

# VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG TRONG VIỆC THÚC ĐẨY NĂNG LỰC SỐ, VĂN HÓA SỐ CHO GIẢNG VIÊN VÀ SINH VIÊN VIỆT NAM

NGUYỄN QUANG VINH

Khoa Công nghệ thông tin, Trường Đại học Văn Hiến

Nhận bài ngày 16/7/2026. Sửa chữa xong 26/8/2026. Duyệt đăng 28/8/2026.

## **Abstract**

*This article examines the multidimensional role of communication in promoting digital competence and digital culture among lecturers and students at Vietnamese universities in the context of national digital transformation and the post-COVID-19 period. Based on surveys, interviews, and data collected from more than 400 lecturers and students at universities in Ho Chi Minh City and Hanoi, representing cohorts from 2020 to 2025, the findings indicate that communication—including mass media, digital media, and internal institutional communication—plays a pivotal role in raising awareness, enhancing digital skills, fostering positive attitudes, and promoting responsible and respectful behavior in digital environments.*

**Keywords:** Communication, digital competence, digital culture, lecturers, students, Vietnamese universities.

## **1. Đặt vấn đề**

Trong bối cảnh chuyển đổi số quốc gia được thúc đẩy mạnh mẽ theo Quyết định số 749/QĐ-TTg (2020) và các chiến lược hậu Covid-19, giáo dục đại học Việt Nam đã và đang chuyển mình từ mô hình truyền thống sang môi trường số hóa (Thủ tướng Chính phủ, 2020). Các trường đại học tại Việt Nam, đặc biệt ở các thành phố lớn như TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội đã triển khai rộng rãi các nền tảng như Google Workspace, Microsoft Teams, Moodle LMS và mạng xã hội giáo dục. Năng lực số (digital competence) bao gồm kỹ năng sử dụng công nghệ, xử lý thông tin, sáng tạo nội dung và an toàn mạng cùng văn hóa số (digital culture) nhấn mạnh thái độ, đạo đức và ứng xử văn minh trực tuyến trở thành yếu tố cốt lõi để giảng viên (GV) và sinh viên (SV) thích ứng với kỷ nguyên số.

Truyền thông đóng vai trò trung tâm như cầu nối, công cụ tuyên truyền, giáo dục và định hướng hành vi trong việc xây dựng năng lực số và văn hóa số. Không chỉ cung cấp thông tin, truyền thông còn hình thành nhận thức, thúc đẩy kỹ năng và tạo môi trường tương tác lành mạnh. Nghiên cứu này nhằm phân tích vai trò của truyền thông đối với năng lực số và văn hóa số của GV và SV dựa trên dữ liệu khảo sát từ các trường đại học, phỏng vấn và phân tích xu hướng từ 2020-2025. Qua đó, bài báo làm rõ các khía cạnh tích cực, hạn chế và đề xuất giải pháp cụ thể nhằm tối ưu hóa vai trò truyền thông trong xây dựng nguồn nhân lực số chất lượng cao tại Việt Nam.

## **2. Nội dung nghiên cứu**

### **2.1. Tổng quan về truyền thông thúc đẩy năng lực số và văn hóa số tại các trường đại học Việt Nam**

Truyền thông trong giáo dục số được triển khai đa kênh từ năm 2020, với sự hỗ trợ của các nền tảng số nhằm đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số và giãn cách xã hội. Đối với GV và SV, truyền thông bao gồm chiến dịch quốc gia (như “Bình dân học vụ số”), truyền thông nội bộ trường (fanpage, website, email), truyền thông đại chúng (báo chí, truyền hình) và truyền thông số (mạng xã hội, webinar). Các hoạt động tập trung vào đào tạo kỹ năng số cơ bản, an toàn mạng và ứng xử văn minh trực tuyến.

Email: [Nguyenquangvinh@vhu.edu.vn](mailto:Nguyenquangvinh@vhu.edu.vn)

Khảo sát ban đầu với 200 SV cho thấy 75% tiếp cận thông tin số qua mạng xã hội và nền tảng học tập nhưng chỉ 40% tham gia các khóa đào tạo chuyên sâu về an toàn số. Các trường đã tổ chức workshop, webinar và chiến dịch truyền thông như “Công dân số văn minh” hoặc tích hợp nội dung số vào chương trình chính khóa. Đến 2023-2025, mô hình hybrid truyền thông (kết hợp trực tuyến và trực tiếp) giúp cải thiện nhận thức và kỹ năng. Tổng quan này cho thấy truyền thông đã trở thành động lực chính thúc đẩy năng lực số nhưng cần tối ưu hóa để phù hợp với đặc thù giáo dục đại học (Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2024).

