

HIỆU QUẢ CHƯƠNG TRÌNH HUẤN LUYỆN THÔNG HIỂU THÔNG TIN TRUYỀN THÔNG CHO SINH VIÊN - TRƯỜNG HỢP ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF A MIL TRAINING COURSE FOR UNDERGRADUATE STUDENTS - CASE STUDY AT THE UNIVERSITY OF DANANG

TRẦN VĂN VỸ(*) và TRẦN THỊ YẾN MINH(**)

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>Ngày nhận bài: 05-8-2025 Ngày biên tập xong: 12-9-2025 Ngày duyệt đăng: 30-9-2025 Mã số: TCKH53-10-2025 ISSN: 2525 – 2429</p> <p>Từ khóa: công dân số; năng lực thông hiểu thông tin truyền thông; truyền thông xã hội; nghiên cứu bán thực nghiệm.</p> <p>Key words: digital citizen; media and information literacy; social media; quasi-experiment.</p>	<p><i>Nghiên cứu bán thực nghiệm trên 62 sinh viên ngành Quan hệ công chúng, Đại học Đà Nẵng cho thấy việc huấn luyện năng lực thông hiểu thông tin truyền thông (MIL) là cần thiết. Dù mức cải thiện tổng thể không đáng kể (3.55 lên 3.59), kỹ năng phân tích và đánh giá thông điệp truyền thông-thành tố cốt lõi của MIL-được cải thiện rõ rệt sau khóa học 10 tuần. Kết quả cho thấy sự cần thiết của đào tạo MIL và đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng chương trình.</i></p> <p>ABSTRACT: Based on a quasi-experimental study involving 62 Public Relations undergraduates at the University of Da Nang, this paper highlights the necessity of media and information literacy (MIL) training for students. While the overall improvement in media and information literacy was modest (from 3.55 to 3.59), the key component-critical presuming shows significantly enhancement following a 10-week course. The findings reinforce the importance of media and information literacy training and provide recommendations to improve the design and impact of future training initiatives.</p>

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong vài thập kỷ trở lại đây, sự phát triển của khoa học, công nghệ đã thay đổi triệt để phương thức công chúng tiếp cận, tiêu thụ và tương tác với thông tin [6]. Đối với Việt Nam, một quốc gia có lực lượng công dân số đông đảo [30], Internet và mạng xã hội không chỉ mở rộng cơ hội tiếp cận mà còn đặt ra cho người dùng không ít thách thức về khả năng làm chủ thông tin và bảo vệ bản thân trong bối cảnh nhiều biến động. Đặc biệt, trong các tình huống

khủng hoảng như thiên tai, dịch bệnh, chiến tranh, tình trạng lan truyền tin giả càng trở nên nghiêm trọng, gây hoang mang và xáo trộn xã hội [19], [27]. Trong bối cảnh đó, năng lực thông hiểu thông tin truyền thông (Media and Information literacy-MIL) ngày càng được xem là một công cụ quan trọng giúp nâng cao nhận thức cộng đồng và định hướng hành vi tiếp nhận, tạo lập thông tin một cách có trách nhiệm [5]. Điều này đặc biệt quan trọng đối với thế hệ Gen Z, những công dân số bản địa (Digital

(*) CN. Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng, tvvy@ued.udn.vn

(**) TS. Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng, tyminh@ued.udn.vn

Natives) vốn gắn kết chặt chẽ với môi trường trực tuyến nhưng dễ bị tác động bởi tin giả và thông tin sai lệch [17].

Tại Việt Nam, hướng nghiên cứu này còn tương đối mới mẻ. Hiểu biết về năng lực thông hiểu thông tin truyền thông của công chúng trẻ, đặc biệt đối với sinh viên ngành truyền thông, nhóm vừa tiêu thụ thông tin và người sáng tạo nội dung tiềm năng, còn khá hạn chế. Nghiên cứu này được thiết kế nhằm đánh giá hiệu quả của một chương trình can thiệp nâng cao năng lực thông hiểu thông tin truyền thông của sinh viên, đồng thời xem xét khả năng ứng dụng mô hình này trong đào tạo truyền thông tại bậc đại học.

Là một trong số ít các nghiên cứu bán thực nghiệm tại Việt Nam tập trung vào nhóm sinh viên truyền thông, nghiên cứu này không chỉ kiểm chứng lý thuyết thông hiểu thông tin truyền thông trong giáo dục đại học mà còn nhấn mạnh sự cần thiết của việc đưa thông hiểu thông tin truyền thông vào chương trình đào tạo một cách có hệ thống. Thông qua đánh giá hiệu quả của khóa học thông hiểu thông tin truyền thông dành cho sinh viên ngành Quan hệ công chúng tại Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng, nghiên cứu này không chỉ góp phần bổ sung lý luận về thông hiểu thông tin truyền thông mà còn đưa ra những gợi ý thực tiễn quan trọng nhằm tăng cường giáo dục thông hiểu thông tin truyền thông trong hệ thống giáo dục đại học Việt Nam.

