# Kiến thức và kỹ năng cốt lõi của năng lực truyền thông trong kỷ nguyên số

**TS VŨ THANH VÂN**
Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: vanvuajc@gmail.com

Nhận ngày 14 tháng 12 năm 2021; chấp nhận đăng tháng 2 năm 2022.

***Tóm tắt:*** *Năng lực truyền thông trong kỷ nguyên số là vấn đề được đặc biệt quan tâm trong môi trường truyền thông mới và bối cảnh chuyển đổi số. Các xu hướng truyền thông hội tụ, truyền thông tích hợp, truyền thông đa phương tiện và sự phát triển như vũ bão của công nghệ nhấn mạnh tầm quan trọng của các kiến thức, kỹ năng công nghệ. Trên cơ sở khảo sát ý kiến của sinh viên các chương trình báo chí - truyền thông, bài viết này hệ thống hóa các kiến thức, kỹ năng quan trọng cấu thành năng lực truyền thông trong kỷ nguyên số.*
***Từ khóa:*** *năng lực truyền thông; kiến thức; kỹ năng; kỷ nguyên số.*

***Abstract:*** *Communication competence in the digital era is of particular interest in the new media environment and digital transformation. The trends of media convergence, integrated media, multimedia and the rapid technological development emphasize the importance of technological knowledge and skills. Based on a survey conducted among students majoring in journalism - communication, this article systematizes important knowledge and skills constituting communication competence in the digital era.*
***Keywords:*** *communication competence; knowledge; skills; digital era.*

## 1. Đặt vấn đề

Năng lực truyền thông trong kỷ nguyên số là chủ đề có ý nghĩa lý luận và thực tiễn. Năng lực truyền thông thường được hiểu trên ba phương diện: năng lực của chủ thể truyền thông, khả năng kỹ thuật của phương tiện truyền thông và năng lực của công chúng truyền thông. Trong khuôn khổ của bài viết này, năng lực truyền thông được hiểu là năng lực của chủ thể truyền thông trong việc thu thập, kiểm chứng, tổ chức, trình bày và trực quan hóa thông tin để truyền tải một thông điệp trọn vẹn đến công chúng nhằm đạt được một mục tiêu cụ thể.

Năng lực truyền thông là sự kết tinh, tổng hòa của các kiến thức, kỹ năng, thái độ và phẩm chất khác nhau. Danh sách các kiến thức và kỹ năng cấu thành năng lực truyền thông có thể không có giới hạn và phụ thuộc vào bối cảnh chính trị, kinh tế, văn hóa và xã hội của mỗi quốc gia. Kiến thức, kỹ năng được coi là quan trọng trong bối cảnh văn hóa này hoặc cơ sở giáo dục này có thể không được coi là quan trọng trong bối cảnh văn hóa khác, cơ sở giáo dục khác.

Để đào tạo được các nhà truyền thông chuyên nghiệp, đủ khả năng tác nghiệp trong môi trường truyền thông số, cơ sở giáo dục cần xác định được hệ thống kiến thức, kỹ năng cấu thành năng lực truyền thông. Sinh viên sau khi tốt nghiệp cần đạt được các chuẩn kiến thức, kỹ năng thiết yếu để có thể hoàn thành được các nhiệm vụ cụ thể trong công việc và đáp ứng được yêu cầu của nghề nghiệp. Trên cơ sở đưa ra một khái niệm thao tác về năng lực truyền thông, bài viết này hướng đến trả lời câu hỏi: Năng lực truyền thông

được cấu thành từ những kiến thức và kỹ năng cốt lõi nào?