Bảng 1: Mức độ năng lực số trung bình qua các giai đoạn (thang 5)

| Năm học   | Nhóm đối tượng | Năng lực số trung bình | Tỷ lệ thành thạo an toàn số (%) | Số người khảo sát |
|-----------|----------------|------------------------|---------------------------------|-------------------|
| 2020-2021 | SV             | 2.9                    | 25                              | 150               |
| 2020-2021 | GV             | 3.4                    | 45                              | 80                |
| 2022-2023 | SV             | 3.1                    | 35                              | 140               |
| 2022-2023 | GV             | 3.6                    | 60                              | 90                |
| 2024-2025 | SV             | 3.2                    | 40                              | 160               |
| 2024-2025 | GV             | 3.7                    | 65                              | 100               |

Nguồn: Khảo sát nội bộ các trường đại học (2025) và báo cáo chuyển đổi số Bộ Giáo dục và Đào tạo (2022-2024)

Bảng 1 cung cấp cái nhìn toàn diện và khách quan về sự tiến bộ của năng lực số giữa hai nhóm đối tượng chính là SV và GV qua các giai đoạn từ 2020-2021 đến 2024-2025, phản ánh rõ nét tác động của các chiến dịch truyền thông và quá trình chuyển đổi số quốc gia hậu Covid-19. Trong giai đoạn đầu đại dịch (2020-2021), năng lực số trung bình của SV chỉ đạt 2.9/5, với tỷ lệ thành thạo an toàn số thấp ở mức 25%, cho thấy sự thiếu hụt nền tảng kỹ năng số khi chuyển đột ngột sang học trực tuyến, đồng thời GV đạt cao hơn ở 3.4/5 và 45% thành thạo an toàn số nhờ kinh nghiệm sử dụng công nghệ trong giảng dạy và quản lý. Đến giai đoạn 2022-2023, cả hai nhóm đều có sự cải thiện đáng kể, với SV tăng lên 3.1/5 và tỷ lệ thành thạo an toàn số lên 35%, GV đạt 3.6/5 cùng 60%, chứng tỏ hiệu quả ban đầu của các chiến dịch truyền thông quốc gia như “Bình dân học vụ số” và các chương trình nội bộ trường đại học, giúp nâng cao nhận thức và kỹ năng cơ bản. Đến 2024-2025, mức trung bình tiếp tục tăng nhẹ lên 3.2/5 ở SV và 3.7/5 ở GV, với tỷ lệ thành thạo an toàn số lần lượt là 40% và 65%, phản ánh sự thích nghi dần dần và tích lũy kinh nghiệm sử dụng các nền tảng số như Google Workspace, Microsoft Teams hay LMS. Sự chênh lệch giữa hai nhóm vẫn tồn tại rõ rệt, GV luôn dẫn trước khoảng 0.5 điểm, có thể do vai trò dẫn dắt và tiếp cận đào tạo chuyên sâu hơn, đồng thời SV trẻ hơn nhưng chịu ảnh hưởng từ khoảng cách số cá nhân (thiết bị, mạng). Dữ liệu này hoàn toàn phù hợp với các báo cáo chuyển đổi số của Bộ GD&ĐT giai đoạn 2022-2024, nơi nhấn mạnh sự cải thiện năng lực số nhưng vẫn còn khoảng cách giữa GV và SV, đặc biệt ở khía cạnh an toàn số - lĩnh vực đòi hỏi nhận thức đạo đức và kỹ năng bảo vệ dữ liệu. Tổng thể, bảng khẳng định vai trò then chốt của truyền thông trong việc thúc đẩy tiến bộ liên tục, từ mức cơ bản sang khá nhưng cũng cảnh báo rằng tốc độ tăng chậm lại ở giai đoạn sau cho thấy cần các chiến dịch truyền thông sâu hơn, tập trung vào kỹ năng nâng cao và cá nhân hóa để đạt mức trung bình 4.0/5 theo khung DigComp tham chiếu. Việc duy trì đà tăng này sẽ là yếu tố quyết định để nguồn nhân lực giáo dục Việt Nam đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số quốc gia đến năm 2030, tránh tình trạng tụt hậu so với các nước trong khu vực để xây dựng văn hóa số lành mạnh và năng lực số toàn diện (Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2024).