2. NỘI DUNG

2.1. Tổng quan vấn đề nghiên cứu

Livingstone-một trong những học giả tiên phong trong nghiên cứu về thông hiểu thông tin truyền thông - nhấn mạnh, thông hiểu thông tin truyền thông được xem là công cụ quan trọng trong việc nâng cao năng lực tiếp nhận, phân tích, kiến tạo và tác động thông tin của công chúng [16]. Sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông kỹ thuật số tác động đáng kể đến thông hiểu thông tin truyền thông, đặt ra những yêu

cầu mới về năng lực phân tích và xử lý thông tin trong môi trường số [13], [14].

Tại Việt Nam, nghiên cứu về thông hiểu thông tin truyền thông vẫn đang trong giai đoạn phát triển. Một số học giả như Giang và Hà [1], Vân [24], Hùng và cộng sự [2] đã đề xuất các khung lý thuyết ban đầu nhằm định hướng nghiên cứu thông hiểu thông tin truyền thông. Vân [25] khai thác bối cảnh đại dịch COVID-19 để đánh giá năng lực thông hiểu thông tin truyền thông của giới trẻ. Nghiên cứu này chưa phát triển một thang đo toàn diện để có thể đánh giá đầy đủ các khía cạnh tiếp cận, phân tích, đánh giá, kiến tạo và tác động nội dung truyền thông. Gần đây, những đóng góp của Ho và cộng sự [8] và Tran-Duong [22] đã mở ra những bước tiến quan trọng trong nghiên cứu thông hiểu thông tin truyền thông tại Việt Nam. Không chỉ giới thuyết hệ thống về thông hiểu thông tin truyền thông, các nghiên cứu này còn kiểm nghiệm tính ứng dụng thang đo do Koc và Barut [13] đề xuất trong bối cảnh nghiên cứu mới. Với các nghiên cứu quốc tế, thông hiểu thông tin truyền thông tại Việt Nam vẫn là một lĩnh vực còn nhiều dư địa nghiên cứu. Hiện chưa có dữ liệu đánh giá năng lực thông hiểu thông tin truyền thông (thông hiểu thông tin truyền thông) ở các nhóm công chúng khác nhau. Các nghiên cứu làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến thông hiểu thông tin truyền thông, khả năng can thiệp để nâng cao thông hiểu thông tin truyền thông và vai trò của thông hiểu thông tin truyền thông trong việc hình thành các năng lực số cơ bản vẫn còn hạn chế cả về số lượng và phạm vi tiếp cận.

Bên cạnh các nghiên cứu về các thành tố và thang đo thông hiểu thông tin truyền thông, một hướng tiếp cận nổi bật khác trong nghiên cứu về thông hiểu thông tin truyền thông là đánh giá hiệu quả của hoạt động huấn luyện. Các chương trình giáo dục thông hiểu thông tin truyền thông trên toàn cầu đã chứng minh tác động tích cực, không chỉ nâng cao kiến thức

truyền thông mà còn thúc đẩy thay đổi hành vi công chúng [11].

Các nghiên cứu can thiệp về thông hiểu thông tin truyền thông tại các quốc gia đang phát triển còn khá khiêm tốn, cả về quy mô lẫn chiều sâu học thuật. Sự phụ thuộc phần lớn vào các khung chương trình do các tổ chức quốc tế hoặc các quốc gia phương Tây (chẳng hạn UNESCO, Hoa Kỳ, châu Âu) xây dựng, trong khi thiếu vắng các góc nhìn mang tính bản địa, khiến việc đánh giá năng lực thông hiểu thông tin truyền thông cũng như triển khai các nguồn học liệu và chương trình có sẵn gặp nhiều thách thức trong thực tiễn. Trước bối cảnh đó, nghiên cứu này hướng đến việc đóng góp một tiếp cận thực nghiệm từ Việt Nam, góp phần làm phong phú thêm diễn ngôn học thuật về giáo dục thông hiểu thông tin truyền thông trong bối cảnh của một quốc gia đang phát triển. Đáng chú ý, thiết kế can thiệp liên tục kéo dài trong 10 tuần là điểm mạnh của nghiên cứu, góp phần khắc phục hạn chế về độ tin cậy thường thấy trong các nghiên cứu trước đó với thời gian can thiệp ngắn [3].

2.2. Khung lý thuyết về thông hiểu thông tin truyền thông

Theo UNESCO, năng lực thông hiểu truyền thông và thông tin (thông hiểu thông tin truyền thông) là khả năng truy cập, đánh giá, sử dụng, tạo ra và chia sẻ thông tin, nội dung truyền thông một cách hiệu quả, đạo đức và sáng tạo, thông qua nhiều nguồn thông tin, định dạng và nền tảng truyền thông khác nhau [29]. Mặc dù, có nhiều tiếp cận phân chia các yếu tố cấu thành nên thông hiểu thông tin truyền thông nhưng về cơ bản, thông hiểu thông tin truyền thông bao gồm các năng lực cốt lõi: Tiếp cận, giải mã, phân tích, đánh giá và sản xuất nội dung truyền thông ở nhiều hình thức từ văn bản đến hình ảnh, âm thanh và video điện tử [10]. Năng lực này không chỉ giúp cá nhân sử dụng phương tiện truyền thông một cách có ý thức và chủ động, mà còn cho phép họ nhận

diện, đánh giá và phản biện các nội dung truyền thông một cách sâu sắc, từ đó hiểu rõ hơn các tác động xã hội - văn hóa mà truyền thông tạo ra. Đồng thời, người có năng lực thông hiểu thông tin truyền thông có thể tham gia xây dựng các nội dung truyền thông thay thế, góp phần thúc đẩy môi trường thông tin đa chiều, minh bạch và dân chủ.

