

TÁC ĐỘNG CỦA HỌC TẬP TRẢI NGHIỆM ĐẾN NĂNG LỰC TÁC NGHIỆP TRUYỀN THÔNG CỦA SINH VIÊN: NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM

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

Nhận bài ngày 12/11/2025. Sửa chữa xong 27/12/2025. Duyệt đăng 09/01/2026.

Abstract

This study examines the impact of experiential learning on the media practice competence of students at Dai Nam University in the context of the rapid expansion of multi-platform media. Grounded in Dewey's educational philosophy and Kolb's experiential learning cycle, the research emphasizes the integration of experience with reflection and continuous improvement. A survey of 120 students from the Faculty of Communication reveals that although students demonstrate strong access to digital platforms, their professional process-oriented competence remains limited, particularly in content production, the use of specialized tools, performance measurement, and engagement in real-world projects. Based on these findings, the paper outlines several experiential learning practices implemented at Dai Nam University, including strengthening practice-based tasks within courses, expanding authentic projects in collaboration with industry partners, and developing a digital learning environment that facilitates feedback and iterative refinement of student products.

Keywords: Communication, competence, experiential learning, learning, media practice competence, students.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh chuyển đổi số và sự phát triển nhanh của truyền thông đa nền tảng, yêu cầu đối với nguồn nhân lực ngành Truyền thông ngày càng nhấn mạnh năng lực tác nghiệp thực tiễn như: khai thác - xử lý thông tin, sản xuất nội dung đa phương tiện, vận hành công cụ số, phối hợp làm việc nhóm và tuân thủ chuẩn mực nghề nghiệp. Ở tầm vĩ mô, Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 cũng đặt ra yêu cầu phát triển kỹ năng số cho xã hội và nguồn nhân lực, qua đó thúc đẩy giáo dục đại học đổi mới phương thức đào tạo theo hướng gắn với thực tiễn [5].

Trong đào tạo báo chí - truyền thông, nhiều cơ sở đã chuyển hướng tiếp cận năng lực và tăng cường gắn kết thị trường lao động. Tuy nhiên, vẫn tồn tại khoảng cách giữa nội dung học tập trên lớp với yêu cầu tác nghiệp thực tế; sinh viên (SV) có thể nắm kiến thức nhưng chưa làm chủ quy trình sản xuất sản phẩm truyền thông, nhất là trước biến đổi nhanh của công nghệ và nền tảng số. Vì vậy, cần có phương thức tổ chức dạy học giúp người học, học thông qua làm, tích lũy trải nghiệm nghề nghiệp ngay trong quá trình đào tạo. Trong các tiếp cận dạy học tích cực, học tập trải nghiệm (HTTN) được xem là phù hợp với ngành truyền thông vì nhấn mạnh sự tham gia trực tiếp của người học, kết hợp phản tư và vận dụng vào bối cảnh mới. Dewey (1938) khẳng định trải nghiệm chỉ có giá trị giáo dục khi người học được suy ngẫm để rút ra ý nghĩa hành động [2]. Kolb (1984) phát triển chu trình HTTN gồm: trải nghiệm cụ thể, quan sát - phản tư, khái quát hóa và thử nghiệm [4]. Từ đó, bài viết tập trung khảo sát và phân tích tác động của HTTN đến năng lực tác nghiệp truyền thông của SV tại Trường Đại học Đại Nam, đồng thời đề xuất một số hàm ý nhằm nâng cao hiệu quả tổ chức dạy học theo hướng trải nghiệm, đáp ứng

Email: hadtt.pr@dainam.edu.vn

yêu cầu nghề nghiệp trong môi trường số.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận về học tập trải nghiệm và phát triển năng lực tác nghiệp truyền thông của sinh viên ngành Truyền thông

2.1.1. Khái niệm học tập trải nghiệm

Học tập trải nghiệm được hiểu là cách tiếp cận dạy học trong đó giảng viên (GV) tổ chức cho người học tham gia trực tiếp vào trải nghiệm, kết hợp phản tư có định hướng để tăng tri thức, phát triển kỹ năng, làm rõ giá trị và năng lực đóng góp cho cộng đồng [1]. Ở góc nhìn nền tảng, Dewey nhấn mạnh trải nghiệm chỉ có ý nghĩa giáo dục khi người học gắn trải nghiệm với suy ngẫm để hình thành hiểu biết mới và định hướng hành động tiếp theo [2]. Tiếp cận này được Kolb hệ thống hóa thành chu trình HTTN gồm: trải nghiệm cụ thể - quan sát/phản tư - khái quát hóa - thử nghiệm; trong đó tri thức được tạo ra thông qua sự chuyển hóa trải nghiệm [4].