Bảng 2: Mức độ hài lòng về vai trò truyền thông trong phát triển năng lực số

| Yếu tố                             | Rất hài lòng (%) | Hài lòng (%) | Trung bình (%) | Không hài lòng (%) | Rất không hài lòng (%) |
|------------------------------------|------------------|--------------|----------------|--------------------|------------------------|
| Tiếp cận thông tin số              | 45               | 35           | 15             | 4                  | 1                      |
| Nâng cao kỹ năng sử dụng công cụ   | 30               | 40           | 20             | 8                  | 2                      |
| Xây dựng văn hóa ứng xử trực tuyến | 25               | 35           | 25             | 12                 | 3                      |

| Yếu tố                            | Rất hài lòng (%) | Hài lòng (%) | Trung bình (%) | Không hài lòng (%) | Rất không hài lòng (%) |
|-----------------------------------|------------------|--------------|----------------|--------------------|------------------------|
| Nhận diện tin giả và an toàn mạng | 20               | 30           | 30             | 15                 | 5                      |
| Tương tác và hợp tác số           | 35               | 38           | 20             | 5                  | 2                      |

Nguồn: Khảo sát 300 SV và GV (2024-2025)

Bảng 2 thể hiện sự phân hóa rõ nét về mức độ hài lòng của SV và GV đối với các khía cạnh khác nhau mà truyền thông mang lại trong việc phát triển năng lực số, cung cấp bằng chứng định lượng về hiệu quả và hạn chế của các kênh truyền thông hiện tại. Yếu tố tiếp cận thông tin số nhận được đánh giá cao nhất với 80% hài lòng hoặc rất hài lòng, chứng tỏ truyền thông số qua mạng xã hội, webinar và nền tảng giáo dục đã thành công trong việc phổ biến kiến thức cơ bản, giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm và tiếp cận tài nguyên số ở mọi lúc, mọi nơi, đặc biệt hữu ích trong bối cảnh hậu đại dịch khi nhu cầu học tập linh hoạt tăng cao. Tiếp theo là tương tác và hợp tác số với 73% hài lòng, phản ánh lợi ích của các công cụ như Teams, Zoom hay Discord trong việc duy trì kết nối, thảo luận nhóm và chia sẻ ý tưởng, góp phần xây dựng văn hóa số cộng tác (Nguyễn Minh Thơ, 2025). Nâng cao kỹ năng sử dụng công cụ đạt 70% hài lòng, cho thấy các chiến dịch hướng dẫn cụ thể (infographic, video tutorial) đã hỗ trợ hiệu quả việc làm quen với phần mềm và ứng dụng số. Tuy nhiên, sự hài lòng giảm mạnh ở hai khía cạnh then chốt: xây dựng văn hóa ứng xử trực tuyến chỉ 60% và nhận diện tin giả cùng an toàn mạng chỉ 50%, với tỷ lệ không hài lòng lên đến 20% ở an toàn mạng. Điều này lộ rõ hạn chế lớn của truyền thông hiện nay: thường tập trung vào kỹ thuật và tiện ích bề mặt mà thiếu chiều sâu định hướng đạo đức số, nhận thức về rủi ro lừa đảo trực tuyến hay ứng xử văn minh trên mạng xã hội. Kết quả khảo sát này tương đồng với các nghiên cứu quốc gia gần đây, nơi an toàn số vẫn là điểm yếu phổ biến do truyền thông chưa đủ mạnh mẽ và liên tục trong việc cảnh báo, giáo dục hành vi. Tổng thể, bảng trên khẳng định truyền thông đã thành công ở vai trò cung cấp thông tin và kỹ năng cơ bản nhưng cần chuyển hướng chiến lược sang nội dung chất lượng cao hơn về đạo đức số và kỹ năng phản biện thông tin để nâng tỷ lệ hài lòng toàn diện lên trên 75%. Việc cải thiện các yếu tố này không chỉ nâng cao năng lực số mà còn góp phần hình thành văn hóa số lành mạnh, giảm thiểu rủi ro xã hội số, đồng thời đáp ứng yêu cầu của khung năng lực số cho người học theo Thông tư 02/2025/TT-BGDĐT (Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2025), hướng tới một thể hệ GV và SV tự tin, có trách nhiệm trong môi trường số.

Bảng 3: Khó khăn gặp phải trong phát triển năng lực số do thiếu truyền thông hiệu quả

| Khó khăn                             | Tỷ lệ gặp thường xuyên (%) | Tỷ lệ thỉnh thoảng (%) | Tỷ lệ ít gặp (%) | Tỷ lệ không gặp (%) |
|--------------------------------------|----------------------------|------------------------|------------------|---------------------|
| Thiếu thông tin hướng dẫn kỹ năng số | 40                         | 35                     | 20               | 5                   |
| Khó nhận diện tin giả                | 45                         | 30                     | 20               | 5                   |
| Giảm tương tác thực tế               | 38                         | 40                     | 15               | 7                   |
| Khoảng cách số (thiết bị, mạng)      | 42                         | 30                     | 20               | 8                   |
| Giảm động lực học tập số             | 35                         | 35                     | 25               | 5                   |

Nguồn: Khảo sát 250 người (2023-2025)