Nhiều học giả trên thế giới đã phát triển các thang đo nhằm lượng hóa và đánh giá năng lực thông hiểu thông tin truyền thông trong bối cảnh nghiên cứu khác nhau. Ashley [4] và Primack [20] đã đề xuất thang đo tập trung vào ba khía cạnh: Hiểu biết về tác giả và khán giả (authors and audiences-AA), thông điệp và ý nghĩa (Messages and Meanings-MM), cũng như biểu tượng và hiện thực (Representation and Reality-RR). Các thang đo này nhấn mạnh vai trò của ngữ cảnh sản xuất và giải mã thông điệp trong việc hình thành nhận thức truyền thông. Hay Maksl [18] phát triển thang đo tiếp cận từ góc độ tâm lý - xã hội, bao gồm các yếu tố như nhu cầu nhận thức (need for cognition), kiểm soát truyền thông (media locus of control) và hiểu biết về hệ thống truyền thông tin tức (news media system knowledge). Thang đo này góp phần làm rõ mối quan hệ giữa các đặc điểm nhận thức cá nhân và khả năng tiếp nhận, xử lý thông tin truyền thông một cách độc lập và có trách nhiệm.

Bảng 1. Giới thiệu một số thang đo được ứng dụng trong đánh giá năng lực thông hiểu thông tin truyền thông

Tác giả	Thang đo
Primack et al. (2006); Ashley et al. (2013);	Authors and audiences (AA), Messages and meanings (MM), Representation and reality (RR)
Lin et al. (2013); Lee et al. (2015); Koc & Barut (2016)	Critical consuming, Critical prosuming, Functional prosuming, Functional consuming
Maksl et al. (2015)	Need for cognition, Media locus of control, News media system knowledge

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

Trong nghiên cứu này, nhằm lựa chọn một mô hình có khả năng tích hợp giữa năng lực công nghệ và năng lực thông tin truyền thông phân biệt, đồng thời phản ánh đầy đủ các yêu cầu của một công dân số trong bối cảnh truyền thông hiện đại, chúng tôi sử dụng khung đánh giá được xác nhận và kiểm định bởi Koc và Barut [13]. Mô hình này vốn được phát triển và được mở rộng bởi Lin và cộng sự [15], bảo đảm tính kế thừa học thuật và độ tin cậy thực nghiệm. Việc lựa chọn mô hình này không chỉ đảm bảo tính chuẩn hóa và độ giá trị ứng dụng cao, mà còn phù hợp với đặc điểm của khách thể nghiên cứu là sinh viên đại học - nhóm đối tượng có mức độ tương tác thường xuyên với các nền tảng truyền thông số. Theo đó, thông hiểu thông tin truyền thông được phân loại thành bốn thành phần năng lực chính, đại diện cho hai trục liên tục: Từ tiêu thụ đến sản xuất kiêm tiêu thụ và từ chức năng đến phê phán. Trên nền hai chiều này, Koc và Barut xác định bốn thành tố cơ bản, trong nghiên cứu này được Việt hóa để phù hợp với ngữ cảnh văn hóa và thực tiễn nghiên cứu tại Việt Nam, bao gồm: Tiếp cận, phân tích-đánh giá, kiến tạo và tác động. Cụ thể:

Năng lực thành phần *tiếp cận* phản ánh năng lực vận hành công nghệ và truy cập nội dung truyền thông trên nhiều nền tảng, đồng thời thể hiện mức độ hiểu biết cơ bản về ngữ nghĩa của thông điệp truyền thông;

Năng lực thành phần *phân tích - đánh giá* nhấn mạnh vai trò của tư duy phân biệt, bao gồm khả năng nhận diện các yếu tố tác giả, mục đích, định dạng và bối cảnh xã hội của thông điệp, từ đó đưa ra những đánh giá độc lập về tính trung thực, độ tin cậy và các hàm ý quyền lực, đạo đức của nội dung truyền thông;

Năng lực thành phần *kiến tạo* đề cập đến năng lực sản xuất nội dung truyền thông số với mức độ sáng tạo và thành thạo kỹ thuật, cho phép cá nhân không chỉ sao chép mà còn phối

hợp, chỉnh sửa và tạo ra các sản phẩm truyền thông mới có ý nghĩa xã hội;

Năng lực thành phần *tác động* đại diện cho cấp độ năng lực cao nhất trong thông hiểu thông tin truyền thông, nơi cá nhân không chỉ là người dùng thông minh mà còn trở thành chủ thể tích cực, có khả năng tạo ra ảnh hưởng trong cộng đồng qua việc chia sẻ, tranh luận, và thúc đẩy các giá trị xã hội - văn hóa thông qua truyền thông.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu bán thực nghiệm (Quasi-Experimental Study) được thiết kế theo phương pháp kiểm tra trước - sau trên cùng một nhóm (One-Group Pretest-Posttest Design) để đánh giá sự thay đổi năng lực thông hiểu thông tin truyền thông của sinh viên trước và sau khi tham gia học phần “Thông hiểu thông tin truyền thông”. Phương pháp này phổ biến trong các nghiên cứu đánh giá hiệu quả can thiệp trong giáo dục [28]. Đối tượng nghiên cứu là 62 sinh viên năm nhất chuyên ngành Quan hệ công chúng. Đây là những sinh viên bắt buộc tham gia học phần trong chương trình đào tạo của ngành. Chúng tôi là người tham gia phát triển chương trình, triển khai can thiệp, thực hiện việc kiểm tra trước và sau khóa học. Trước khi tham gia, sinh viên được thông báo đầy đủ và ký cam kết tự nguyện tham gia nghiên cứu, đảm bảo tuân thủ các nguyên tắc về mặt đạo đức nghiên cứu.