Từ các quan niệm trên cho thấy, trong bài viết này, HTTN được hiểu là quá trình tổ chức dạy học tạo cơ hội để SV tham gia các hoạt động gắn với thực tiễn nghề truyền thông (dự án, mô phỏng, sản xuất sản phẩm, đi hiện trường, thực tập...), có phản tư và đánh giá nhằm phát triển năng lực tác nghiệp.

2.1.2. Khái niệm năng lực tác nghiệp truyền thông của sinh viên

Năng lực tác nghiệp truyền thông có thể tiếp cận theo hướng năng lực thực hành nghề, thể hiện ở khả năng thực hiện hiệu quả các nhiệm vụ truyền thông trong bối cảnh cụ thể, gồm: khai thác thông tin, xử lý - kiểm chứng, sản xuất nội dung, tổ chức truyền tải và tuân thủ chuẩn mực nghề nghiệp.

Trong đào tạo báo chí - truyền thông, UNESCO đã nhấn mạnh các năng lực nền tảng cần hình thành cho người học như: kỹ năng nghiệp vụ (thu thập, xử lý, sản xuất tin/bài), hiểu biết xã hội, tư duy phản biện, và trách nhiệm/đạo đức nghề nghiệp [6].

Trong môi trường số, năng lực tác nghiệp truyền thông gắn chặt với khả năng giao tiếp và tạo lập nội dung trên nền tảng số. Theo JISC, truyền thông số là bất kỳ hình thức giao tiếp nào sử dụng phương tiện và mạng kỹ thuật số (nhắn tin tức thời, video trực tuyến, chia sẻ hình ảnh trên mạng xã hội...) [3]. Đồng thời, UNESCO-UNEVOC xem năng lực số bao gồm khả năng tiếp cận, đánh giá, và giao tiếp hiệu quả trong bối cảnh chịu ảnh hưởng bởi công nghệ [8].

Như vậy, năng lực tác nghiệp truyền thông của SV trong nghiên cứu này được hiểu là năng lực thực hiện quy trình truyền thông (từ thu thập thông tin đến sản xuất - truyền tải - đánh giá hiệu quả) trên nền tảng truyền thông hiện đại, đáp ứng yêu cầu nghề nghiệp và chuẩn mực đạo đức.

2.1.3. Vai trò của học tập trải nghiệm trong phát triển năng lực tác nghiệp truyền thông và yêu cầu trong bối cảnh số

Học tập trải nghiệm giúp rút ngắn khoảng cách giữa lý thuyết và thực hành. Khi SV tham gia dự án/sản xuất sản phẩm thật, năng lực tác nghiệp được hình thành thông qua hành động nghề và điều chỉnh sau phản tư [2], [4].

Học tập trải nghiệm tạo điều kiện phát triển năng lực quy trình (tác nghiệp theo chuỗi công việc). Với ngành truyền thông, năng lực không nằm ở một kỹ năng đơn lẻ mà nằm ở việc phối hợp nhiều khâu: lập kế hoạch - sản xuất - phân phối - đo lường - tối ưu. Điều này phù hợp tinh thần chuẩn năng lực đào tạo báo chí - truyền thông mà UNESCO gợi mở trong khung chương trình [6].

Trong bối cảnh truyền thông số, HTTN giúp SV thích ứng công nghệ và môi trường đa nền tảng. Năng lực “làm truyền thông” hiện nay gắn với giao tiếp số, hợp tác số và tham gia vào không gian truyền thông kỹ thuật số [9], [3].