Bảng 3 tập trung làm rõ các rào cản chính mà GV và SV gặp phải trong quá trình phát triển năng lực số, nhấn mạnh vai trò then chốt của truyền thông trong việc giảm thiểu những khó khăn này. Khó khăn nổi bật nhất là khó nhận diện tin giả với 75% gặp thường xuyên hoặc thỉnh thoảng, phản ánh sự thiếu hụt các chiến dịch truyền thông chuyên sâu về tư duy phản biện và kiểm chứng thông tin trong bối cảnh thông tin số tràn lan hậu Covid-19. Tiếp theo là khoảng cách số (thiết bị, mạng) ảnh hưởng 72%, cho thấy truyền thông chưa đủ hiệu quả trong việc hướng dẫn tiếp cận công nghệ giá rẻ hoặc chương trình hỗ trợ thiết bị cho nhóm yếu thế, dẫn đến bất bình đẳng số vẫn tồn tại giữa thành thị và nông thôn, giữa SV giàu và nghèo. Thiếu thông tin hướng dẫn kỹ năng số (75%) và giảm tương tác thực tế (78%) cũng là những vấn đề lớn, chứng tỏ các kênh truyền thông thường mang tính một chiều, thiếu nội dung thực hành cụ thể hoặc cơ hội tương tác hai chiều như workshop trực tiếp kết hợp trực

tuyến. Giảm động lực học tập số (70%) càng làm trầm trọng thêm khi môi trường truyền thông chưa tạo được sức hút lâu dài, thiếu câu chuyện thành công hoặc yếu tố gamification để khuyến khích học tập liên tục. Dữ liệu này phù hợp với các báo cáo chuyển đổi số giáo dục Việt Nam giai đoạn 2023-2025, nơi nhấn mạnh khoảng cách số và an toàn mạng là hai thách thức lớn nhất. Tổng thể, số liệu ở bảng này khẳng định rằng thiếu truyền thông hiệu quả, đa chiều và liên tục chính là nguyên nhân gốc rễ khiến năng lực số phát triển chậm, đặc biệt ở khía cạnh an toàn và đạo đức. Để khắc phục cần chuyển từ truyền thông thông tin sang truyền thông hành vi, tích hợp nội dung thực tiễn, cá nhân hóa và kết hợp đa kênh (trực tuyến lẫn trực tiếp) nhằm giảm tỷ lệ gặp khó khăn xuống dưới 50% trong các khía cạnh then chốt. Việc giải quyết những rào cản này không chỉ nâng cao năng lực số mà còn thúc đẩy văn hóa số công bằng, an toàn, góp phần thực hiện thành công Chương trình Chuyển đổi số quốc gia trong lĩnh vực giáo dục.

*Bảng 4: So sánh kỹ năng số giữa trước và sau các chiến dịch truyền thông*

| Kỹ năng                         | Trước chiến dịch (%) | Sau chiến dịch (%) | Chênh lệch (%) |
|---------------------------------|----------------------|--------------------|----------------|
| Sử dụng công cụ số cơ bản       | 70                   | 85                 | +15            |
| Giao tiếp và hợp tác trực tuyến | 65                   | 82                 | +17            |
| Sáng tạo nội dung số            | 55                   | 75                 | +20            |
| An toàn và đạo đức số           | 50                   | 68                 | +18            |

*Nguồn: Phỏng vấn và tự đánh giá (2025)*

Bảng 4 mang tính so sánh trực quan và thuyết phục nhất khi chứng minh tác động tích cực rõ rệt của các chiến dịch truyền thông đến sự phát triển kỹ năng số cụ thể, với mức chênh lệch dương ở tất cả các lĩnh vực. Kỹ năng sáng tạo nội dung số tăng mạnh nhất +20% (từ 55% lên 75%), cho thấy truyền thông qua ví dụ thực tiễn, hướng dẫn công cụ như Canva, Adobe Spark hay AI hỗ trợ đã khơi dậy khả năng tạo lập nội dung, từ bài giảng số đến infographic, rất phù hợp với vai trò của GV và SV trong môi trường giáo dục số. Giao tiếp và hợp tác trực tuyến tăng +17% (từ 65% lên 82%), phản ánh hiệu quả của các nền tảng như Teams, Miro hay Discord được truyền thông rộng rãi, giúp duy trì tương tác nhóm và giảm cảm giác cô lập hậu đại dịch. Sử dụng công cụ số cơ bản tăng +15%, chứng tỏ các hướng dẫn cơ bản qua video, webinar đã củng cố nền tảng kỹ thuật nhanh chóng. Đặc biệt, an toàn và đạo đức số tăng +18% (từ 50% lên 68%) là dấu hiệu tích cực, cho thấy một số chiến dịch gần đây về nhận diện tin giả, bảo mật dữ liệu đã bắt đầu mang lại kết quả, dù vẫn là lĩnh vực yếu nhất. Sự chênh lệch đồng đều và dương ở tất cả kỹ năng khẳng định truyền thông không chỉ nâng cao kỹ năng mà còn tạo động lực học tập liên tục. Dữ liệu này phù hợp với xu hướng quốc gia theo khung DigComp và Thông tư 02/2025/TT-BGDĐT, nơi nhấn mạnh sự tiến bộ sau đào tạo truyền thông. Tuy nhiên, mức đạt sau chiến dịch vẫn chưa đạt 90% ở một số kỹ năng, đặc biệt an toàn số, cho thấy cần các chiến dịch sâu hơn, dài hạn và đánh giá định kỳ (Nguyễn Trọng Nghi, Nguyễn Khắc Trung, 2025). Như vậy, số liệu ở bảng đã củng cố vai trò quyết định của truyền thông như công cụ thúc đẩy thay đổi hành vi và kỹ năng, từ mức trung bình lên khá, là nền tảng để xây dựng nguồn nhân lực số chất lượng cao, sẵn sàng cho kỷ nguyên số hóa giáo dục Việt Nam.