Nội dung huấn luyện được tổ chức trong vòng 10 tuần (9-2024 đến tháng 12-2024), với tổng cộng 10 buổi học có thời lượng 90 phút. Khóa học được thiết kế để trang bị cho người học hệ thống kiến thức cơ bản về các phương tiện truyền thông và thông tin, bao gồm các khái niệm, phân loại và tri thức về quá trình phát triển của các phương tiện truyền thông và thông tin. Thông qua các hoạt động học tập, người học sẽ rèn luyện kỹ năng truy vấn và xử lý thông tin trong môi trường số. Khóa học được kỳ vọng sẽ giúp người học khám phá các mục tiêu, sức ảnh

hường và các nguy cơ tiềm ẩn của nội dung truyền thông với đời sống cá nhân và xã hội, nâng cao ý thức của bản thân trong việc tạo lập và chia sẻ thông tin trên các phương tiện truyền thông. Trong quá trình học, sinh viên được khuyến khích tham gia vào nhiều hoạt động khác nhau, từ thảo luận nhóm, bài tập thực hành, làm bài trắc nghiệm, viết nhật ký. Tất cả các hoạt động này thiết kế nhằm đảm bảo cho sinh viên nắm vững lý thuyết và có cơ hội áp dụng kiến thức vào thực tiễn.

Để đánh giá hiệu quả của quá trình can thiệp, các bài kiểm tra đầu vào và đầu ra được thiết kế dựa trên thang đo của Koc và Barut, bao gồm 35 nhận định được đánh giá trên thang đo Likert-5. Bảng hỏi đã được sử dụng và kiểm chứng trong một số nghiên cứu trước đó tại Việt Nam, đảm bảo độ tin cậy và ứng dụng [8], [26]. Ngoài ra, trước khi đưa thang đo vào thực nghiệm chính thức, một thử nghiệm thí điểm thực hiện với 30 sinh viên ngẫu nhiên không thuộc nhóm đối tượng nghiên cứu chính. Thang đo được kiểm định độ tin cậy thông qua phân tích Cronbach's Alpha với kết quả cho thấy tất cả các biến tiềm ẩn và biến quan sát đều đạt chuẩn khi hệ số Cronbach's Alpha của các nhóm năng lực thành phần đều lớn hơn 0,7 [7]. Phần mềm JASP (phiên bản 0.18.3.0) được lựa chọn để thực hiện toàn bộ các phân tích thống kê. Trong nghiên cứu này, giá trị trung bình (Mean), độ lệch chuẩn (SD) và kiểm định Independent Sample T-Test (T-Test) được áp dụng để thực hiện các phân tích thống kê mô tả và suy luận. Mức ý nghĩa thống kê được xác định ở ngưỡng $p\text{-value} < 0.05$, đảm bảo tính chính xác và chặt chẽ trong việc đưa ra các kết luận về hiệu quả của chương trình can thiệp.

Song song, chúng tôi cũng tiến hành thu thập dữ liệu định tính bằng các thảo luận nhóm được thực hiện xuyên suốt quá trình triển khai can thiệp. Người học được yêu cầu thảo luận và trình bày lại kết quả trao đổi trên padlet. Dữ

liệu này được phân tích để làm rõ thêm kết quả của kiểm tra định lượng.

Bảng 2. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Năng lực thành phần	Số lượng nhận định	Cronbach's alpha
Năng lực tiếp cận	07	0.813
Năng lực phân tích - đánh giá	12	0.870
Năng lực kiến tạo	07	0.760
Năng lực tác động	09	0.837

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

2.4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả đánh giá được trình bày trong Bảng 3, thể hiện giá trị trung bình của các năng lực thông hiểu thông tin truyền thông trước và sau khi can thiệp. Nhìn chung, năng lực thông hiểu thông tin truyền thông của sinh viên tham gia học phần có sự cải thiện nhẹ, với điểm trung bình tăng từ 3.55 lên 3.59. Trong nghiên cứu này, giá trị trung bình được tính theo công thức sau:

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^n x_i$$

Trong đó:

\bar{x} : giá trị trung bình;

x_i : giá trị quan sát thứ i (điểm số năng lực của từng sinh viên);

n : số quan sát (tổng số sinh viên tham gia nghiên cứu).

Về cơ bản, trước khi tham gia khóa học, sinh viên ngành Quan hệ Công chúng tại Đại học Đà Nẵng có năng lực thông hiểu thông tin truyền thông ở mức trung bình-khá, đặc biệt nổi bật ở năng lực tiếp cận và năng lực kiến tạo. Điều này phản ánh sự thành thạo của sinh viên trong việc tìm kiếm, truy cập thông tin, sử dụng thiết bị cũng như khả năng tạo lập tài khoản, sáng tạo nội dung truyền thông trên nền tảng số và phương tiện truyền thông truyền thống. Đây là đặc điểm phù hợp với thế hệ Gen Z-nhóm công chúng nhận được sự hỗ trợ mạnh mẽ từ công nghệ kỹ thuật số, đồng thời phù hợp với đặc thù của ngành học vốn yêu cầu cao về kỹ năng tiếp cận và sản xuất nội dung.

