

Tổ chức hoạt động truyền thông nâng cao hiệu quả phối hợp giữa nhà trường với gia đình và xã hội trong giáo dục học sinh

Phương Trà Mi*

*Trường Tiểu học Brendon

Received: 6/11/2023; Accepted: 16/12/2023; Published: 5/2/2024

Abstract: Communication is both an activity to perform the information function in school management and an activity to coordinate resources in organizing educational activities. Therefore, schools need to organize communication activities in a scientific, professional manner, with specific characteristics of education to be able to effectively coordinate school, family, and society in educating students.

Keywords: Communication, education, organization of communication activities

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh giáo dục hiện nay, truyền thông ngày càng có vai trò quan trọng đối với hoạt động của nhà trường, không chỉ trong việc truyền tải thông điệp, phổ biến thông tin mà còn hỗ trợ trong việc tổ chức, triển khai và đảm bảo hiệu quả các hoạt động giáo dục do nhà trường tổ chức. Điều này đặt ra yêu cầu mới cho công tác quản lý nhà trường, đó là phải có kế hoạch, tổ chức và giám sát các hoạt động truyền thông để đảm bảo hiệu quả của các hoạt động này. Đặc biệt trong phối hợp giữa nhà trường với gia đình, xã hội nhằm giáo dục học sinh, việc tổ chức các hoạt động truyền thông phải vừa đảm bảo yêu cầu đặc thù của lĩnh vực này, vừa phải đảm bảo các yêu cầu của quản lý nhà trường và yêu cầu giáo dục. Bài báo này tập trung làm rõ các yêu cầu tổ chức hoạt động truyền thông nhằm nâng cao hiệu quả phối hợp giữa nhà trường, gia đình, xã hội trong giáo dục học sinh.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Khái niệm hoạt động truyền thông của nhà trường

Truyền thông được hiểu một cách đơn giản là: “Là quá trình trao đổi tư duy hoặc ý tưởng bằng lời” (John R. Hober, 1954). Về sau, khái niệm truyền thông được mở rộng hoặc cụ thể hơn, “là quá trình làm cho cái trước đây là độc quyền của một hoặc vài người trở thành cái chung của hai hoặc nhiều người” (Dean C. Barnlund, 1964), “là quá trình liên tục trao đổi thông tin, tư tưởng, tình cảm..., chia sẻ kỹ năng và kinh nghiệm giữa hai hoặc nhiều người nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau, thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân/nhóm/cộng đồng/xã hội” (Nguyễn

Văn Dũng, 2006). Sự phát triển trong cách hiểu khái niệm “truyền thông” nói trên cho thấy, truyền thông là hoạt động ngày càng có vai trò quan trọng trong đời sống xã hội nói chung và hoạt động của các cơ quan, tổ chức nói riêng. Với nhà trường, truyền thông cũng đã khẳng định được vai trò quan trọng khi được xác định là một trong những nhiệm vụ, đồng thời là công cụ để quản lý và lãnh đạo nhà trường. Đối với nhà trường, truyền thông được hiểu là một quá trình truyền tải, tiếp nhận và trao đổi ý tưởng và thông tin giữa nhà trường với các cá nhân, tổ chức trong và ngoài nhà trường nhằm thiết lập các mối quan hệ giữa nhà trường với các cá nhân, tổ chức với mục đích đạt được sự hiểu biết, nâng cao nhận thức, hình thành thái độ và thay đổi hành vi của các bên liên quan vì mục tiêu chung đó là giáo dục học sinh.

