So sánh thực trạng giáo dục năng lực truyền thông tại một số quốc gia trên thế giới

ThS NGUYỄN THỊ VÂN TRANG
Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: vantrang.ajc@gmail.com

Nhận ngày 16 tháng 4 năm 2022; chấp nhận đăng tháng 7 năm 2022.

Tóm tắt: *Cuộc khủng hoảng toàn cầu liên quan đến đại dịch Covid-19 nhấn mạnh tầm quan trọng của công nghệ kỹ thuật số và năng lực truyền thông đối với xã hội của chúng ta để tiếp cận thông tin chính xác, điều hướng tin tức trong môi trường Internet để tăng cường khả năng phục hồi trước nhiều thách thức mà nhân loại phải đối mặt. Thông qua việc giáo dục năng lực truyền thông, người học có thể phát triển khả năng tiếp cận, hiểu, phân tích và khởi tạo nội dung truyền thông. Đây là một kỹ năng thiết yếu hình thành nhận thức, niềm tin và thái độ của mỗi người, đặc biệt là với giới trẻ.*
Từ khóa: *năng lực truyền thông; giáo dục; nghiên cứu so sánh.*

Abstract: *The global crisis related to the Covid-19 pandemic raises the importance of digital technology and media literacy for our society to access accurate information and navigate information on the Internet to strengthen resilience to the challenges that humanity is facing. Through media literacy education, learners can develop the ability to access, understand, analyze, and create media content. This is an essential skill that shapes the perception, beliefs, and attitudes of all people , especially young ones.*
Keywords: *media literacy; education; comparative study.*

1. Tổng quan giáo dục năng lực truyền thông

Theo UNESCO năng lực truyền thông liên quan đến rất nhiều phương diện bao gồm giao tiếp, đào tạo, cảm xúc, khả năng sử dụng phương tiện số, phương tiện truyền thông và tài chính. Với cách mạng công nghệ 4.0 và sự xuất hiện của các công nghệ mới, định nghĩa của "năng lực" (literacy) cũng có sự thay đổi. Một trong những định nghĩa phổ biến nhất về năng lực truyền thông theo James Potter là khả năng áp dụng tư duy phản biện và kỹ năng quan sát đối với những gì chúng ta nhìn thấy, nghe thấy và đọc được. Nó là năng lực tiếp cận, phân tích, đánh giá và khởi tạo thông tin[1]. UNESCO định nghĩa năng lực truyền thông bao gồm (1) Hiểu biết về vai trò và chức năng của truyền thông; (2) Hiểu biết về các điều kiện để truyền thông hoàn thành chức năng của mình; (3) Năng lực đánh giá phản biện nội dung truyền thông; (4) Năng lực sử dụng truyền thông để thể hiện bản thân và tham gia xã hội và (5) Năng lực khởi tạo nội dung truyền thông[2].

Một mặt khác, Hiệp hội năng lực truyền thông quốc gia Hoa Kỳ định nghĩa giáo dục năng lực truyền thông giúp người học phát triển kỹ năng nghiên cứu và thể hiện bản thân thông qua việc rèn luyện tư duy phản biện, kỹ năng giao tiếp hiệu quả để trở thành những công dân năng động trong thế giới hiện đại[3]. Điều đó có nghĩa là việc thúc đẩy năng lực truyền thông của người học đòi hỏi sự nỗ lực của một hệ thống giáo dục. Giáo dục năng lực truyền thông giúp người học trở thành những cá nhân tích cực và hiệu quả trong xã hội truyền thông với khả năng: (1) Xác định các hình thái khác nhau của phương tiện truyền thông, (2) Biết cách sử dụng chúng hiệu quả với những mục đích khác nhau, (3) Quản lý nhu cầu thông tin của bản thân và có chính kiến trong việc xử lý thông tin, (4) Đặt câu hỏi đối với bất cứ thông tin nào được đọc, nghe hoặc thấy và (5) Tiếp cận phản biện đối với những nội dung thông tin và truyền thông.

