

CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG TRONG GIÁO DỤC Ở CÁC TRƯỜNG HỌC TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NGHỆ AN

Trần Hằng Ly, Nguyễn Thị Phương Nhung*

Trường Sư phạm, Trường Đại học Vinh, Nghệ An, Việt Nam

ARTICLE INFORMATION TÓM TẮT

Journal: Vinh University
Journal of Science
p-ISSN: 3030-4857

Volume: 53

Issue: 1C

***Correspondence:**
phuongnhungdhv@gmail.com

Received: 13 September 2023

Accepted: 16 January 2024

Published: 20 March 2024

Citation:

Trần Hằng Ly, Nguyễn Thị
Phương Nhung (2024). Công tác
truyền thông trong giáo dục
ở các trường học trên địa bàn
tỉnh Nghệ An. *Vinh Uni. J. Sci.*
Vol. 53 (1C), pp. 77-85
doi: 10.56824/vujs.2023c100

OPEN ACCESS

Copyright © 2024. This is an
Open Access article distributed
under the terms of the [Creative
Commons Attribution License](#)
(CC BY NC), which permits non-
commercially to share (copy and
redistribute the material in any
medium) or adapt (remix,
transform, and build upon the
material), provided the original
work is properly cited.

Nghiên cứu được thực hiện nhằm tìm hiểu nhận thức và đánh giá của giáo viên, cán bộ quản lý về mục tiêu, nội dung, phương pháp và các biện pháp truyền thông trong giáo dục ở các nhà trường hiện nay. Thông qua bảng câu hỏi tự thuật, nhóm tác giả khảo sát lấy ý kiến 585 giáo viên, cán bộ quản lý của các trường học trên địa bàn tỉnh Nghệ An để tìm hiểu mức độ nhận thức và đánh giá về truyền thông trong giáo dục ở nhà trường hiện nay và mối quan hệ giữa chúng với các yếu tố khác như giới tính, thâm niên, trình độ học vấn, địa bàn sinh sống và công tác. Bài viết cũng thảo luận những kết quả nghiên cứu và đề xuất hàm ý quản trị nhằm nâng cao nhận thức cho giáo viên và cán bộ quản lý về vấn đề truyền thông trong giáo dục hiện nay.

Từ khóa: Truyền thông; giáo dục; cán bộ quản lý; giáo viên; trường học.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, công tác truyền thông là một phần quan trọng trong việc phát triển cũng như nâng cao chất lượng giáo dục. Công tác truyền thông này đóng vai trò quan trọng trong việc giới thiệu các chính sách, phương pháp giảng dạy cùng các thành tựu của giáo dục và đào tạo (GD&ĐT) đến các đối tượng liên quan. Công tác truyền thông giáo dục ở các trường học hiện nay là một bộ phận của hoạt động quản trị trường học, là quá trình gắn kết với quản trị thương hiệu nhà trường, đáp ứng đổi mới căn bản, toàn diện GD&ĐT. Với khả năng truyền tải thông tin và kiến thức đến với đông đảo học sinh và giáo viên (GV) từ các phương tiện truyền thông truyền thống như sách báo, đài phát thanh, đài truyền hình đến các nền tảng truyền tải tin tức xã hội và các trang web giáo dục trực tuyến về giáo dục, công tác truyền thông trong giáo dục đã và đang góp phần không nhỏ vào sự phát triển của giáo dục hiện đại. Vì vậy, nâng cao chất lượng của công tác truyền thông là một nhiệm vụ quan trọng của lãnh đạo các trường học, có thể dẫn tới những hiệu ứng tích cực trong ngành giáo dục nói riêng và trong toàn xã hội nói chung, mang lại hiệu quả thực tế, từ đó góp phần giải quyết những vấn đề nan giải của công tác truyền thông giáo dục trong các trường.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành thông qua bảng hỏi tự thuật (Self-report) trên 585 GV và cán bộ quản lý (CBQL) ở các trường mầm non, tiểu học trên địa bàn tỉnh Nghệ An nhằm đo lường nhận thức và đánh giá về mục tiêu, nội dung, phương pháp và các biện pháp truyền thông trong giáo dục ở các nhà trường hiện nay và mối quan hệ giữa chúng với các yếu tố liên quan. Phiếu khảo sát sử dụng thang đo Likert 3 điểm với mức độ tương ứng: Mức 1: Không đồng ý/Không cần thiết/Không hiệu quả; Mức 2: Đồng ý/Cần thiết/Hiệu quả; Mức 3: Rất đồng ý/Rất cần thiết/Rất hiệu quả với nội dung khảo sát, được gửi qua google form, rồi thu thập lại sau 15 ngày, với số phiếu hợp lệ 585 phiếu. Tất cả các phiếu khảo sát đều được kiểm tra, đảm bảo tiêu chí làm sạch dữ liệu, sử dụng phần mềm SPSS 23.0 để xử lý số liệu thu được.