Từ đó, để HTTN thực sự tác động tích cực đến năng lực tác nghiệp truyền thông cần chú ý một số yêu cầu: Thiết kế nhiệm vụ gắn thực tiễn nghề (dự án thật, tình huống thật, sản phẩm thật), có tiêu chí rõ ràng; Bảo đảm chu trình trải nghiệm - phản tư - cải tiến thay vì chỉ “làm cho xong” [1], [4]. Đánh giá theo năng lực dựa trên cả sản phẩm và quá trình (kế hoạch, phối hợp nhóm, tiến độ, mức độ đáp ứng công chúng mục tiêu); Tăng liên kết nhà trường - doanh nghiệp/đơn vị truyền thông để SV trải nghiệm

đúng chuẩn nghề; Tích hợp yêu cầu năng lực số (giao tiếp số, tạo nội dung số, an toàn và trách nhiệm trong môi trường số) [7].

2.2. Thực trạng học tập trải nghiệm và năng lực tác nghiệp truyền thông của sinh viên Trường Đại học Đại Nam

Để đánh giá thực trạng HTTN và mức độ hình thành năng lực tác nghiệp truyền thông của SV Trường Đại học Đại Nam, tác giả tiến hành khảo sát 120 SV Khoa Truyền thông từ tháng 10 đến tháng 12 năm 2025 bằng bảng hỏi kết hợp phỏng vấn sâu. Dữ liệu định lượng được xử lý bằng thống kê mô tả; dữ liệu định tính được mã hóa, phân loại và tổng hợp theo chủ đề nhằm xác định các xu hướng nổi bật và đối chiếu với kết quả khảo sát cho thấy:

Trải nghiệm sử dụng mạng xã hội phổ biến nhưng trải nghiệm “tác nghiệp sản xuất” còn hạn chế. Có 68% SV cho biết sử dụng thành thạo các nền tảng phổ biến như Facebook, Instagram, TikTok và Zalo để giao tiếp, chia sẻ thông tin và theo dõi xu hướng. Tuy nhiên, khi chuyển sang các nhiệm vụ mang tính tác nghiệp nghề nghiệp như xây dựng nội dung theo mục tiêu, sản xuất video/infographic/tin bài hoặc triển khai chiến dịch truyền thông trên nền tảng số, chỉ 35% SV tự đánh giá đạt mức khá trở lên. Điều này cho thấy khoảng cách giữa trải nghiệm sử dụng nền tảng và trải nghiệm thực hành tác nghiệp theo quy trình.

Mức độ được “trải nghiệm công cụ chuyên môn” trong học phần còn thấp. Chỉ 22% SV cho biết từng được học hoặc thực hành với các công cụ thiết kế và dựng sản phẩm như Adobe Illustrator, Photoshop, Premiere hoặc các công cụ phổ biến như CapCut trong các học phần chính khóa. Phần lớn còn lại chủ yếu tự học qua nguồn trực tuyến, học từ bạn bè hoặc chưa tiếp cận. Kết quả này phản ánh trải nghiệm công cụ trong đào tạo chưa đồng đều, làm giảm cơ hội rèn luyện thao tác nghề một cách bài bản.

Hoạt động trải nghiệm theo “lộ trình nghề” chưa rõ ràng, thiếu định hướng tác nghiệp chuyên sâu. Qua phỏng vấn sâu, nhiều SV cho biết chưa nhận được tư vấn cụ thể về lộ trình phát triển năng lực theo các hướng nghề như: sản xuất nội dung đa nền tảng, truyền thông xã hội, báo chí dữ liệu, quản trị nội dung hoặc truyền thông thương hiệu cá nhân. Một số SV bày tỏ nhu cầu được tham gia nhiều hơn các hoạt động trải nghiệm dạng dự án có người hướng dẫn chuyên môn đồng hành, đồng thời được hỗ trợ xây dựng hồ sơ năng lực tác nghiệp phục vụ thực tập và việc làm.