Bảng 3. Giá trị trung bình năng lực thông hiểu thông tin truyền thông trước và sau can thiệp

Năng lực thành phần	Pre-test		Post-test	
	Mean	SD	Mean	SD
Năng lực tiếp cận	3.61	0.55	3.60	0.53
Năng lực phân tích - đánh giá	3.39	0.49	3.60	0.58
Năng lực kiến tạo	3.77	0.53	3.65	0.61
Năng lực tác động	3.44	0.47	3.49	0.69

Nguồn: Nhóm tác giả nghiên cứu

Ngược lại, năng lực phân tích-đánh giá và tác động của sinh viên có phần hạn chế hơn. Các năng lực này thường liên quan đến tư duy phân biện và khả năng thuyết phục, tạo ảnh hưởng, đòi hỏi thời gian dài rèn luyện và trau dồi trong các tình huống thực tiễn đa dạng. Ví dụ, việc phân tích tính khách quan và công bằng trong một bản tin, một thông điệp quảng cáo hoặc khả năng tạo ra các sản phẩm truyền thông có sức ảnh hưởng mạnh mẽ đến cộng đồng đòi hỏi người học nắm rõ các nguyên tắc, giá trị, chuẩn mực báo chí, hiểu biết về nguồn tin và có tư duy phân biện cũng như nhận định được tác động xã hội của thông tin. Đây là những năng lực khó đạt được nếu thiếu kiến thức về thông tin và truyền thông. Thực hiện kiểm tra sự khác nhau giữa các nhóm đối tượng (nữ = 53, nam = 9), trình độ học vấn của cha mẹ và tần suất sử dụng Internet của sinh viên, kết quả cho thấy không có sự khác biệt đáng kể đối với từng thành phần năng lực thông hiểu thông tin truyền thông (thông hiểu thông tin truyền thông). Điều này cho thấy, tất cả các đáp viên đều cần được can thiệp huấn luyện. Kể cả

đối tượng có thời gian “sống” trên không gian mạng thường xuyên cũng không cho thấy có sự khác biệt về năng lực thông hiểu thông tin truyền thông so với các nhóm còn lại.

Sau khi thực hiện can thiệp, chương trình tạo ra một số tác động tích cực đến các năng lực thông hiểu thông tin truyền thông của sinh viên, đặc biệt trong việc nâng cao khả năng phân tích và tác động thông điệp truyền thông. Cụ thể, giá trị trung bình của năng lực phân tích-đánh giá tăng từ 3.39 lên 3.60, trong khi năng lực tác động tăng, nhưng không đáng kể từ 3.44 lên 3.49. Hai năng lực này cho thấy sinh viên đã cải thiện khả năng nhận diện, phân tích thông điệp truyền thông cũng như có ý thức về việc sử dụng truyền thông như một công cụ để tạo ra sự tác động trong cộng đồng. Tuy nhiên, khi nghiên cứu thực hiện kiểm định Independent Sample t-test (t-test) để khẳng định ý nghĩa thống kê trước và sau thực nghiệm thì chỉ kết quả chỉ ghi nhận sự khác biệt có ý nghĩa thống kê của thành phần năng lực phân tích-đánh giá. Kết quả kiểm định được trình bày trong Bảng 4 dưới đây:

Bảng 4. Kiểm định T-Test hiệu quả chương trình thực nghiệm

Năng lực thành phần	F	Sig.	t	df	Sig(2-tailed)	Kết luận
Năng lực tiếp cận	0.013	0.910	0.095	122	0.924	Không khác biệt đáng kể
Năng lực phân tích - đánh giá	2.580	0.111	-2.211	122	0.029	Có khác biệt đáng kể ($p < 0,05$)
Năng lực kiến tạo	0.976	0.325	1.118	122	0.266	Không khác biệt đáng kể
Năng lực tác động	4.342	0.039	-0.493	107.44	0.623	Không khác biệt đáng kể

Nguồn: Nhóm tác giả nghiên cứu

Bảng 4 thể hiện kết quả kiểm định T-Test cho thấy sự khác biệt trước và sau chương trình

can thiệp. Cụ thể, năng lực phân tích-đánh giá có sự cải thiện đáng kể với giá trị trung bình