## **2.2. Vai trò của truyền thông đến năng lực số và văn hóa số**

Truyền thông đóng vai trò trung tâm và quyết định trong việc thúc đẩy năng lực số cũng như hình thành văn hóa số cho GV và SV tại các trường đại học Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số quốc gia được đẩy mạnh theo Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến 2030 (Thủ tướng Chính phủ, 2020) và các chính sách hậu Covid-19. Với sự bùng nổ của các nền tảng số, truyền thông không chỉ là kênh cung cấp thông tin mà còn là công cụ giáo dục, định hướng nhận thức, thay đổi hành vi và xây dựng môi trường số lành mạnh. Trong giai đoạn hậu đại dịch, khi học tập và giảng dạy trực tuyến trở thành xu hướng tất yếu, truyền thông đã giúp phổ biến rộng rãi các khái niệm năng lực số theo khung DigComp (bao gồm thông tin và dữ liệu, giao tiếp và hợp tác, sáng tạo nội dung, an toàn và giải quyết vấn đề), đồng thời lan tỏa giá trị văn hóa số như trách nhiệm, tôn trọng

và đạo đức trực tuyến. Các chiến dịch truyền thông quốc gia như “Bình dân học vụ số” hay các chương trình nội bộ trường đại học (webinar, infographic trên fanpage, mạng xã hội) đã tạo điều kiện linh hoạt tiếp cận kiến thức số, giúp GV và SV học ở mọi lúc, mọi nơi mà không bị ràng buộc bởi không gian vật lý. Điều này đặc biệt hữu ích cho SV ở vùng sâu, vùng xa hoặc GV bận rộn với nghiên cứu, cho phép họ tự học qua các tài liệu số phong phú từ YouTube, Google for Education hay các nền tảng LMS nội bộ. Truyền thông còn thúc đẩy mạnh mẽ kỹ năng tự học và sáng tạo nội dung số, khi GV có thể sản xuất video bài giảng, podcast hoặc infographic để minh họa bài giảng, trong khi SV được khuyến khích tạo nội dung sáng tạo như video TikTok giáo dục hoặc bài viết trên Behance, từ đó phát triển tư duy phản biện và khả năng biểu đạt số. Hợp tác trực tuyến cũng được nâng cao nhờ truyền thông quảng bá các công cụ như Microsoft Teams, Discord hay Miro, giúp hình thành nhóm học tập ảo, thảo luận nhóm và chia sẻ ý tưởng realtime, giảm cảm giác cô lập hậu đại dịch. Quan trọng hơn, truyền thông góp phần xây dựng văn hóa số lành mạnh bằng cách khuyến khích ứng xử văn minh trên mạng, chia sẻ trách nhiệm thông tin và giảm lan truyền tin giả thông qua các chiến dịch cảnh báo, hướng dẫn kiểm chứng nguồn tin. Tiết kiệm chi phí di chuyển, in ấn và mở rộng cộng đồng số là những lợi ích nổi bật, khi truyền thông kết nối GV - SV với chuyên gia quốc tế, doanh nghiệp công nghệ, tạo cơ hội học hỏi liên tục và xây dựng mạng lưới chuyên môn. Truyền thông đã chuyển từ vai trò thông tin thụ động sang công cụ chủ động thúc đẩy thay đổi hành vi, giúp nâng cao năng lực số trung bình từ mức cơ bản lên khá (theo khảo sát 2024-2025), đồng thời hình thành văn hóa số tích cực, góp phần thực hiện mục tiêu quốc gia về nguồn nhân lực số chất lượng cao, sẵn sàng cho nền kinh tế số và xã hội số bền vững tại Việt Nam.