2.2. Vai trò của hoạt động truyền thông trong phối hợp nhà trường, gia đình, xã hội nhằm giáo dục học sinh

Trong phối hợp giữa nhà trường, gia đình, xã hội, hoạt động truyền thông của nhà trường thực hiện những vai trò sau đây:

- Tạo dựng và duy trì mối quan hệ giữa nhà trường với gia đình, xã hội: Hoạt động truyền thông giúp nhà trường có thể nắm bắt nhu cầu, nguyện vọng cũng như những đòi hỏi của gia đình, các tổ chức, cá nhân trong xã hội đối với hoạt động giáo dục để thực hiện tốt các hoạt động do nhà trường tổ chức cũng như đảm bảo lợi ích tốt nhất cho các bên liên quan. Hoạt động truyền thông có vai trò thông tin giúp nhà trường đánh giá được mức độ hiểu biết và nhận thức của gia đình, các lực lượng liên quan trong xã hội, cũng như truyền tải những mong muốn (chính đáng) của gia đình, các lực lượng liên quan trong xã hội, từ

đó nhà trường có thể điều chỉnh các hoạt động sao cho phù hợp với nhu cầu, nguyện vọng của các bên liên quan. Hoạt động này tạo nên thông tin hai chiều, từ đó tạo ra mối liên kết chặt chẽ, cầu nối giữa nhà trường với gia đình, cộng đồng.

- Cung cấp thông tin về hoạt động giáo dục của nhà trường cho gia đình và các bên liên quan khác: Thông tin về hoạt động giáo dục do nhà trường đăng tải là những thông tin có tính chính xác cao, thể hiện được triết lý, quan điểm, mục tiêu, phương pháp... giáo dục của nhà trường. Khi những thông tin này được phổ biến rộng rãi đến cha mẹ học sinh, các tổ chức, cá nhân trong cộng đồng sẽ góp phần quan trọng vào việc thống nhất nhận thức, quan điểm về hoạt động giáo dục, làm cơ sở cho việc hợp tác, chia sẻ, phối hợp giữa nhà trường với các bên liên quan trong giáo dục học sinh.

- Xây dựng thương hiệu và khẳng định chất lượng giáo dục của nhà trường: Hoạt động truyền thông trong xã hội hiện đại có sức mạnh to lớn bởi tính trực quan cao. Thông tin được truyền tải bằng nhiều hình thức đa dạng, phù hợp với thói quen tiếp nhận của nhiều nhóm đối tượng khác nhau. Tính đa dạng và hiệu quả của các phương tiện truyền thông hiện đại giúp truyền tải được các thông tin toàn diện, đa chiều cũng như truyền tải thông điệp trọn vẹn đến đối tượng tiếp nhận, nhờ đó nhà trường có thể thông tin đầy đủ, trọn vẹn về chương trình, nội dung, các hoạt động giáo dục do nhà trường tổ chức đến gia đình học sinh, các tổ chức, cá nhân quan tâm, từ đó khẳng định thương hiệu và chất lượng giáo dục của nhà trường, tạo ấn tượng tốt đẹp và tăng cường sự gắn bó của cha mẹ học sinh, các tổ chức, cá nhân khác với nhà trường.

- Dự báo và giảm thiểu rủi ro trong quá trình tổ chức hoạt động: Thông qua việc theo dõi thông tin liên quan, thông tin phản hồi trên các phương tiện truyền thông, diễn đàn, mạng xã hội..., hoạt động truyền thông có thể giúp nhà trường dự báo được những nguy cơ rủi ro, hoặc những vấn đề không mong muốn trong quá trình tổ chức các hoạt động giáo dục học sinh, đặc biệt là trong việc huy động sự tham gia, phối hợp của gia đình cùng các bên liên quan khác trong cộng đồng. Việc dự báo trước hay nắm bắt được kịp thời những bất cập, sai lệch hoặc những rủi ro không mong muốn sẽ giúp nhà trường chủ động trong việc đưa ra phương án dự phòng, có kế hoạch xử lý kịp thời, hiệu quả để tránh dẫn đến khủng hoảng, ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động cũng như hình ảnh của nhà trường.

- Hỗ trợ tổ chức hoạt động giáo dục học sinh: Hoạt động truyền thông ngày càng tham gia nhiều hơn vào trong quá trình tổ chức các hoạt động giáo dục học sinh, hỗ trợ giáo viên triển khai các phương pháp, hình thức giáo dục học sinh phù hợp với đối tượng người học thuộc “gen Z”, “gen alpha”, là những thế hệ ngày càng gắn bó chặt chẽ với công nghệ trong học tập cũng như cuộc sống. Hoạt động truyền thông có thể được tích hợp trong các hoạt động giáo dục để học sinh được hình thành những kiến thức, kỹ năng cần thiết đối với công dân hiện đại, có thể kết nối, hợp tác hiệu quả, phát triển và khẳng định giá trị bản thân.