Thông tin về mẫu nghiên cứu được thể hiện ở Bảng 1.

Bảng 1: Thông tin về mẫu nghiên cứu (n=585)

Mẫu	Giới tính		Thâm niên công tác (năm)			Chức danh		Trình độ học vấn			Địa bàn sinh sống			
	Nam	Nữ	<10	10-20	>20	GV	CBQL	SDH	ĐH	CD, TC	TP	NT	Miền núi	Vùng KK
SL	20	565	209	207	169	461	124	20	424	141	148	298	66	73
%	3,4	96,6	37,5	35,4	28,9	78,8	21,2	3,4	72,5	24,1	25,3	50,9	11,3	12,5

Ghi chú: SDH: Sau đại học; ĐH: Đại học; CD, TC: Cao đẳng, trung cấp; TP: Thành phố; NT: Nông thôn; Vùng KK: Vùng khó khăn; SL: số lượng.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Nhận thức về mục tiêu truyền thông trong giáo dục

Bảng 2: Đánh giá về mục tiêu truyền thông trong giáo dục

TT	Mục tiêu truyền thông trong giáo dục	Không đồng ý		Đồng ý		Rất đồng ý		Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
		SL	%	SL	%	SL	%		
1	Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền sâu rộng trong các cấp, các ngành và các tầng lớp nhân dân trên các phương tiện thông tin đại chúng về vấn đề GD&ĐT	7	1,2	353	60,3	225	38,5	2,37	0,50
2	Nâng cao nhận thức, tạo sự đồng thuận và phát huy sự đóng góp của xã hội trong việc xây dựng, ban hành và thực hiện các chủ trương, chính sách mới về GD&ĐT	6	1,0	348	59,5	231	39,5	2,39	0,50
3	Giúp cho đội ngũ cán bộ quản lý, cán bộ phụ trách truyền thông, GV, nhân viên ngành GD&ĐT nâng cao hiệu quả công tác quản lý	6	1,0	351	60,0	228	39,0	2,38	0,50

Kết quả ở Bảng 1 cho thấy nhận thức của GV và CBQL về mục tiêu của hoạt động truyền thông tương đối cao, thể hiện ở điểm trung bình 2,38 trên thang điểm 3 của cả 3 nội dung khảo sát. Chỉ có 1-1,2% số người được hỏi không đồng ý về các mục tiêu truyền thông trong giáo dục được khảo sát. Như vậy có thể khẳng định hầu hết số người được hỏi đã nhận thức đúng đắn về vai trò của yếu tố truyền thông trong giáo dục ở nhà trường.