2. Thực trạng giáo dục năng lực thông tin truyền thông tại một số quốc gia trên thế giới

Kể từ những năm 60 của thế kỷ trước, UNESCO

đã tích cực bắt tay vào việc thiết kế và hỗ trợ giáo dục năng lực truyền thông và khởi động chương trình toàn cầu để thu hẹp sự bất bình đẳng về thông tin. Đức, Hà Lan, Nga, Mỹ, Nam Phi, Malaysia và Nhật Bản là những quốc gia nghiêm túc theo đuổi việc giáo dục năng lực truyền thông như một phần của chương trình giảng dạy chính thức ở các cấp học khác nhau[4].

Canada là quốc gia đầu tiên có hệ thống giáo dục chính thức lồng ghép năng lực truyền thông vào giảng dạy với những phong trào mạnh mẽ nhất vào cuối những năm 60. Vào năm 1978, Hiệp hội Năng lực Truyền thông Canada được hình thành đánh dấu sự khởi đầu về việc đưa năng lực truyền thông vào giảng dạy. Đây là thời điểm mà kiến thức về năng lực truyền thông trở thành một phần bắt buộc của chương trình giảng dạy từ lớp 8 đến lớp 12. Vùng Ontario của Canada là địa điểm đăng cai tổ chức hội nghị quốc tế đầu tiên về năng lực truyền thông vào năm 1990. Hiện nay, tất cả các bang thuộc Canada đều tích hợp giáo dục năng lực truyền thông vào chương trình giảng dạy.

Tại Mỹ, khái niệm năng lực truyền thông khởi đầu có phần muộn hơn các nước khác. Với thực tế năng lực truyền thông là một điểm tựa quan trọng giúp thúc đẩy các nỗ lực về dân chủ trong thế kỷ 21, năng lực truyền thông tại Mỹ - một quốc gia dẫn đầu thế giới về sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm truyền thông - lại đang tụt hậu và kém phát triển hơn hẳn ở các nước phương Tây khác như Anh hay Canada. Hầu hết các trường công lập ở Mỹ đang rất cần xây dựng và áp dụng các chương trình giáo dục năng lực truyền thông, và trẻ em ở Mỹ chưa có cơ hội tiếp cận bình đẳng với năng lực truyền thông. Các trở ngại chính đã được chỉ ra cho thực trạng này bao gồm: địa lý rộng lớn, đa dạng về mặt văn hóa, thiếu vắng các tổ chức và mô hình lý thuyết khác nhau về năng lực truyền thông [5].

Tại Châu Á, với các quốc gia tiến bộ như Nhật Bản hay các nước đang phát triển như Thái Lan, Malaysia, Philippines, khái niệm năng lực truyền thông của công chúng được phổ cập khá muộn so với các nước phương Tây, khoảng cuối những năm 90 của thế kỷ trước.

Philippines là quốc gia Châu Á được tiếp cận và hình thành sớm nhất những khái niệm và lý thuyết về năng lực truyền thông. Đây là một trong số ít quốc gia trên toàn thế giới, và có lẽ là quốc gia đầu tiên trong khu vực ASEAN, chính thức tích hợp chủ đề năng lực truyền thông trong chương trình giáo dục cơ bản. Tại Philippines, Bộ Giáo dục đã tích hợp kiến thức năng lực truyền thông như một nội dung chính trong chương trình trung học phổ thông từ năm 2013, thường là lớp 11 hoặc 12 tùy vào nguồn lực của mỗi trường. Các trường Đại học cũng có những chương trình giảng dạy chuyên sâu về năng lực truyền thông.

Thái Lan là quốc gia tiếp theo đi sau Philippines về tiếp cận năng lực truyền thông vào khoảng những năm 1980. Hiện nay, tại đây các tổ chức dân sự hoạt động tích cực để nâng cao năng lực truyền thông đặc biệt cho trẻ em, với mục đích bảo vệ trẻ em khỏi tác hại tiêu cực của truyền thông số. Bộ Kinh tế số và Xã hội Thái Lan đã thực hiện dự án Năng lực truyền thông số năm 2016, với chương trình giáo dục năng lực truyền thông chủ yếu tập trung vào học sinh cấp 2 và đại học.