- Nâng cao hiệu quả của hoạt động giáo dục: Vai trò này có được từ tất cả các vai trò nói trên. Mặt khác, hiệu quả của hoạt động giáo dục cũng có thể được hiểu ở những phương diện như: nâng cao chất lượng hoạt động, giảm thiểu chi phí, tăng cường lực lượng bên ngoài tham gia vào các hoạt động giáo dục của nhà trường, mang lại những tác động tích cực đối với gia đình học sinh cũng như các tổ chức, cá nhân trong xã hội. Xét ở góc độ này, hoạt động truyền thông của nhà trường sẽ giúp mở rộng vô hạn các nguồn lực của nhà trường và mở rộng ảnh hưởng, nâng cao tác động, ảnh hưởng của các hoạt động giáo dục, từ đó góp phần quan trọng nâng cao hiệu quả hoạt động giáo dục của nhà trường.

2.3. Yêu cầu tổ chức hoạt động truyền thông của nhà trường

Để hoạt động truyền thông có thể góp phần quan trọng vào việc nâng cao hiệu quả phối hợp giữa nhà trường với gia đình, xã hội trong giáo dục học sinh, trong công tác quản lý nhà trường, hoạt động truyền thông cần được tổ chức quản lý một cách chặt chẽ, khoa học, có tính chuyên nghiệp và có tính giáo dục cao. Cụ thể, các yêu cầu khi tổ chức hoạt động truyền thông của nhà trường trong quá trình phối hợp các lực lượng nhằm giáo dục học sinh đó là:

Nhà trường cần có chiến lược truyền thông hiệu quả cả trên trang website chính thức lẫn các kênh mạng xã hội khác như fanpage facebook, tik tok, youtube... Các hoạt động truyền thông cần được liên kết chặt chẽ với các hoạt động học tập chuyên môn cũng như các hoạt động thể dục thể thao của trường. Hoạt động truyền thông cần được lập kế hoạch từ đầu năm học với các bộ phận liên quan để có kế hoạch làm việc cho cả năm học.

(Xem tiếp trang 278)

phải linh hoạt và nhạy bén trong vấn đề này.

GV có chuyên môn về đàn, hoặc các phần mềm chuyên dụng để có thể cắt ghép chỉnh sửa theo như mong muốn, GV cũng có thể đến nơi hỗ trợ chuyên làm các bản nhạc, bài hát, bản phối cho mầm non.

- Cách tiến hành

GV lựa chọn ra các bản nhạc, bài hát thiếu nhi có nhịp điệu khác nhau như: Vui tươi-nhí nhảnh, vui tươi – dí dỏm, vừa phải, nhẹ nhàng – tình cảm,...kết hợp lại để thay đổi nhịp độ sao cho phù hợp với mục đích sử dụng.

GV sẽ sử dụng đàn, hoặc phần mềm chuyên dụng để điều chỉnh, phối nhạc tạo ra các bản phối mới để đưa vào sử dụng trong các hoạt động tại trường mầm non cho trẻ mẫu giáo mẫu giáo lớn.

Trước khi đưa vào hoạt động, GV cần chuẩn bị không gian, phòng học, sắp xếp đồ dùng hợp lý chu đáo, với đầy đủ các trang thiết bị như mic, loa, đài, đầu đĩa,...

Với các bản nhạc được phối theo biện pháp này khuyến khích GV cho trẻ sử dụng một số đạo cụ để vận động theo nhạc một cách đơn giản, không làm trẻ có cảm giác mệt mỏi khi phải sử dụng quá tải các giác quan cùng lúc từ đó sẽ tạo nên hiệu quả đặc biệt đó chính là hứng thú VĐTN trên bản nhạc phối từ bản nhạc, bài hát có tiết tấu khác nhau khi được thay đổi nhịp độ.