### 2.2.1. Những điểm tích cực

Những điểm tích cực của truyền thông trong thúc đẩy năng lực số và văn hóa số là rất rõ nét và đa chiều, mang lại lợi ích thiết thực cho cả GV và SV trong bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ hậu Covid-19. Trước hết, truyền thông mang lại sự linh hoạt chưa từng có trong tiếp cận kiến thức số, thông qua các định dạng đa phương tiện như webinar tương tác, infographic dễ hiểu, video ngắn trên mạng xã hội (TikTok, YouTube) và các nền tảng học tập mở. Điều này cho phép GV và SV học tập ở mọi lúc, mọi nơi phù hợp với lịch trình cá nhân, đặc biệt hữu ích cho SV làm thêm hoặc GV kiêm nhiệm nghiên cứu. Các chiến dịch truyền thông đã thúc đẩy kỹ năng tự học một cách mạnh mẽ khi người dùng phải chủ động tìm kiếm, đánh giá và tổng hợp thông tin từ nguồn số đa dạng, từ đó phát triển tư duy phản biện và khả năng học tập suốt đời - yếu tố cốt lõi trong khung năng lực số quốc gia. Sáng tạo nội dung số cũng được khơi dậy đáng kể, với GV sản xuất bài giảng video, podcast hoặc mô phỏng 3D để minh họa khái niệm phức tạp, trong khi SV được khuyến khích tạo nội dung sáng tạo như infographic nghiên cứu, video TikTok giáo dục hoặc portfolio số trên Behance, giúp nâng cao kỹ năng biểu đạt và sáng tạo - những phẩm chất cần thiết cho công dân số trong kỷ nguyên AI. Hợp tác trực tuyến được truyền thông quảng bá rộng rãi qua các công cụ như Microsoft Teams, Discord, Zoom hay Google Workspace, tạo điều kiện cho thảo luận nhóm, dự án liên ngành và chia sẻ ý tưởng realtime, từ đó xây dựng văn hóa hợp tác số, giảm khoảng cách địa lý và tăng cường gắn kết cộng đồng học thuật. Truyền thông còn đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng văn hóa số lành mạnh, bằng cách lan tỏa các thông điệp về ứng xử văn minh trực tuyến, tôn trọng bản quyền, chia sẻ trách nhiệm thông tin và giảm thiểu tin giả qua các chiến dịch “Công dân số văn minh” hoặc hướng dẫn kiểm chứng nguồn tin. Những hoạt động này không chỉ nâng cao nhận thức mà còn hình thành thói quen hành vi tích cực, góp phần giảm rủi ro lừa đảo trực tuyến và lan truyền thông tin sai lệch. Tiết kiệm chi phí di chuyển, in ấn tài liệu và mở rộng cộng đồng số là lợi ích kinh tế - xã hội nổi bật, đặc biệt hậu đại dịch, khi truyền thông kết nối GV - SV với chuyên gia toàn cầu, doanh nghiệp công nghệ và các nền tảng mở, tạo cơ hội học hỏi liên tục, trao đổi kinh nghiệm và xây dựng mạng lưới chuyên môn rộng lớn. Tổng thể, những điểm tích cực này đã góp phần nâng cao năng lực số trung bình (theo khảo sát 2025 đạt 3.2-3.7/5), thúc đẩy sáng tạo và hợp tác, đồng thời định hình văn hóa số tích cực, chuẩn bị cho GV và SV trở thành lực lượng nòng cốt trong nền kinh tế số Việt Nam, phù hợp với định hướng chiến lược quốc gia về chuyển đổi số giáo dục đến năm 2030.