Trên thực tế, mục tiêu của hoạt động truyền thông giáo dục là đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền sâu rộng trong các cấp, các ngành và các tầng lớp nhân dân trên các phương tiện thông tin đại chúng về GD&ĐT, qua đó nâng cao nhận thức, tạo sự đồng thuận và phát huy sự đóng góp của xã hội trong việc xây dựng, ban hành và thực hiện các chủ trương, chính sách mới về GD&ĐT các cấp khi triển khai thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm của Ngành theo tinh thần Nghị quyết số 29-NQ/TW. Thông qua các hoạt động truyền thông về giáo dục giúp cho đội ngũ cán bộ quản lý, cán bộ phụ trách truyền thông, GV và nhân viên ngành GD&ĐT nâng cao hiệu quả công tác quản lý hoạt động truyền thông về giáo dục các cấp. Trong số các mục tiêu trên, mục tiêu được đánh giá cao nhất là “Nâng cao nhận thức, tạo sự đồng thuận và phát huy sự đóng góp của xã hội trong việc xây dựng, ban hành và thực hiện các chủ trương, chính sách mới về GD&ĐT” với điểm trung bình là 2,39 trên thang điểm 3, điều này cho thấy GV và CBQL đã đánh giá rất cao mục tiêu này đối với hoạt động truyền thông trong nhà trường.

3.2. Đánh giá về nội dung truyền thông giáo dục

Bảng 3: Đánh giá sự cần thiết về nội dung truyền thông giáo dục

TT	Nội dung truyền thông trong giáo dục	Không cần thiết		Cần thiết		Rất cần thiết		Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
		SL	%	SL	%	SL	%		
1	Những quan điểm, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về GD&ĐT	7	1,2	321	54,9	257	43,9	2,43	0,51
2	Chương trình, kế hoạch, nội dung, phương pháp, kiểm tra và đánh giá kết quả dạy và học	7	1,2	304	52,0	274	46,8	2,46	0,52
3	Hệ thống giáo dục quốc dân và quy hoạch mạng lưới cơ sở GD&ĐT	11	1,9	355	60,7	219	37,4	2,36	0,51
4	Phân luồng và định hướng giáo dục nghề nghiệp ở giáo dục phổ thông	13	2,2	342	58,5	230	39,3	2,37	0,52
5	Các nghiên cứu và ứng dụng khoa học giáo dục	11	1,9	372	63,6	202	34,5	2,33	0,51
6	Các vấn đề liên quan đến xã hội hoá giáo dục	7	1,2	372	63,6	202	34,5	2,34	0,50
7	Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động GD&ĐT	3	0,5	294	50,3	288	49,2	2,49	0,51
8	Các chương trình, đề án, kế hoạch của nhà trường đã được phê duyệt	6	1,0	324	55,4	255	43,6	2,43	0,51

TT	Nội dung truyền thông trong giáo dục	Không cần thiết		Cần thiết		Rất cần thiết		Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
		SL	%	SL	%	SL	%		
9	Các mô hình, cách thức phối hợp thực hiện của các cấp, các ngành, các doanh nghiệp, các gia đình trong việc thực hiện hoạt động giáo dục	6	1,0	361	61,7	218	37,3	2,36	0,50
10	Công tác quản lý, trách nhiệm của các cơ sở GD&ĐT	5	0,9	353	60,3	227	38,8	2,38	0,50
11	Giới thiệu và biểu dương các nhân tố điển hình, những tập thể, đơn vị nhà trường tiêu biểu trong giáo dục	6	1,0	336	57,4	243	41,5	2,40	0,51

Bảng 3 cho thấy: Trong 11 vấn đề được trưng cầu ý kiến GV và CBQL về những nội dung hoạt động truyền thông giáo dục cần tập trung tuyên truyền, nội dung được đánh giá cao nhất là: “*Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động GD&ĐT*” với điểm trung bình đạt 2,49 trên thang điểm 3, các nội dung được đánh giá là cần thiết tiếp theo lần lượt là “*Chương trình, kế hoạch, nội dung, phương pháp, kiểm tra và đánh giá kết quả dạy và học*” (Điểm trung bình 2,46); “*Các chương trình, đề án, kế hoạch của nhà trường đã được phê duyệt*” (Điểm trung bình 2,43). Nội dung được đánh giá không cần thiết nhất là “*Các nghiên cứu và ứng dụng khoa học giáo dục*” (Điểm trung bình 2,33).