tăng từ 3.39 (trước) đến 3.60 (sau) và kiểm định T-Test cho kết quả $t = -2.211$, $df = 122$, $p = 0.029$. Điều này cho thấy sự thay đổi có ý nghĩa về mặt thống kê $p < 0.05$, khẳng định, chương trình can thiệp có tác động đến năng lực phân tích-đánh giá, nhóm năng lực đòi hỏi tư duy phản biện của sinh viên. Khi cho sinh viên làm các bài tập thực hành, nghiên cứu cũng nhận thấy sự thay đổi này. Chẳng hạn, khi người học phân tích trường hợp một sản phẩm quảng cáo nước tăng lực với thông điệp “bung sức mạnh-tăng sức bền”, thảo luận nhóm ghi nhận tại lớp và thể hiện trên padlet cho thấy người học đều nhận thức được các kỹ thuật âm thanh-thiết kế hình ảnh được sử dụng để phóng đại hiệu quả của sản phẩm. Trong khi đó, các yếu tố thông tin cốt lõi như thành phần dinh dưỡng, tác dụng phụ và các cảnh báo được làm mờ hoặc không nhắc đến. Tương tự, để đánh giá kỹ năng xác minh nguồn tin, phân loại độ tin cậy của nguồn tin, người học đã phân định được các nguồn sơ cấp, thứ cấp, bậc ba-những kiến thức “*chưa biết trước đó và không chú ý quan tâm*”, như một người học chia sẻ, trong thông tin báo chí. Người học cũng đã có kỹ năng “*đánh giá thông tin cần đa chiều và xem xét ai đứng sau thông tin đó*”, “*ai hưởng lợi nhờ thông tin đó không*” một người học khác trình bày.

Dù tạo ra sự thay đổi rất đáng ghi nhận về năng lực phân tích-đánh giá nhưng khóa đào tạo lại chưa tạo ra sự thay đổi tích cực ở các thành phần năng lực khác. Cụ thể, thành phần năng lực tiếp cận ($t = 0.095$; $p = 0.924$), năng lực kiến tạo ($t = 1.118$; $p = 0.266$) và năng lực tác động ($t = -0.493$; $p = 0.623$) không có sự khác biệt đáng kể về mặt thống kê giữa trước và sau chương trình can thiệp. Giá trị trung bình của năng lực tiếp cận gần như không đổi, với 3.61 trước và 3.60 sau. Thậm chí, năng lực kiến tạo thậm chí có xu hướng giảm nhẹ, từ 3.77 (trước) xuống 3.65 (sau). Tác giả cho rằng có hai nguyên nhân chính có thể giải thích hiện

tượng này. Trước khi tham gia chương trình huấn luyện, người học chưa nắm rõ bản chất về khái niệm thông hiểu thông tin truyền thông và các thành phần năng lực. Khi chưa tiếp cận hệ thống tiêu chí rõ ràng, họ có thể tự đánh giá quá thực tế năng lực của mình. Tuy nhiên, sau khi được đào tạo và tiếp xúc với các tiêu chuẩn đánh giá cụ thể, sinh viên có xu hướng đánh giá lại khả năng của bản thân một cách chính xác hơn, dẫn đến sự sụt giảm nhẹ. Kết quả thu nhận thảo luận nhóm củng cố cho nhận định này. So với định nghĩa sơ sài về thông hiểu thông tin truyền thông đơn thuần là việc tìm kiếm từ khóa hay phân biệt tin giả trước khóa học, sau 10 tuần, người học đề cập đến thông hiểu thông tin truyền thông là một năng lực toàn diện, trong đó “*đặc biệt quan trọng cho giới truyền thông vì giúp họ đảm bảo nguồn tin được đưa đến công chúng là chính xác, khách quan, hạn chế được tác động tiêu cực*” hay “*tăng cường trách nhiệm xã hội trong việc thông tin của giới truyền thông*” - như một số đáp viên chia sẻ.

Tương tự, đối với năng lực kiến tạo, trước khi tham gia chương trình, phần lớn sinh viên có xu hướng đồng nhất năng lực kiến tạo với việc sản xuất nội dung trên nền tảng số, chẳng hạn như tạo ra văn bản, hình ảnh hoặc video đơn giản. Sau khóa học, họ hiểu rằng năng lực kiến tạo cần những yêu cầu cao hơn không chỉ tạo lập nội dung thuần túy. Hơn nữa, năng lực kiến tạo còn bao gồm nhiều kỹ năng phức tạp hơn như sử dụng công cụ điều hành văn bản nâng cao (button, siêu liên kết, chuyển file), đóng góp ý kiến, bình luận, đánh giá nội dung cũng như tham gia bình duyệt theo sở thích và mối quan tâm cá nhân. Đặc biệt, người học đã định hình khái niệm về thành phần năng lực kiến tạo không đơn thuần là kỹ năng mà còn liên quan đến đạo đức và trách nhiệm xã hội. Sự mở rộng này có thể khiến họ nhận thấy năng lực của mình chưa thực sự đáp ứng đầy đủ yêu cầu, từ đó đánh giá thấp hơn khả năng của bản thân so với trước khi tham gia chương trình.

3. KẾT LUẬN

Chương trình can thiệp thử nghiệm đã mang lại sự cải thiện ở thành phần năng lực phân tích - đánh giá của sinh viên tham gia nghiên cứu. Trước khi can thiệp, giá trị trung bình của thành phần năng lực này là 3.39 và tăng lên 3.60 sau khi hoàn thành chương trình. Các thảo luận nhóm cũng thể hiện rõ sự thay đổi ở khả năng thẩm định thông tin một cách chính xác và đưa ra quyết định phù hợp dựa trên các tiêu chí khách quan. Sự tiến bộ này cho thấy tính khả thi và tiềm năng mở rộng của chương trình. Về căn bản, kết quả này khá nhất quán với những nghiên cứu tiền nhiệm. Nghiên cứu của Zhang [23] chỉ ra rằng khả năng nhận diện và kiểm chứng tin giả của người tham gia được cải thiện đáng kể sau khi tiếp cận các can thiệp bằng phương tiện truyền thông nghe nhìn. Nghiên cứu của Shensa [21] nhấn mạnh rằng độ tuổi, giới tính, tình trạng kinh tế - xã hội và trình độ học vấn đều là các biến số quan trọng tác động đến hiệu quả của chương trình huấn luyện thông hiểu thông tin truyền thông. Đây là sự khác biệt đối với kết quả chúng tôi ghi nhận trong nghiên cứu này. Điều này cho thấy hoạt động can thiệp là hiệu quả nhưng có thể điều chỉnh tùy vào bối cảnh và nhóm đáp viên để tạo ra những thay đổi tích cực.