### 2.2.2. Những hạn chế

Mặc dù mang lại nhiều lợi ích, truyền thông trong việc thúc đẩy năng lực số và văn hóa số vẫn tồn tại những hạn chế nghiêm trọng, ảnh hưởng đến hiệu quả và tính bền vững của quá trình chuyển đổi số giáo dục đại học Việt Nam. Hạn chế lớn nhất là thiếu chiều sâu trong đào tạo an toàn số và đạo đức số, khi nhiều chiến dịch truyền thông chỉ dừng ở mức cung cấp thông tin bề mặt, hướng dẫn kỹ thuật cơ bản mà chưa đi sâu vào kỹ năng nhận diện lừa đảo trực tuyến, bảo vệ dữ liệu cá nhân hay ứng xử đạo đức trên mạng xã hội. Điều này dẫn đến tình trạng GV và SV dễ bị lừa đảo phishing, lan truyền thông tin sai lệch hoặc vi phạm bản quyền mà không nhận thức đầy đủ hậu quả, đặc biệt trong bối cảnh tin giả và deepfake ngày càng phổ biến hậu Covid-19. Truyền thông đôi khi mang tính bề nổi, tập trung vào quảng bá công cụ và lợi ích tiện lợi mà thiếu nội dung tương tác thực tế, thực hành cụ thể, gây giảm động lực học tập lâu dài khi người dùng chỉ tiếp nhận thụ động thay vì trải nghiệm chủ động. Khoảng cách số giữa các nhóm đối tượng giàu nghèo, thành thị, nông thôn, GV trẻ và lớn tuổi cũng làm giảm hiệu quả truyền thông, vì nhiều SV ở vùng sâu, vùng xa hoặc GV lớn tuổi gặp khó khăn về thiết bị, kết nối mạng yếu, dẫn đến bất bình đẳng tiếp cận thông tin số và kỹ năng. Vấn đề mạng Internet không ổn định, đặc biệt ở khu vực ngoại ô hoặc ký túc xá thường gây gián đoạn webinar, làm mất cơ hội học tập realtime và giảm sự hứng thú. Phản hồi từ truyền thông chậm trễ hoặc thiếu cá nhân hóa cũng là hạn chế lớn khi các chiến dịch đại chúng khó đáp ứng nhu cầu riêng biệt của từng cá nhân, dẫn đến việc áp dụng kỹ năng số không đồng đều và phát triển không bền vững. Một số nội dung truyền thông chưa đủ hấp dẫn, thiếu yếu tố gamification hoặc câu chuyện thực tiễn thành công, khiến SV và GV dễ chán nản, procrastination trong việc nâng cao năng lực số. Những hạn chế này không chỉ làm chậm tiến độ đạt chuẩn năng lực số theo khung quốc gia mà còn ảnh hưởng lâu dài đến khả năng cạnh tranh của nguồn nhân lực, khi nhà tuyển dụng ngày càng đòi hỏi kỹ năng số toàn diện, bao gồm an toàn và đạo đức. Như vậy, các hạn chế lộ rõ nhu cầu chuyển từ truyền thông thông tin sang truyền thông hành vi, sâu sắc và cá nhân hóa hơn để khắc phục khoảng cách số, nâng cao động lực và đảm bảo phát triển bền vững văn hóa số trong giáo dục đại học Việt Nam.

### 2.3. Đề xuất một số kiến nghị, giải pháp

Để khắc phục hạn chế và phát huy tối đa vai trò của truyền thông trong thúc đẩy năng lực số và văn hóa số cần triển khai hệ thống giải pháp đồng bộ, dài hạn, tập trung vào mô hình kết hợp, đầu tư hạ tầng, đào tạo con người và xây dựng cộng đồng. Thứ nhất, áp dụng rộng rãi mô hình truyền thông kết hợp (blended communication) với tỷ lệ hợp lý khoảng 60% trực tuyến (chiến dịch trên mạng xã hội, webinar, infographic, video ngắn) và 40% trực tiếp (workshop thực hành, hội thảo trải nghiệm, buổi chia sẻ trực tiếp), giúp cân bằng giữa linh hoạt và tương tác sâu, đảm bảo tiếp cận rộng rãi đồng thời tạo cơ hội thực hành kỹ năng số thực tế. Nhà trường cần đầu tư mạnh mẽ hạ tầng số, hợp tác với các nền tảng lớn như Google for Education, Microsoft Education hay Adobe để cung cấp tài khoản miễn phí hoặc ưu đãi, đồng thời xây dựng hệ thống LMS nội bộ mạnh mẽ, kết nối Internet tốc độ cao toàn trường và hỗ trợ thiết bị cho nhóm yếu thế (vay mượn laptop, bảng vẽ số). Đào tạo và nâng cao năng lực cho GV là yếu tố then chốt, biến họ thành “digital mentor” bằng cách tổ chức các khóa bồi dưỡng định kỳ về phương pháp truyền thông số, sử dụng AI hỗ trợ (như Adobe Sensei, ChatGPT cho thiết kế bài giảng), công cụ tương tác (Mentimeter, Kahoot, Miro) và kỹ năng an toàn số, giúp GV dẫn dắt SV hiệu quả hơn. Xây dựng cộng đồng số bền vững là giải pháp quan trọng, với việc lập server Discord chính thức của khoa, diễn đàn LMS, nhóm Facebook kín hoặc kênh Telegram để SV và GV chia sẻ tài nguyên, critique lẫn nhau, tổ chức buổi share kinh nghiệm 24/7, mời cựu SV hoặc chuyên gia giao lưu, từ đó giảm cảm giác cô lập và tăng động lực học tập (Phan Thị Mai Trâm, Tiêu Bách San, 2023). Triển khai chiến dịch truyền thông liên tục, chuyên sâu về an toàn mạng, đạo đức số và nhận diện tin giả, kết hợp với nội dung hấp dẫn (video ngắn, infographic, gamification) và đánh giá định kỳ qua khảo sát, phân tích dữ liệu để điều chỉnh kịp thời. Tăng cường kết nối với doanh nghiệp qua các dự án thực tế số (live project, internship trực tuyến), cuộc thi sáng tạo nội dung số hoặc hackathon, giúp SV áp dụng kỹ năng vào thực tiễn và xây dựng portfolio chuyên nghiệp. Các giải pháp cần được triển khai đồng bộ với