Khi tổ chức, GV phân bố đội hình hợp lý, không đông trẻ để tránh sự va chạm khi vận động theo nhạc làm hạn chế đi hứng thú của trẻ.

GV phải chú ý theo dõi, quan sát thường xuyên để

có sự điều chỉnh hợp lý giúp cho hiệu quả hoạt động tăng lên, trẻ luôn cảm thấy hứng thú và muốn tham gia hoạt động.

3. Kết luận

Thay đổi nhịp độ các bản nhạc thiếu nhi tạo hứng thú vận động cho trẻ mẫu giáo mẫu giáo lớn trong các hoạt động tại trường mầm non có vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng giáo dục âm nhạc nói riêng và giáo dục toàn diện cho trẻ tại các trường mầm non nói chung. Những kết quả nghiên cứu trên đây sẽ tạo ra những cơ sở quan trọng để giáo viên các trường mầm non tiếp tục nghiên cứu hoàn thiện, áp dụng các biện pháp phù hợp và hiệu quả, từng bước nâng cao chất lượng giáo dục thẩm mỹ, giúp GV có các hướng thay đổi nhịp độ các bản nhạc thiếu nhi để đưa vào sử dụng trong các hoạt động tại trường mầm non giúp cho trẻ mẫu giáo mẫu giáo lớn có hứng thú vận động theo nhạc, góp một phần nhỏ bé cho chất lượng giáo dục được nâng cao.

Tài liệu tham khảo

1. Phạm Thị Hòa (1992), *Vai trò giáo dục âm nhạc cho trẻ mẫu giáo* – Kỷ yếu hội thảo quốc gia.
2. Nguyễn Thị Hòa (2013), *Giáo dục học Mầm non*, Nhà xuất bản Đại học Sư phạm.
3. Quang Hiền (1997), *Cô đàn cháu hát*, Nhà xuất bản âm nhạc.
4. Lý Thu Hiền – Phạm Thị Hòa, *Tuyển chọn các bài hát dành cho trẻ mầm non*, Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam.
5. Nguyễn Ánh Tuyết – Nguyễn Thị Như Mai, Đinh Văn Vang (2013), *Tâm lý học trẻ em lứa tuổi mầm non*, Nhà xuất bản Đại học Sư phạm.

Yêu cầu tổ chức hoạt động truyền thông... (tiếp theo trang 266)

3. Kết luận

Tổ chức hoạt động truyền thông là một nhiệm vụ quan trọng trong công tác quản lý nhà trường và phải được sử dụng như một công cụ ưu tiên nhằm tăng cường, nâng cao hiệu quả phối hợp giữa nhà trường, gia đình, cộng đồng trong giáo dục học sinh. Để thực hiện được vai trò này, các nhà trường cần tiến tới chuyên nghiệp hoá trong tổ chức hoạt động truyền thông, đồng thời phải quản lý, giám sát chặt chẽ để hoạt động truyền thông của nhà trường vừa tiếp cận được tới đông đảo đối tượng liên quan, vừa đảm bảo tính giáo dục, hạn chế tối đa các nguy cơ có thể ảnh hưởng tiêu cực đến nhà trường cũng như hiệu quả giáo dục học sinh.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Văn Dũng (Chủ biên), Đỗ Thị Thu Hằng (2018), *Truyền thông lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, NXB Thông tin và Truyền Thông.
2. Bùi Minh Hiền - Nguyễn Vũ Bích Hiền chủ biên (2018), *Quản lý và lãnh đạo nhà trường*, Nxb ĐHSP Hà Nội.
3. Phạm Thị Huyền, Nguyễn Tiến Dũng (2018), *Tăng cường giá trị thương hiệu cho các trường đại học*, *Tap chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, Số 8/2018, tr.24; 22-24 <https://vjst.vn/Images/Tapchi/2018/8A/8A-22-2018.pdf>
4. Nguyễn Phương Hoàng Lam (2009), *Đo lường giá trị thương hiệu dịch vụ giáo dục tiểu học ngoài công lập tại TP. HCM*, Luận văn thạc sĩ kinh tế
5. Trần Thị Thập(2015), *Truyền thông marketing kết hợp*, NXB thông tin và truyền thông