Trên thực tế, các nội dung của hoạt động truyền thông trong giáo dục cần tập trung và xuyên suốt từ các quan điểm, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước đến việc triển khai các đổi mới căn bản, toàn diện GD&ĐT ở địa phương. Qua đó, xây dựng lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra công tác quản lý hoạt động truyền thông về giáo dục để nâng cao chất lượng của hoạt động truyền thông. Như vậy, có thể thấy rằng GV và CBQL đã có sự đánh giá cao về một số nội dung của hoạt động truyền thông giáo dục trong nhà trường, tuy nhiên chưa nắm được sự đồng bộ và xuyên suốt của các nội dung.

3.3. Đánh giá về hình thức tổ chức truyền thông trong giáo dục

Bảng 4: Đánh giá về hình thức tổ chức công tác truyền thông trong giáo dục ở các trường học

TT	Hình thức tổ chức truyền thông trong giáo dục	Không hiệu quả		Hiệu quả		Rất hiệu quả		Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
		SL	%	SL	%	SL	%		
1	Tổ chức các hội nghị, hội thảo lấy ý kiến phản hồi, phản biện của các chuyên gia về hoạt động giáo dục	15	2,6	402	68,7	168	28,7	2,26	0,49
2	Tập huấn về biên tập nội dung tuyên truyền cho đội ngũ cán bộ phụ trách trang thông tin điện tử	13	2,2	390	66,7	182	31,1	2,29	0,50

TT	Hình thức tổ chức truyền thông trong giáo dục	Không hiệu quả		Hiệu quả		Rất hiệu quả		Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
		SL	%	SL	%	SL	%		
3	In ấn, phát hành các ấn phẩm, tài liệu để thông tin về các nội dung giáo dục phù hợp	20	3,4	396	67,7	169	28,9	2,26	0,50
4	Phối hợp các báo, tạp chí, đài phát thanh và truyền hình địa phương để xây dựng các chuyên mục, chuyên đề truyền thông	23	3,9	404	69,1	158	27,0	2,23	0,50
5	Xây dựng chuyên mục trên trang thông tin điện tử để cập nhật các nội dung, tin, bài tuyên truyền và tiếp nhận các ý kiến của người dân, dư luận xã hội	7	1,2	394	67,4	184	31,5	2,33	0,48
6	Lồng ghép nội dung truyền thông vào chương trình giảng dạy, các buổi sinh hoạt trong nhà trường và trong hoạt động cộng đồng ở địa phương	6	1,0	378	64,6	201	34,4	2,33	0,49
7	Phối hợp các đoàn thể, tổ chức xã hội để tuyên truyền sâu rộng trong nhân dân	12	2,1	383	65,5	190	32,5	2,30	0,50
8	Phối hợp với các cơ quan thông tin, truyền thông trên địa bàn để huy động tinh thần tham gia giám sát, phản biện của toàn xã hội về các vấn đề giáo dục	11	1,9	389	66,5	185	31,6	2,30	0,49

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hình thức tổ chức truyền thông trong giáo dục được đánh giá hiệu quả nhất là: “*Xây dựng chuyên mục trên trang thông tin điện tử để cập nhật các nội dung, tin, bài tuyên truyền và tiếp nhận các ý kiến của người dân, dư luận xã hội*” và “*Lồng ghép nội dung truyền thông vào chương trình giảng dạy, các buổi sinh hoạt trong nhà trường và trong hoạt động cộng đồng ở địa phương*” với điểm trung bình đạt 2,33.