lộ trình rõ ràng, có sự cam kết từ lãnh đạo nhà trường, phân bổ ngân sách và đánh giá hiệu quả hàng năm qua chỉ số năng lực số, mức độ hài lòng và tỷ lệ áp dụng thực tế. Chỉ khi kết hợp hài hòa giữa công nghệ, con người và truyền thông chiến lược, năng lực số và văn hóa số mới được nâng cao bền vững, góp phần xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số giáo dục Việt Nam đến năm 2030 và xa hơn (Phạm Thùy Chi, 2025).

### 3. Kết luận

Qua phân tích vai trò đa chiều của truyền thông đối với năng lực số và văn hóa số cho GV và SV có thể khẳng định rằng truyền thông là yếu tố quyết định trong việc thúc đẩy chuyển đổi số giáo dục đại học Việt Nam, mang lại sự linh hoạt tiếp cận kiến thức, thúc đẩy tự học, sáng tạo nội dung và hợp tác trực tuyến, đồng thời góp phần hình thành văn hóa số lành mạnh, trách nhiệm và văn minh. Những lợi ích này đã giúp nâng cao năng lực số trung bình, mở rộng cộng đồng học thuật và chuẩn bị nguồn nhân lực cho nền kinh tế số hậu Covid-19. Tuy nhiên, truyền thông vẫn lộ rõ hạn chế về chiều sâu an toàn số, đạo đức số, tương tác thực tế và khoảng cách số, khiến quá trình phát triển chưa đạt mức tối ưu, dễ dẫn đến rủi ro lừa đảo, tin giả và bất bình đẳng. Trong bối cảnh chuyển đổi số là xu thế không thể đảo ngược theo Chương trình quốc gia đến 2025-2030 và các định hướng mới nhất năm 2025-2026, việc duy trì truyền thông thuần túy đại chúng sẽ không đủ, thay vào đó cần chuyển sang mô hình truyền thông kết hợp (blended), đầu tư mạnh mẽ hạ tầng số (hợp tác Google, Microsoft), đào tạo GV thành digital mentor và xây dựng cộng đồng số bền vững (Discord, diễn đàn LMS). Các chiến dịch cần tập trung vào an toàn mạng, đạo đức số, cá nhân hóa nội dung và kết nối doanh nghiệp để tạo động lực lâu dài. Chỉ khi thực hiện đồng bộ các giải pháp này, với đánh giá định kỳ và cam kết từ lãnh đạo, GV và SV mới sở hữu năng lực số toàn diện, văn hóa số tích cực, tự tin tham gia môi trường số toàn cầu, góp phần phát triển bền vững giáo dục Việt Nam, xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao, “vừa hồng vừa chuyên”, đáp ứng yêu cầu cạnh tranh ở khu vực và quốc tế trong kỷ nguyên số hóa.

#### Tài liệu tham khảo

- Bộ Giáo dục và Đào tạo (2024). *Báo cáo chuyển đổi số giáo dục*, tr. 10-20.
- Bộ Giáo dục và Đào tạo (2025). *Thông tư số 02/2025/TT-BGDĐT*, ngày 24/01/2025 quy định khung năng lực số cho người học.
- Nguyễn Minh Thơ (2025). Thực trạng và yêu cầu phát triển năng lực số trong môi trường giáo dục đại học ở Việt Nam. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội*, số đặc biệt 7A, tháng 10, tr. 730-739.
- Nguyễn Trọng Nghi, Nguyễn Khắc Trung (2025). Năng lực số của giảng viên và sinh viên Trường Cao đẳng Sư phạm Kiên Giang: Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội*, số đặc biệt 7A, tháng 10, tr. 759-766.
- Phan Thị Mai Trâm, Tiêu Bách San (2023). 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, tháng 9, tr. 139-146.
- Phạm Thùy Chi (2025). Giải pháp nâng cao năng lực số. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 2 tháng 1, tr. 50-56.
- Thủ tướng Chính phủ (2020). *Quyết định số 749/QĐ-TTg*, ngày 03/06/2020 phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.