu cầu đào tạo trong thời đại số.

Tài liệu tham khảo

[1] Chính phủ (2022), *Quyết định số 131/QĐ-TTg, ngày 25/01/2022 phê duyệt đề án "Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo giai đoạn 2022-2025, định hướng đến năm 2030.*

[2] Nguyễn Lê Vương Ngọc (2024), *Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động dạy và học trực tuyến ở các trường đại học trong bối cảnh mới*, Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp, tập 13, số đặc biệt (01), tr. 323-330.

[3] Thái Hoài Minh, Trịnh Văn Biều (2016), *Xây dựng khung năng lực ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong dạy học cho sinh viên sư phạm Hóa học*, Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh, số 7(85), tr. 63-69.

[4] Phạm Thị Tố Như (2014), *Năng lực ứng dụng công nghệ thông tin trong giảng dạy của giáo viên Khoa Tiếng Anh, Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Đà Nẵng - Thực trạng và giải pháp,* Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng, số 10 (83), tr. 24-27.

[5] Trần Minh Thái (2021), *Quản lí ứng dụng công nghệ thông tin trong dạy học tại các trường trung học cơ sở tỉnh Hải Dương hiện nay*, Luận án Tiến sĩ chuyên ngành Quản lí giáo dục, Học viện Quản lí giáo dục.