Nhật Bản tuy là nước phát triển nhưng bắt đầu hình thành khái niệm về năng lực truyền thông khá muộn, vào năm 1990. Khái niệm năng lực truyền thông tại quốc gia này tập trung vào khả năng phân tích chuyên sâu các sản phẩm truyền thông, tuy nhiên đôi lúc còn gộp chung giữa khái niệm năng lực truyền thông và năng lực sử dụng các phương tiện kỹ thuật số. Hầu hết các chương trình giáo dục năng lực truyền thông tại Nhật Bản đều là chương trình tự chọn, được phát triển và đẩy mạnh bởi Bộ Bưu chính Viễn thông với mục tiêu đề cao vai trò và tầm quan trọng của tư duy phản biện khi sử dụng truyền thông.

Malaysia mặc dù cũng là một trong những nước tiếp cận muộn hơn với giáo dục năng lực truyền thông tại Châu Á, vào khoảng năm 1998, tuy nhiên tại đây chương trình giáo dục năng lực truyền thông là chương trình bắt buộc, tập trung vào khả năng sử dụng các phương tiện kỹ thuật số. Chương trình bao gồm các môn học về Khoa học và Công nghệ thông tin truyền thông trong tiểu học, trung học cơ sở và trung học phổ thông.

3. Thực trạng năng lực truyền thông của công chúng tại Việt Nam và bài học rút ra

Năng lực truyền thông tại Việt Nam là một khái niệm không mới, nhưng nó bị bó hẹp trong phạm vi năng lực của đơn vị truyền thông (khả năng truyền tải thông tin) và của người hành nghề (năng lực sản

xuất thông tin). Năng lực truyền thông chủ yếu được hiểu là năng lực của nhà truyền thông, gắn liền với hoạt động đào tạo nghề nghiệp trong cơ sở giáo dục và bồi dưỡng nghiệp vụ trong thực tiễn công việc[6]. Tuy nhiên, trong xã hội thông tin, khái niệm năng lực truyền thông ngày càng được nhìn nhận nhiều hơn từ phía công chúng như năng lực để hiện thực hoá quyền và nhu cầu tiếp cận thông tin. Một trong những cột mốc quan trọng về hội nhập khái niệm năng lực truyền thông của công chúng tại Việt Nam là dự án nghiên cứu quốc tế "Năng lực truyền thông như năng lực thúc đẩy sự phát triển của xã hội" do Liên minh Châu Âu tài trợ, Đại học Tổng hợp Viên (Áo) chủ trì thực hiện ở 3 nước Đông Nam Á là Thái Lan, Malaysia và Việt Nam. Trong khuôn khổ dự án, Học viện Báo chí và Tuyên truyền và Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn Thành phố Hồ Chí Minh đã thực hiện một nghiên cứu chuyên sâu về năng lực truyền thông của công chúng, hình thành khung lý thuyết cơ bản và xây dựng lớp học trực tuyến "Nâng cao năng lực truyền thông của công chúng" trên nền tảng web-site www.openlearning.com. Tuy nhiên, những nội dung này chưa thực sự phổ biến và chưa được áp dụng vào hệ thống giáo dục quốc gia.

Phân tích sự tương đồng giữa giáo dục năng lực truyền thông tại các nước, có thể thấy được những giá trị mà Việt Nam có thể học tập:

Khái niệm năng lực truyền thông được nghiên cứu kỹ lưỡng, đồng nhất dựa trên bản chất và được xây dựng một kế hoạch dài hạn để phát triển.

Các nội dung về năng lực truyền thông được đưa vào chương trình giảng dạy tại các nước, dù bắt buộc hay tự chọn.

Mỗi quốc gia đều giao cho một cơ sở chuyên biệt phụ trách về giáo dục năng lực truyền thông.

Các chương trình giảng dạy về năng lực truyền thông được xây dựng phù hợp với điều kiện cụ thể về văn hóa xã hội của quốc gia đấy.

Kết quả và mức độ hiệu quả của giáo dục năng lực truyền thông có thể được kiểm tra và đánh giá.

Xây dựng sẵn hệ thống tài liệu trực quan để giáo dục nâng cao hiểu biết về năng lực truyền thông trong trường học.