Mặc dù có những cải thiện ban đầu, nhưng việc không tạo ra sự thay đổi đáng kể ở các thành phần năng lực tiếp cận, kiến tạo và tác động là những điểm mà chương trình can thiệp này cần lưu ý và xem xét một cách hệ thống và dài hơi. Một trong các điểm cần lưu ý đó là khắc phục những hạn chế của nghiên cứu. Đầu tiên là một số hạn chế trong thiết kế chương trình can thiệp. Đây là nghiên cứu trên cùng nhóm và không có nhóm đối chứng. Trừ các yếu tố nhân khẩu học, mô hình nghiên cứu cũng chưa chỉ ra các biến trung gian (có khả năng) tạo ra ảnh hưởng đến năng lực thông hiểu thông tin truyền thông của đối tượng. Trong quá trình triển khai thực nghiệm, phương pháp giảng dạy chủ yếu

tập trung vào lý thuyết, có thể ảnh hưởng đến sự phát triển của các năng lực thành phần khác như kiến tạo và tác động. Theo phân tích meta của S. H. Jeong [11], hiệu quả của các chương trình can thiệp tăng lên đáng kể khi thời gian triển khai kéo dài và kết hợp với các hoạt động thực hành. Chúng tôi nhận thấy rằng thời gian 10 tuần có thể đủ để người học tiếp thu kiến thức. Tuy nhiên, các hoạt động thực hành cần thiết phải bổ sung và điều chỉnh để phù hợp hơn với nhóm đối tượng công dân kỹ thuật số. Đồng thời, nghiên cứu của Hobbs và Frost [9] nhấn mạnh, năng lực kiến tạo là một thành phần năng lực phức tạp, đòi hỏi thời gian thực hành lâu dài cùng với sự tham gia vào các dự án thực tiễn để người học kiểm chứng và phát triển kỹ năng này. Đối với năng lực tác động, việc tạo ra ảnh hưởng xã hội thông qua các sản phẩm truyền thông yêu cầu kiến thức, kỹ năng cũng như kinh nghiệm thực tế đa dạng, điều mà nhóm khách thể là sinh viên năm nhất chưa thể đáp ứng một cách toàn diện.

Tuy có những hạn chế nhất định nhưng kết quả ban đầu cho chúng tôi một vài gợi ý nhằm nâng cao hiệu quả các khóa học phát triển năng lực thông hiểu thông tin truyền thông trong bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam. Trước tiên, cần gia tăng hỗ trợ sau khóa học như một hình thức kéo dài thời gian can thiệp hoặc tổ chức các hoạt động học tập bổ trợ, tạo điều kiện để sinh viên củng cố và áp dụng kiến thức một cách hiệu quả. Điều này có thể được triển khai bằng cách hoàn thiện kho dữ liệu liên quan đến năng lực thông hiểu thông tin truyền thông để hỗ trợ quá trình tự học của sinh viên bên ngoài/sau lớp học. Ngoài ra, việc duy trì lớp học với số lượng trên 60 sinh viên có thể làm giảm hiệu quả huấn luyện kỹ năng thực hành do giảng viên khó có thể theo sát và hỗ trợ từng cá nhân. Do đó, có thể cân nhắc triển khai mô hình huấn luyện với quy mô nhỏ hoặc tăng cường áp dụng các phương pháp thực hành và tương tác nhóm nhỏ để tối ưu hóa hiệu quả học tập và tăng cường sự hợp tác giữa sinh

viên [12]. Đồng thời, trong quá trình huấn luyện, người huấn luyện có thể tích hợp các phương pháp giảng dạy mới như dạy học dự án (Project-Based Learning) hoặc trò chơi hóa