**2. Phương pháp nghiên cứu**

Nhằm xác định những kiến thức, kỹ năng cốt lõi cấu thành năng lực truyền thông, tác giả đã tiến hành khảo sát sinh viên các chuyên ngành báo chí, truyền thông, quan hệ công chúng, quảng cáo tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn Hà Nội, Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn Thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Huế, Đại học Văn Lang…

Bảng hỏi được xây dựng trên nền tảng Survey Monkey để có thể tiếp cận được nhiều đối tượng và tiết kiệm thời gian nhập dữ liệu. Người tham gia khảo sát được yêu cầu đánh giá tầm quan trọng của các kiến thức, kỹ năng cấu thành năng lực truyền thông theo thang điểm từ 1 đến 5 với 1 là rất không quan trọng; 2 là không quan trọng; 3 là bình thường; 4 là quan trọng và 5 là rất quan trọng. Kiến thức gồm ba nhóm: kiến thức chung; kiến thức lý luận, nghiệp vụ và kiến thức, hiểu biết khác. Kỹ năng gồm ba nhóm kỹ năng mềm; kỹ năng nghề nghiệp; kỹ năng công nghệ và kỹ năng hỗ trợ.

Trong số 657 sinh viên có 114 sinh viên nam (17,4%) và 543 sinh viên nữ (82,6%). Số sinh viên học các chương trình thiên về báo chí là 262 người (39,9%) và số sinh viên học các chương trình thiên về truyền thông là 395 người (60,1%). Các chương trình thiên về báo chí bao gồm báo in, phát thanh, truyền hình, báo mạng điện tử… Các chương trình thiên về truyền thông bao gồm quảng cáo, quan hệ công chúng, thương hiệu, truyền thông đa phương tiện… Mẫu nghiên cứu này được đưa vào phần mềm SPSS 26 để phân tích. Giá trị trung bình (mean) và độ lệch chuẩn (SD) được tính toán để xác định thứ hạng về tầm quan trọng của các kiến thức, kỹ năng.

**3. Kiến thức cốt lõi của năng lực truyền thông**

*Kiến thức chung*

Bất kỳ một nghề nghiệp nào cũng đòi hỏi hệ thống kiến thức chung hay kiến thức căn bản. Tác giả Nguyễn Thị Trường Giang cho rằng, một nhà báo giỏi cần có phông kiến thức rộng, kiến thức chuyên ngành báo chí và kiến thức chuyên ngành[1]. Nền tảng kiến thức này càng đa dạng và phong phú, nhà báo, nhà truyền thông càng có nhiều lợi thế trong việc tác nghiệp về các vấn đề, chủ đề khác nhau theo dòng thời sự. Kiến thức chung không chỉ được tích lũy trong quá trình học tập phổ thông, đại học mà còn cả trong quá trình học tập suốt đời.

Nền tảng kiến thức chung này bao gồm kiến thức về bối cảnh chính trị, kinh tế, văn hóa và lịch sử để nhà báo, nhà truyền thông có thể hiểu được bản chất, sứ mệnh của hệ thống báo chí - truyền thông. UNESCO cho rằng, năng lực truyền thông bao hàm những kiến thức thiết yếu về chức năng của truyền thông; các điều kiện mà trong đó các phương tiện truyền thông thực hiện hiệu quả các chức năng của mình và phương thức đánh giá việc thực hiện các chức năng này qua việc tiếp cận các nội dung truyền thông[2].

Kết quả khảo sát cho thấy, kiến thức về đạo đức báo chí - truyền thông để phân tích, đánh giá, sáng tạo, nội dung truyền thông được cho là quan trọng nhất (M = 4,5312, SD = 0,69142), tiếp đó là kiến thức về luật pháp báo chí - truyền thông (M = 4,4323, SD = 0,71486). Kiến thức về hệ thống, loại hình báo chí - truyền thông tại Việt Nam để sử dụng, tiếp cận, đánh giá nội dung truyền thông được cho là ít quan trọng hơn cả (M = 4,2496, SD = 0,73983).

*Kiến thức lý luận và nghiệp vụ*

Trong khi các kiến thức chung đóng vai trò nền tảng, kiến thức lý luận và nghiệp vụ phục vụ trực tiếp công việc của nhà truyền thông. Các kiến thức lý luận và nghiệp vụ này được tích lũy thông qua quá trình đào tạo, bồi dưỡng và tự học. Càng nắm vững hệ thống kiến thức lý luận và nghiệp vụ bao nhiêu, nhà truyền thông càng tự tin, tinh thông trong tác nghiệp. Đây cũng là lý do tại sao báo chí - truyền thông được đào tạo như một nghề thường ở trình độ cao đẳng, đại

học và thạc sĩ tại nhiều nước trên thế giới.