Tập trung vào nâng cao năng lực sử dụng phương tiện truyền thông và khả năng giải mã các thông điệp truyền thông để phát triển tư duy phản biện của người học

Bên cạnh đó là một số hạn chế trong giáo dục năng lực truyền thông tại các quốc gia mà Việt Nam có thể nghiên cứu từ đó cân nhắc kỹ tìm ra phương hướng xử lý phù hợp với nước ta khi xây dựng và lồng ghép vào chương trình giảng dạy:

Tại các nước đặc biệt là châu Á, các khía cạnh về công nghệ và kỹ thuật số được nhấn mạnh hơn trong chương trình giáo dục năng lực truyền thông. Kỹ năng thực hành như công nghệ máy tính, lập trình, hay việc sử dụng các phương tiện kỹ thuật số khác được coi là quan trọng trong sự phát triển của đất nước. Vấn đề về nhận thức, tư duy, đạo đức hay tâm lý xã hội của năng lực truyền thông thường bị đặt nhẹ hơn trong cùng một chương trình giảng dạy. Điều này đặt trong bối cảnh của Việt Nam có thể là thuận lợi nhưng cũng có thể là hạn chế. Trong một thời gian ngắn, việc tập trung vào đào tạo các kỹ năng truyền thông là một chiến lược tốt giúp phủ sóng giáo dục truyền thông, đáp ứng được nhu cầu cấp thiết để bắt kịp làn sóng số của giới trẻ, đặc biệt đối với những khu vực nông thôn hay vùng sâu vùng xa. Tuy nhiên, năng lực truyền thông không chỉ tồn tại độc nhất trên phương diện kỹ thuật mà còn cần phải đi cùng với tư duy phản biện. Nếu như việc sử dụng các công nghệ kỹ thuật số tạo điều kiện giúp cho giới trẻ bắt kịp công nghệ truyền thông một cách nhanh chóng thì về lâu về dài, việc hoàn thiện tư duy phản biện trong năng lực truyền thông mới là hướng phát triển bền vững cho xã hội, giúp cho công chúng phân biệt được tin thật tin giả, bảo vệ bản thân khỏi những nguy hiểm trong môi trường số và định hình dấu ấn cá nhân.

Ở hầu hết các quốc gia còn thiếu các khóa đào tạo chuyên sâu về năng lực truyền thông cho giáo viên. Kể cả ở những quốc gia phát triển như Nhật Bản, hay quốc gia nhận thức sớm về năng lực truyền thông như Philippines, giáo viên giảng dạy các nội dung này không bắt buộc phải có những chứng chỉ bằng cấp liên quan. Tự học hoặc tham gia các hội thảo là cách phổ biến để các nhà giáo dục quan tâm tại những quốc gia này làm quen với kiến thức và phương pháp sư phạm.

Thiếu sự phối hợp đồng bộ: Chính phủ, cơ quan truyền thông, các tổ chức, trường học và các bên liên quan tại các quốc gia đều tích cực giới thiệu sáng kiến và tham gia vào giáo dục năng lực truyền thông bằng

cách này hay cách khác. Tuy nhiên, họ chưa thể phối hợp với nhau để tạo ra một hướng tiếp cận hay phương pháp đồng bộ, thường là những nỗ lực rời rạc và ngắn hạn, gây khó khăn cho việc đánh giá tổng thể và tác động của giáo dục năng lực truyền thông.

4. Một số khuyến nghị nhằm phát triển giáo dục năng lực truyền thông tại Việt Nam

Để đảm bảo sự phát triển bền vững, giáo dục năng lực truyền thông đầu tiên cần phải dựa trên một nền tảng lý luận vững chắc. Như đã đề cập ở trên, dù khái niệm năng lực truyền thông ở Việt Nam không mới nhưng chưa được phát triển toàn diện và chưa có tính hệ thống. Tại các quốc gia áp dụng kiến thức về năng lực truyền thông vào giảng dạy, khái niệm này đã được nghiên cứu kỹ lưỡng, từ đó Chính phủ đã xây dựng một kế hoạch dài hạn mang tính chiến lược để phát triển. Các nghiên cứu về năng lực truyền thông ở Việt Nam trước mắt cần phải được phát triển đồng nhất dựa trên bản chất và linh hoạt dựa vào môi trường kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội của quốc gia. Các trường đại học, với vai trò là trung tâm nghiên cứu, có thể đăng ký tham gia các dự án quốc tế về năng lực truyền thông như dự án "Năng lực truyền thông như năng lực thúc đẩy sự phát triển của xã hội" do Liên minh châu Âu tài trợ, hoặc đẩy mạnh tăng cường hợp tác với các tổ chức như Hiệp hội Năng lực truyền thông AML (Canada), UNESCO hay Trung tâm thông tin và Truyền thông châu Á (AMIC) để tiếp cận những kiến thức mới về năng lực truyền thông, qua đó xây dựng bộ công cụ và hệ thống phương pháp luận riêng phù hợp.