Các phương pháp được đánh giá ít hiệu quả nhất là “*Phối hợp các báo, tạp chí, đài phát thanh và truyền hình địa phương để xây dựng các chuyên mục, chuyên đề truyền thông*” (Điểm trung bình 2,23); “*In ấn, phát hành các ấn phẩm, tài liệu để thông tin về các nội dung giáo dục phù hợp*” (Điểm trung bình 2,26). Như vậy, trong thời đại phát triển của công nghệ thông tin truyền thông và mạng xã hội... và hạn chế vai trò của các sản phẩm in ấn truyền thống. Việc có sự đánh giá khác biệt về hiệu quả của các hình thức này cho thấy sự thay đổi nhận thức về phương pháp truyền thông của GV và CBQL đã đi theo quy

luật chung của sự thay đổi giáo dục trong thời đại 4.0, chuyển đổi số thay vì sử dụng các hình thức truyền thống.

3.4. Đánh giá về biện pháp nâng cao chất lượng truyền thông trong giáo dục

Bảng 5: Đánh giá về biện pháp nâng cao chất lượng truyền thông giáo dục

TT	Biện pháp nâng cao chất lượng truyền thông giáo dục	Không cần thiết		Cần thiết		Rất cần thiết		Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
		SL	%	SL	%	SL	%		
1	Nâng cao nhận thức về công tác truyền thông về giáo dục trong trường học	4	0,7	337	57,6	244	41,7	2.41	0,50
2	Lập kế hoạch và xây dựng các chương trình truyền thông về GD thống nhất với yêu cầu, nội dung đã được xác định	9	1,5	346	59,1	230	39,3	2.37	0,51
3	Xây dựng một đội ngũ có khả năng đảm nhiệm công tác truyền thông về giáo dục đạt hiệu quả cao nhất	5	0,9	341	58,3	239	40,9	2.40	0,50
4	Kiểm tra đánh giá chất lượng, hiệu quả truyền thông về giáo dục thường xuyên	10	1,7	363	62,1	212	36,2	2.34	0,51
5	Hoàn thiện chế độ chính sách và tăng cường nguồn lực, cơ sở vật chất đảm bảo công tác truyền thông giáo dục	6	1,0	367	62,7	212	36,2	2.35	0,49

Số liệu thu được ở Bảng 5 cho thấy: Các biện pháp “Nâng cao nhận thức về công tác truyền thông về giáo dục trong trường học” và “Xây dựng một đội ngũ có khả năng đảm nhiệm công tác truyền thông về giáo dục đạt hiệu quả cao nhất” được GV và CBQL đánh giá cao với điểm trung bình lần lượt là 2,41 và 2,40. Thực tế cho thấy, hiện nay ở các trường đều sử dụng GV kiêm nhiệm để làm công tác truyền thông. Những GV được phân công nhiệm vụ truyền thông vẫn phải đảm bảo các hoạt động khác của nhà trường. Như vậy nhất thiết phải đổi mới và nâng cao năng lực truyền thông cho người làm công tác này để có khả năng đảm nhiệm công tác truyền thông đạt hiệu quả cao nhất”.

Các biện pháp “Kiểm tra đánh giá chất lượng, hiệu quả truyền thông về giáo dục thường xuyên” và “Hoàn thiện chế độ chính sách và tăng cường nguồn lực, cơ sở vật chất đảm bảo công tác truyền thông giáo dục” được đánh giá thấp với điểm trung bình lần lượt là 2,34 và 2,35. Tuy nhiên khi phỏng vấn sâu một số CBQL ở các trường, nhóm tác giả ghi nhận sự phản hồi về những khó khăn mà các trường gặp phải khi thực hiện 02 biện pháp nêu trên, đòi hỏi quá trình triển khai trong thời gian dài. Tuy nhiên, một số biện pháp có thể thực hiện để nâng cao chất lượng truyền thông như cải tiến các chế độ chính sách đối với những người tham gia thực hiện chương trình truyền thông, tăng cường hỗ trợ cơ sở vật chất cho nhóm thực hiện các chương trình truyền thông giáo dục. Đặc biệt, ở một số

trường tiểu học có chính sách khuyến khích, khen thưởng kịp thời đối với các sản phẩm tốt về truyền thông được ghi nhận.