Năng lực đo lường - đánh giá hiệu quả truyền thông chưa hình thành vững. Chỉ 18% SV cho rằng có thể sử dụng các chỉ số như lượng tiếp cận, mức độ tương tác hoặc tỷ lệ chuyển đổi để phân tích hiệu quả truyền thông. Phần lớn SV mới dừng ở việc quan sát lượt thích/lượt xem, chưa thực sự làm chủ các kĩ năng đọc dữ liệu và sử dụng công cụ phân tích như Facebook Insights, Google Analytics hoặc các nền tảng thống kê khác. Đây là khoảng trống đáng chú ý vì năng lực tác nghiệp hiện nay gắn chặt với tư duy “làm - đo - tối ưu”.

Thiếu trải nghiệm dự án thực tế ngoài lớp học - điểm nghẽn trong phát triển năng lực tác nghiệp. Gần 60% SV cho biết chưa từng tham gia dự án truyền thông thực tế bên ngoài lớp học. Việc thiếu cơ hội “va chạm nghề” khiến SV khó hình thành thói quen làm việc theo nhịp độ chuyên nghiệp, hạn chế trải nghiệm phối hợp vai trò trong nhóm, đồng thời làm giảm mức độ tự tin khi xây dựng hồ sơ nghề nghiệp và 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 lợi thế về sự năng động và mức độ tiếp cận nền tảng số nhưng hoạt động HTTN và mức độ rèn luyện năng lực tác nghiệp theo quy trình nghề còn hạn chế. Thực trạng này gợi ý nhu cầu tăng cường tổ chức dạy học theo hướng trải nghiệm (dự án - mô phỏng - nhiệm vụ thật), chuẩn hóa trải nghiệm công cụ, mở rộng cơ hội tham gia dự án thực tế và xây dựng lộ trình năng lực tác nghiệp rõ ràng cho SV.

2.3. Kinh nghiệm của Trường Đại học Đại Nam trong tổ chức học tập trải nghiệm nhằm phát triển năng lực tác nghiệp truyền thông cho sinh viên

2.3.1. Tăng cường dạy học thực hành theo hướng “trải nghiệm tác nghiệp” trong học phần

Trong định hướng đào tạo gắn với thực tiễn nghề nghiệp, Khoa Truyền thông, Trường Đại học Đại Nam tạo điều kiện để SV được tác nghiệp trong môi trường mô phỏng và không gian thực hành. SV được sử dụng studio với các thiết bị phục vụ sản xuất như máy ảnh, máy quay, thu âm, phòng nền, đèn

chiếu sáng, đồng thời có các thiết bị hỗ trợ hiện trường như gimbal, chân máy, flycam, micro... Đây là cơ sở thuận lợi để tổ chức dạy học trải nghiệm, giúp SV hình thành năng lực tác nghiệp qua các nhiệm vụ gắn với công việc thực tế. Trên nền tảng đó, dạy học thực hành được triển khai theo hướng chuyển từ bài tập rời rạc sang nhiệm vụ bám sát quy trình tác nghiệp nghề. SV không chỉ thao tác công cụ mà còn thực hiện các bước như xác định mục tiêu truyền thông, lựa chọn công chúng, xây dựng nội dung, chuẩn bị thiết bị và phân công vai trò. Sau đó, SV tiến hành quay - chụp - phỏng vấn - ghi âm, sau đó xử lý hậu kỳ (dựng video, biên tập hình ảnh, thiết kế đồ họa) và hoàn thiện sản phẩm theo định dạng phù hợp để trình bày hoặc công bố trên kênh xác định. Cách tổ chức này giúp SV hình thành năng lực tác nghiệp theo chuỗi hoạt động, giảm khoảng cách giữa kiến thức và yêu cầu nghề.