Để có thể từng bước đưa năng lực truyền thông vào chương trình giảng dạy, trước hết giáo viên phải là người nắm rõ được những kiến thức và kỹ năng liên quan. Hiện nay ở Việt Nam chưa có một chương trình đào tạo chuyên môn tập trung vào năng lực truyền thông, tuy nhiên trước mắt các kết quả nghiên cứu về năng lực truyền thông có thể được phổ biến cho giáo viên, giảng viên thông qua các khóa học ngắn hạn, các khóa học trực tuyến như khóa học "Nâng cao năng lực truyền thông của công chúng" trên nền tảng website www.openlearning.com hoặc lồng ghép vào các chương trình đào tạo về truyền thông. Ngoài ra, một cách hiệu quả khác để phổ biến kiến thức về năng lực truyền thông đấy chính là thành lập các hiệp hội, tổ chức, hoặc các nhóm chuyên môn để các nhà nghiên cứu quan tâm có thể tham gia và cùng thảo luận, chia sẻ.

Việt Nam cần từng bước đưa năng lực truyền thông vào chương trình giảng dạy phù hợp với độ tuổi, phải xây dựng một lộ trình chiến lược phù hợp, bước đầu lồng ghép các nội dung về năng lực truyền thông vào giảng dạy và định hướng xây dựng chương trình giáo dục phát triển bền vững trong tương lai. Việc phát triển chương trình giảng dạy cần giao cho một đơn vị chuyên trách như Bộ Giáo dục và Đào tạo hoặc Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì. Đối với các đối tượng khác nhau, chương trình giảng dạy sẽ được phát triển và tinh chỉnh phù hợp. Ví dụ, với đối tượng trẻ em trong chương trình giáo dục phổ thông cấp 1 và cấp 2, bước đầu có thể tập trung vào việc xây dựng các kỹ năng cơ bản để sử dụng các phương tiện truyền thông kỹ thuật số như kỹ năng sử dụng máy tính, lập trình, các phần mềm và công cụ sáng tạo nội dung truyền thông như máy quay phim, máy ảnh, điện thoại thông minh,… Với các đối tượng lớn hơn có thể đào tạo song song về kỹ năng và đồng thời tăng cường hiểu biết về cách phân biệt tin thật và tin giả, đẩy mạnh khả năng giải mã các thông điệp truyền thông, tăng cường nhận thức về các mối nguy hiểm trên các phương tiện truyền thông mới để phát triển tư duy phản biện của người học. Với các chương trình đào tạo ở bậc đại học, các trường đại học có thể nghiên cứu để xây dựng chương trình đào tạo chuyên ngành về năng lực truyền thông cấp chứng chỉ hoặc cấp bằng đại học và sau đại học để tiếp tục đẩy mạnh và phát triển bền vững giáo dục năng lực truyền thông tại Việt Nam./.

(1) James Potter, Media Literacy (2017), *21st Century Communication, A Reference*, NXB. Thousand Oaks, tr. 558-567.

(2) UNESCO, *Media and Information Literacy, Curriculum for Teachers*, 2011, tr.18.

(3) NAMLE (2016), *Core Principles of Media Literacy Education*, http://namle.net/publications/core-principles/.

(4) Hobbs R.(2004), *A Review of School-based Initiative in Media Literacy Education*, NXB American Behavioral Scientist,

(5) Kubey R.(2004), *What is media education and why it is important?,* Television Quarterly, tr. 21-27.

(6) Vũ Thanh Vân, *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 số 7.2021