3.5. So sánh nhận thức về truyền thông giáo dục với các yếu tố khác

Bảng 6: So sánh đánh giá về truyền thông giáo dục với các yếu tố khác

(a) Nhóm vị trí việc làm

Các yếu tố truyền thông	Vị trí việc làm	Số lượng mẫu	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	F	p
Mục tiêu	Giáo viên	461	2,35	0,45	5,715	0,017
	Cán bộ quản lý	124	2,46	0,50		
Nội dung	Giáo viên	461	2,37	0,50	5,359	0,021
	Cán bộ quản lý	124	2,47	0,39		
Biện pháp	Giáo viên	461	2,35	0,45	6,230	0,013
	Cán bộ quản lý	124	2,47	0,45		

(b) Nhóm cơ quan công tác

Các yếu tố truyền thông	Cơ quan công tác	Số lượng mẫu	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	F	p
Mục tiêu	Trường mầm non	520	2,35	0,46	9,951	0,000
	Trường tiểu học	48	2,66	0,42		
	Các trung tâm	17	2,43	0,57		
Nội dung	Trường mầm non	520	2,36	0,42	13,876	0,000
	Trường tiểu học	48	2,69	0,34		
	Các trung tâm	17	2,53	0,37		
Biện pháp	Trường mầm non	520	2,35	0,44	10,347	0,000
	Trường tiểu học	48	2,65	0,40		
	Các trung tâm	17	2,45	0,48		

Phép kiểm định giá trị trung bình ANOVA được sử dụng để so sánh sự khác biệt trong đánh giá về các yếu tố của truyền thông giáo dục với các nhóm với vị trí việc làm (Giáo viên và cán bộ quản lý) và nhóm cơ quan công tác (Trường mầm non, tiểu học, các trung tâm). Kết quả thu được ở Bảng 6 như sau:

- Đối với nhóm vị trí việc làm, đánh giá về truyền thông trong giáo dục giữa GV và CBQL có sự khác biệt tương đối rõ nét. Cụ thể: Hệ số Sig ($p < 0,05$) cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa về mặt thống kê giữa 2 nhóm GV và CBQL trong đánh giá các yếu tố của truyền thông giáo dục. Độ lệch chuẩn của các câu trả lời dao động từ 0,39 đến 0,50 cho thấy mức độ khác biệt, phân tán giữa các câu trả lời của các nhóm diễn ra không đáng kể, hầu hết các câu trả lời đều cùng một đáp án tương tự nhau. Đặc biệt, CBQL có xu hướng nhận thức rõ ràng và đánh giá cao về vấn đề truyền thông (Điểm trung bình dao động từ 2,66 đến 2,69) trong khi ở GV có điểm TB dao động từ 2,35 đến 2,37. Ở GV, công việc chủ yếu là giảng dạy nên nhận thức về vấn đề truyền thông trong nhà trường có thể còn hạn chế hơn so với CBQL.

- Đối với những GV ở các cơ quan công tác khác nhau, cũng có sự khác biệt về mức độ nhận thức và đánh giá về mục tiêu, nội dung và các biện pháp nâng cao chất lượng truyền thông giáo dục. Cụ thể: Hệ số Sig ($p=0,000$) cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa về mặt thống kê giữa 2 nhóm GV và CBQL trong đánh giá các yếu tố của truyền thông giáo dục. Bên cạnh đó, độ lệch chuẩn của các câu trả lời dao động từ 0,37 đến 0,57 cho thấy mức độ khác biệt, phân tán giữa các câu trả lời của các nhóm diễn ra không đáng kể, hầu hết các câu trả lời của nhóm giống nhau đều cùng một đáp án tương tự nhau. Đặc biệt, GV ở trường tiểu học có mức độ đánh giá cao nhất về các yếu tố truyền thông (Điểm trung bình dao động từ 2,66 đến 2,69) và ngược lại, giáo viên ở các trường mầm non lại có xu hướng đánh giá thấp vấn đề này (Điểm trung bình 2,35).