Nhà trường cũng tạo điều kiện để SV thực hành sớm thông qua các hoạt động mô phỏng trong studio như “hợp báo giả định”, talkshow và tọa đàm chuyên môn. Đây là trải nghiệm có giá trị vì yêu cầu SV vận dụng đồng thời nhiều thành tố năng lực: xây dựng kịch bản, thiết kế câu hỏi, điều phối hiện trường, bố trí ánh sáng - âm thanh, ghi hình, xử lý nội dung và trình bày sản phẩm. Nhờ mô phỏng bối cảnh nghề nghiệp, SV tăng khả năng phối hợp vai trò, thích ứng điều kiện tác nghiệp và ra quyết định trong quá trình sản xuất nội dung. Bên cạnh nhiệm vụ sản phẩm, trải nghiệm tác nghiệp trong học phần được tăng cường qua phản hồi và cải tiến. SV phải thuyết minh lựa chọn nghiệp vụ, tự đánh giá điểm mạnh, hạn chế và tiếp nhận góp ý để chỉnh sửa ở phiên bản tiếp theo. Phản hồi không chỉ tập trung vào sản phẩm cuối mà còn chú ý quá trình như chuẩn bị tư liệu, phân công nhóm, tiến độ, chất lượng tác nghiệp hiện trường và kỹ thuật hậu kỳ. Đánh giá theo quá trình giúp SV rèn kỷ luật nghề nghiệp, kiểm soát chất lượng và hình thành thói quen làm việc chuyên nghiệp.

Như vậy, tăng cường dạy học thực hành theo hướng “trải nghiệm tác nghiệp” trong học phần tạo ra không gian trải nghiệm sát nghề. Nhờ thực hành theo quy trình và có cơ hội phản tư - cải tiến, SV có điều kiện nâng cao năng lực tác nghiệp truyền thông từ chuẩn bị, tác nghiệp, hậu kỳ đến trình bày sản phẩm, góp phần đáp ứng mục tiêu đào tạo gắn với thực tiễn.

2.3.2. Đẩy mạnh trải nghiệm dự án thật, cuộc thi chuyên môn và kết nối doanh nghiệp

Bên cạnh trải nghiệm được tổ chức trong học phần, Trường Đại học Đại Nam chú trọng mở rộng các hoạt động trải nghiệm ngoài lớp học nhằm tăng mức độ “va chạm nghề” cho SV ngành Truyền thông. Đây được xem là hướng đi phù hợp trong đào tạo theo tiếp cận năng lực, bởi năng lực tác nghiệp không chỉ hình thành từ việc nắm kiến thức mà còn được phát triển thông qua quá trình tham gia tình huống thực tế, xử lý nhiệm vụ có yêu cầu rõ ràng, chịu áp lực thời gian và phải tạo ra sản phẩm đáp ứng mục tiêu truyền thông. Nhờ đó, SV có điều kiện chuyển hóa tri thức học thuật thành kỹ năng nghề nghiệp và hình thành tư duy làm nghề một cách bền vững.

Trong nhóm hoạt động trải nghiệm, các cuộc thi chuyên môn được triển khai như một hình thức HTTN có tính kích hoạt cao. Khi tham gia các cuộc thi về ảnh, video, dẫn chương trình hoặc sáng tạo nội dung số, SV phải tự xác định ý tưởng, xây dựng kịch bản, lựa chọn phương án triển khai và kiểm soát chất lượng sản phẩm theo tiêu chí cụ thể. Quá trình này giúp SV rèn khả năng làm việc theo quy trình, đồng thời nâng cao tính chủ động và tinh thần chịu trách nhiệm đối với kết quả. Không gian thi đua cũng tạo động lực để người học học hỏi lẫn nhau, tự đánh giá năng lực và điều chỉnh điểm hạn chế trong quá trình tác nghiệp.

Các cuộc thi sáng tạo video hoặc hoạt động sản xuất nội dung theo chủ đề có thể xem là “bài tập tác nghiệp mở rộng”, vì yêu cầu SV thực hiện gần như đầy đủ chu trình sản xuất một sản phẩm truyền thông. SV cần trải qua các bước từ nghiên cứu đối tượng hướng đến, xác lập thông điệp, phân công vai trò trong nhóm, tổ chức quay - chụp - thu âm, đến hậu kỳ dựng phim, thiết kế hình ảnh và hoàn thiện bản xuất bản cuối cùng. Điểm quan trọng của hình thức này là tạo ra môi trường để SV rèn luyện không chỉ kỹ năng kỹ thuật mà cả kỹ năng phối hợp nhóm, quản lý tiến độ, giải quyết vấn đề phát sinh và tối ưu sản phẩm theo phản hồi. Qua mỗi dự án, SV dần hình thành “thói quen nghề” và biết cách chuẩn hóa quy trình làm việc ở mức cơ bản.