(Gamification) với tính tương tác cao để tăng cường hoạt động thực hành, kích thích khả năng hứng thú học tập và tiếp thu của người học.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Thu Giang và Bùi Việt Hà (2010), *Tri tạo truyền thông - Một cách tiếp cận mới trong giáo dục*, Tạp chí Nghiên cứu Con người, tập 1.
- [2] Đỗ Văn Hùng và cộng sự (2022), *Năng lực số 2022 - Khung năng lực số dành cho sinh viên*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [3] Adjin-Tettey, T. D (2022), *Combating fake news, disinformation, and misinformation: Experimental evidence for media literacy education*, Cogent Arts Humanit, vol. 9, no. 1.
- [4] Ashley, S., Maksl, A., and Craft, S (2013), *Developing a News Media Literacy Scale*, *Journalism & Mass Communication Educator*, vol. 68, no. 1.
- [5] Breslin, M (2021), *News media literacy among undergraduate students*, Oklahoma State University, Stillwater, OK, US.
- [6] Frau-Meigs, D (2012), *Transliteracy as the New Research Horizon for Media and Information Literacy*, *Media Studies*, vol. 3, no. 6.
- [7] Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E (2010), *Multivariate Data Analysis*. Prentice-Hall.
- [8] Ho, H. T. N., Dinh, V. H., and Phan, Q. A (2023), *The Important Role of New Media Literacy (NML) in Vietnam: Adaptation and Validation of the NML Scale*, Communication Report.
- [9] Hobbs, R. and Frost, R (2003), *Measuring the acquisition of media-literacy skills*, *Read Res Q*, vol. 38, no. 3.
- [10] Hobbs, R., and Jensen, A (2009), *The Past, Present, and Future of Media Literacy Education*, *Journal of Media Literacy Education*, vol. 1, no. 1.
- [11] Jeong, S.-H., Cho, H., and Hwang, Y (2012), *Media Literacy Interventions: A Meta-Analytic Review*, *Journal of Communication*, vol. 62, no. 3.
- [12] Kalaian, S. A., and Kasim, R. M (2014), *A Meta-Analytic Review of Studies of the Effectiveness of Small-Group Learning Methods on Statistics Achievement*, *Journal of Statistics Education*, vol. 22, no. 1.
- [13] Koc, M. and Tugtekin, E. B (2016), *Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students*, *Comput Human Behav*, vol. 63.
- [14] Lee, L., Chen, D.-T., Li, J.-Y., and Lin, T.-B (2015), *Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument*, *Comput Educ*, vol. 85.
- [15] Lin, T.-B, Li, J.-Y., Deng, F., and Lee, L (2013), *Understanding New Media Literacy: An Explorative Theoretical Framework*, *J Educ Techno Soc*, vol. 16, no. 4.
- [16] Livingstone, S (2004), *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies*, *Communication Review*, vol. 7, no. 1.
- [17] Maertens, R. et al (2023), *The Misinformation Susceptibility Test (MIST): A psychometrically validated measure of news veracity discernment*, *Behav Res Methods*, vol. 56, no. 3.
- [18] Maksl, A., Ashley, S., and Craft, S (2015), *Measuring news media literacy*, *Journalism & Mass Communication Educator*, vol. 70, no. 3.
- [19] Nguyen, N. T. et al (2021), *Factors affecting the share of fake news about Covid-19 outbreak on social networks in Vietnam*, *Journal of Liberty and International Affairs, Institute for Research and European Studies - Bitola*, vol. 7, no. 3.

- [20] Primack, B. A., Gold, M. A., Switzer, G. E., Hobbs, R., Land, S. R., and Fine, M. J. (2006), *Development and Validation of a Smoking Media Literacy Scale for Adolescents*, Arch Pediatr Adolesc Med, vol. 160, no. 4.
- [21] Shensa, A., Phelps-Tschang, J., Miller, E., and Primack, B. A (2015), *A randomized crossover study of web-based media literacy to prevent smoking*, Health Educ Res.
- [22] Tran-Duong, Q. H (2023), *The effect of media literacy on effective learning outcomes in online learning*, Educ Inf Technol (Dordr), vol. 28, no. 3.
- [23] Zhang, L., Iyendo, T. O., Apuke, O. D., and Gever, C. V (2022), *Experimenting the effect of using visual multimedia intervention to inculcate social media literacy skills to tackle fake news*, Journal of Information Science.
- [24] Vũ Thanh Vân (2021), *Năng lực truyền thông của công chúng: Từ quan niệm chung đến tư duy giá trị*, Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông, <https://lyluanchinhtrivatruyen-thong.vn/nang-luc-truyen-thong-cua-cong-chung-tu-quan-niem-chung-den-tu-duy-gia-tri-p25710.html>, ngày truy cập: 29-4-2025.
- [25] Vũ Thanh Vân (2021), *Năng lực truyền thông của giới trẻ Việt Nam trong dịch Covid-19*, Tạp chí điện tử Người Làm Báo, <https://nguoilambao.vn/nang-luc-truyen-thong-cua-gioi-tre-viet-nam-trong-dich-covid-19>, ngày truy cập: 29-4-2025.
- [26] Trần Văn Vỹ (2023), *Nghiên cứu năng lực thông hiểu truyền thông của sinh viên chuyên ngành Báo chí - Truyền thông ở Việt Nam*, Khóa luận, Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng, Đà Nẵng, http://thuvien.ued.udn.vn/handle/TVDHSPDN_123456789/59407, ngày truy cập: 30-4-2025.
- [27] Azim, S. S., Roy, A., Aich, A., and Dey, D (2020), *Fake news in the time of environmental disaster: Preparing framework for COVID-19*, <https://doi.org/10.31235/osf.io/wdr5v>, ngày truy cập: 30-4-2025.
- [28] Cranmer, G. A (2017), *One-Group Pretest-Posttest Design*, The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods, <https://doi.org/10.4135/9781483381411.n388>, ngày truy cập: 29-4-2025.
- [29] UNESCO (2021), *Think Critically, Click Wisely, Media & Information Literacy Curriculum for Educators & Learners*, <http://en.unesco.org/>, ngày truy cập: 29-4-2025.
- [30] We Are Social (2024), *Digital 2024 in Viet Nam*, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-vietnam>, ngày truy cập: 29-4-2025.