Như vậy, có thể khẳng định, về vị trí việc làm và cơ quan công tác là những yếu tố tạo nên sự khác biệt trong nhận thức và đánh giá của GV về vấn đề truyền thông giáo dục. Sự khác biệt này có ý nghĩa về mặt thống kê ($p<0,05$).

3. Kết luận

Thông qua kết quả nghiên cứu mức độ nhận thức và đánh giá của giáo viên và cán bộ quản lý ở các trường học trên địa bàn tỉnh Nghệ An về công tác truyền thông giáo dục hiện nay cho thấy: Nhận thức về mục tiêu, nội dung, hình thức tổ chức của truyền thông giáo dục ở mức tương đối cao. Hầu hết các giáo viên và cán bộ quản lý đều đánh giá cao vai trò của yếu tố truyền thông giáo dục hiện nay. Có sự khác biệt có ý nghĩa về mặt thống kê giữa vị trí việc làm và cơ quan công tác của giáo viên trong nhận thức và đánh giá về vấn đề truyền thông giáo dục. Kết quả nghiên cứu có thể là tài liệu tham khảo cho nhà trường trong việc nắm bắt hiểu biết và đánh giá của giáo viên, từ đó có những điều chỉnh phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả của công tác truyền thông giáo dục hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Andrew J. Elliot, Carol S. Dweck and David S. Yeager (2017). *Handbook of competence and motivation: theory and application*. The Guilford Press, p. 738.
- Arman F. (2009). *Employees motivation at Areco India manufacturing private Limited*. The M.B.A. Degree Course of Bangalore University.
- Arnold John (2007). *Psychologie práce: pro manažery a personalisty*. Computer Press.
- Carr G. (2005). *Investigating the motivation of Retail Managers at a Retail Organization in the Western Cape*. Mini - thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Magister Commercii, University of the Western Cape.
- Kovach K. A. (1987). What motivates employees? Workers and supervisors give different answers. *Business Horizons*, 30(5), 58-65. DOI: [10.1016/0007-6813\(87\)90082-6](https://doi.org/10.1016/0007-6813(87)90082-6)
- Nguyễn Thị Minh Hiền (2018). Hoạt động quan hệ công chúng trong Chính phủ và các cơ quan nhà nước tại Việt Nam. *Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông*, số tháng 11.
- Nguyễn Thị Minh Hiền (2017). Thực tiễn mô hình bộ phận truyền thông của các cơ quan nhà nước tại Việt Nam hiện nay. *Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông*, số tháng 5.

Vladimiras Grazulis and Martina Laskova (2009). *Motivation of human potential: theory and practice (monograph)*. Vilnius: Publishing Centre of Mykolas Romeris University.

ABSTRACT

COMMUNICATION AFFAIRS IN EDUCATION IN SCHOOLS IN NGHE AN PROVINCE

Tran Hang Ly, Nguyen Thi Phuong Nhung

College of Pedagogy, Vinh University, Nghe An, Vietnam

Received on 13/9/2023, accepted for publication on 16/01/2024

The research was conducted to investigate the current awareness and assessment of teachers and managers about the goals, content, methods and communication measures in education in schools. Through a self-reported questionnaire, 585 teachers and managers of schools in Nghe An province were surveyed to find out the current level of awareness and assessment of communication in education in schools and their relationship with other factors such as gender, seniority, education level, living and working location. The article also discusses research results and proposes administrative implications to raise awareness for teachers and managers about current communication issues in education.

Keywords: Communications; education; manager; teachers; schools.