Một ưu điểm khác của trải nghiệm dự án thật là tạo điều kiện cho SV phát triển năng lực phản biện và ra quyết định nghề nghiệp. Trong quá trình làm sản phẩm, SV phải liên tục lựa chọn phương án nội

dung, cân nhắc hình thức thể hiện và đánh giá mức độ phù hợp với nền tảng truyền thông. Việc lựa chọn góc tiếp cận, cách kể chuyện, nhịp độ hay phong cách hình ảnh đều phản ánh năng lực tư duy truyền thông và khả năng thích ứng với xu hướng. Khi sản phẩm được trình bày trước giảng viên, bạn học hoặc được công bố trên môi trường số, SV tiếp nhận phản hồi thực tế, từ đó cải tiến sản phẩm và rút ra bài học kinh nghiệm cho lần tác nghiệp tiếp theo.

Song song với hoạt động trải nghiệm trong trường, kết nối doanh nghiệp được xem là kênh HTTN quan trọng giúp SV tiếp cận chuẩn nghề nghiệp và môi trường làm việc chuyên nghiệp. Các chương trình hợp tác, tham quan, thực tập, kiến tập hoặc tham gia workshop do doanh nghiệp tổ chức tạo điều kiện để SV hiểu rõ yêu cầu công việc, tiêu chuẩn sản phẩm và cách vận hành quy trình truyền thông trong thực tế. Thông qua tương tác với chuyên gia và tham gia nhiệm vụ theo bối cảnh doanh nghiệp, SV có cơ hội rèn luyện tác phong nghề nghiệp, kỹ năng giao tiếp chuyên môn, khả năng làm việc theo yêu cầu và đặc biệt là thói quen tuân thủ deadline và tiêu chuẩn chất lượng.

Việc kết hợp trải nghiệm dự án, cuộc thi chuyên môn và liên kết doanh nghiệp cũng góp phần quan trọng trong xây dựng hồ sơ năng lực của SV. Các sản phẩm được hoàn thiện qua dự án có thể trở thành minh chứng cụ thể cho năng lực tác nghiệp như viết kịch bản, quay dựng, thiết kế, tổ chức truyền thông và phối hợp nhóm. Đồng thời, những trải nghiệm này hỗ trợ SV nhận diện điểm mạnh, điểm yếu, lựa chọn hướng phát triển nghề nghiệp phù hợp và tăng sự tự tin khi tham gia thực tập hoặc ứng tuyển việc làm sau tốt nghiệp.

Như vậy, đẩy mạnh trải nghiệm dự án thật, cuộc thi chuyên môn và kết nối doanh nghiệp là giải pháp có ý nghĩa trực tiếp đối với mục tiêu phát triển năng lực tác nghiệp truyền thông của SV. Các hoạt động này không chỉ giúp SV rèn luyện kỹ năng thực hành nghề trong môi trường giàu tính thử thách, mà còn thúc đẩy hình thành tư duy làm nghề, khả năng xử lý tình huống và thích ứng với quy trình công việc theo chuẩn thị trường. Đây là nền tảng quan trọng để nâng cao chất lượng đào tạo theo hướng ứng dụng và tăng mức độ sẵn sàng nghề nghiệp cho SV ngành Truyền thông.

2.3.3. Xây dựng môi trường học tập số hỗ trợ trải nghiệm - phản hồi - cải tiến sản phẩm

Để bảo đảm hoạt động HTTN được duy trì liên tục và không bị giới hạn trong không gian lớp học truyền thống, Trường Đại học Đại Nam chú trọng xây dựng môi trường học tập số như một nền tảng hỗ trợ tổ chức dạy học hiện đại. Việc triển khai hệ thống học tập trực tuyến và các công cụ quản lý học tập góp phần mở rộng không gian trải nghiệm cho SV, tạo điều kiện để quá trình học tập diễn ra linh hoạt theo thời gian, địa điểm và tiến độ cá nhân. Điều này đặc biệt phù hợp với đào tạo ngành Truyền thông - lĩnh vực đòi hỏi người học phải thực hành thường xuyên, lặp lại thao tác và liên tục cập nhật xu hướng.

Trong môi trường đào tạo truyền thông, học tập số không chỉ đóng vai trò “đưa tài liệu lên mạng” mà quan trọng hơn là tạo ra một hệ thống hỗ trợ cho toàn bộ quy trình tác nghiệp của SV. Thông qua nền tảng trực tuyến, giảng viên (GV) có thể thiết kế nhiệm vụ học tập theo dự án, giao đề bài theo tình huống, cung cấp hướng dẫn kỹ thuật, đồng thời theo dõi tiến độ thực hiện của từng nhóm hoặc cá nhân. SV có thể nộp sản phẩm ở nhiều phiên bản, từ bản nháp đến bản hoàn thiện, giúp GV nhận diện rõ quá trình phát triển năng lực chứ không chỉ đánh giá kết quả cuối cùng. Một ưu điểm quan trọng của môi trường học tập số là tăng khả năng tổ chức phản hồi kịp thời và có hệ thống. Thay vì phản hồi rời rạc, GV có thể xây dựng tiêu chí đánh giá rõ ràng theo rubric, từ đó nhận xét cụ thể theo từng thành tố như nội dung, kỹ thuật, tính thẩm mỹ, logic truyền thông và mức độ phù hợp với công chúng mục tiêu. SV nhận phản hồi ngay trong quá trình làm sản phẩm, hiểu rõ điểm mạnh, điểm yếu và có cơ hội chỉnh sửa, tối ưu trước khi nộp bản cuối. Nhờ vậy, hoạt động phản hồi trở thành một phần của trải nghiệm học tập, góp phần hình thành thói quen làm việc chuyên nghiệp theo quy trình “làm - sửa - hoàn thiện”.

Bên cạnh phản hồi từ GV, môi trường học tập số còn tạo điều kiện thúc đẩy phản hồi ngang hàng giữa SV với SV. Khi sản phẩm được chia sẻ trong lớp học trực tuyến, SV có thể tham gia góp ý, đánh giá chéo và thảo luận về cách xử lý nội dung hoặc kỹ thuật thể hiện. Quá trình tương tác này không chỉ nâng cao tinh thần cộng tác và làm việc nhóm mà còn giúp SV hình thành năng lực phản biện, biết lập luận và bảo vệ quyết định truyền thông của mình một cách có căn cứ. Đây là năng lực quan trọng đối

với ngành Truyền thông vì sản phẩm nghề nghiệp luôn cần được giải trình, thuyết phục và điều chỉnh theo mục tiêu cụ thể.

Môi trường học tập số cũng hỗ trợ đáng kể việc lưu trữ và quản lý minh chứng năng lực tác nghiệp của SV. Các sản phẩm truyền thông, nhật ký dự án, phân công vai trò, kế hoạch nội dung, bản dựng qua các phiên bản và phản hồi đi kèm đều có thể được hệ thống hóa như một “hồ sơ học tập số”. Hồ sơ này vừa giúp SV nhìn lại tiến bộ của bản thân qua từng học phần, vừa là dữ liệu quan trọng để GV đánh giá quá trình hình thành năng lực tác nghiệp một cách khách quan. Đồng thời, với SV ngành Truyền thông, việc tích lũy sản phẩm và minh chứng theo hệ thống cũng là tiền đề để xây dựng hồ sơ cá nhân phục vụ thực tập và tuyển dụng. Đặc biệt, trong dạy học theo hướng trải nghiệm, môi trường số tạo điều kiện để triển khai hoạt động cải tiến sản phẩm theo vòng lặp. SV không chỉ hoàn thành một lần rồi kết thúc mà được khuyến khích tối ưu sản phẩm nhiều lượt dựa trên phản hồi và dữ liệu tiếp nhận. Với các nội dung đăng tải thử nghiệm trên nền tảng số, SV có thể quan sát mức độ tương tác, phản hồi công chúng và rút kinh nghiệm cho những phiên bản tiếp theo. Quá trình này giúp người học phát triển tư duy nghề nghiệp theo hướng “làm truyền thông dựa trên minh chứng”, giảm lệ thuộc vào cảm tính, đồng thời tăng khả năng thích ứng với yêu cầu thực tiễn của môi trường truyền thông hiện đại.

Có thể nói, xây dựng môi trường học tập số không chỉ là giải pháp kỹ thuật mà là một chiến lược hỗ trợ hiệu quả cho tổ chức HTTN trong đào tạo ngành Truyền thông. Môi trường này giúp duy trì trải nghiệm liên tục, tạo cơ chế phản hồi rõ ràng, thúc đẩy cải tiến sản phẩm theo vòng lặp và hỗ trợ lưu trữ minh chứng năng lực. Đây cũng là cơ sở thuận lợi để đo lường mức độ tác động của HTTN đến năng lực tác nghiệp truyền thông của SV trong nghiên cứu tại Trường Đại học Đại Nam.

3. Kết luận

Trong bối cảnh chuyển đổi số và truyền thông đa nền tảng phát triển mạnh, nhân lực ngành truyền thông ngày càng cần năng lực tác nghiệp thực tiễn như khai thác, xử lý thông tin, sản xuất nội dung, phối hợp nhóm, vận hành công cụ số và tuân thủ chuẩn mực nghề nghiệp. Định hướng chuyển đổi số quốc gia cũng thúc đẩy giáo dục đại học đổi mới gắn với thực tiễn, vì vậy HTTN là cách tiếp cận phù hợp để SV học thông qua làm. Dựa trên khung lý luận của Dewey, Kolb, bài viết khảo sát 120 SV và phân tích tác động của HTTN đến năng lực tác nghiệp truyền thông tại Trường Đại học Đại Nam. Kết quả cho thấy SV có lợi thế tiếp cận nền tảng số nhưng còn hạn chế ở năng lực sản xuất sản phẩm, sử dụng công cụ chuyên môn, đo lường hiệu quả và tham gia dự án thực tế. Từ đó, nghiên cứu khẳng định HTTN có ý nghĩa trong phát triển năng lực tác nghiệp nếu gắn nhiệm vụ thực tiễn và có phản tư - cải tiến. Kinh nghiệm của Trường Đại học Đại Nam như tăng cường thực hành tác nghiệp, mở rộng dự án thật - cuộc thi - kết nối doanh nghiệp và xây dựng môi trường học tập số đã góp phần thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và thị trường lao động.

Tài liệu tham khảo

- [1] Association for Experiential Education. (n.d.). *What is experiential education?* Retrieved January 20, 2026, from <https://www.aee.org/what-is-experiential-education>.
- [2] Dewey, J. (1938). *Experience and education*. New York, NY: Macmillan. https://books.google.com/books/about/Experience_and_Education.html?id=oFZIAAAAMAAJ.
- [3] JISC. (2015). *Digital capabilities: The 6 elements defined* (PDF). <https://digitalcapability.jiscinvolve.org/wp/files/2015/06/1.-Digital-capabilities-6-elements.pdf>
- [4] Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. <https://search.library.wisc.edu/catalog/999550475402121/cite>.
- [5] 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*.
- [6] UNESCO. (2007). *Model curricula for journalism education*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000151209>.
- [7] UNESCO. (2025). *Digital competencies and skills*. <https://www.unesco.org/en/digital-competencies-skills>.
- [8] UNESCO-UNEVOC. (n.d.). Digital competence – TVETipedia Glossary. Retrieved January 20, 2026, from <https://unevoc.unesco.org/home/TVETipedia%2BGlossary/lang%3De/show%3Dterm/lang%3De/term%3DDigital%2Bcompetence>.
- [9] University of Exeter. (2024). *What do we mean by “digital communication”?* <https://sites.exeter.ac.uk/digitalbuzzuo/what-do-we-mean-by-digital-communication/>.