Các nhà truyền thông thường trau dồi kiến thức lý luận và nghiệp vụ thông qua hai con đường chủ yếu. *Thứ nhất,* họ theo học các chương trình đào tạo báo chí - truyền thông ở trình độ đại học hoặc sau đại học, sau đó tích lũy kiến thức chuyên môn bằng cách học trong công việc hoặc học một bằng đại học thứ hai về kinh tế, văn hóa, thể thao… *Thứ hai,* họ theo học một chương trình đào tạo chuyên môn như về kinh tế, sau đó học tiếp đại học thứ hai hoặc tham gia các lớp bồi dưỡng lý luận, nghiệp vụ về báo chí - truyền thông.

Kết quả khảo sát cho thấy, những người tham gia nghiên cứu đánh giá các kiến thức lý luận và nghiệp vụ ở mức quan trọng (M = 4,2283, SD = 0,61744). Kiến thức về các phương tiện truyền thông truyền thống và truyền thông số được đánh giá là quan trọng hơn cả (M = 4,2998, SD = 0,73036), tiếp đó là kiến thức về giá trị của tin tức để phân tích, đánh giá nội dung truyền thông (M= 4,2953, SD = 0,71217). Trong khi đó, kiến thức về lý luận, mô hình, lịch sử và xu thế phát triển của báo chí - truyền thông được đánh giá là ít quan trọng nhất (M = 4,0594, SD = 0,81589).

*Kiến thức về công chúng và hiểu biết khác*

Ngoài kiến thức chung và kiến thức lý luận, nghiệp vụ, nhà báo, nhà truyền thông còn cần có các kiến thức, hiểu biết về công chúng. Các kiến thức, hiểu biết này cần được tích lũy, trau dồi trong quá trình học tập chính quy và trong công việc thực tế. Một trong những hiểu biết thiết yếu đối với nhà truyền thông là hiểu biết về công chúng như đặc điểm, nhu cầu, tâm lý tiếp nhận của công chúng, từ đó có phương thức tiếp cận, gây ảnh hưởng đến công chúng. Càng hiểu rõ nhu cầu và hành vi của công chúng, nhà báo, nhà truyền thông càng nâng cao hiệu quả hoạt động nghề nghiệp của mình.

Kết quả khảo sát cho thấy, những người tham gia nghiên cứu đánh giá các kiến thức, kiến thức về công chúng và hiểu biết khác ở mức trên "quan trọng" và dưới mức "rất quan trọng" (M = 4,3011, SD = 0,58386). Hiểu biết về đặc điểm, nhu cầu tiếp nhận của công chúng được đánh giá là quan trọng nhất (M = 4,4886, SD = 0,66736) trong khi hiểu biết về hoạt động kinh tế của cơ quan báo chí - truyền thông được đánh giá là ít quan trọng nhất (M = 4,0609, SD = 0,82784).

Bên cạnh việc đánh giá tầm quan trọng của các kiến thức theo ba nhóm trên, sinh viên tham gia khảo sát còn đề xuất một số kiến thức, hiểu biết khác như kiến thức về báo chí - truyền thông quốc tế; kiến thức văn hóa; kiến thức công nghệ; kiến thức chính trị; kiến thức khoa học; kiến thức chuyên môn và kiến thức đạo đức, pháp luật, tâm lý. Điều này phần nào cho thấy, danh sách các kiến thức, hiểu biết cấu thành năng lực truyền thông có thể không có giới hạn. Vấn đề là cần xác định được những kiến thức thực sự quan trọng để bồi dưỡng, phát triển trong quỹ thời gian đào tạo giới hạn.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay, việc hiểu biết về báo chí - truyền thông nước ngoài có vai trò quan trọng. Muốn như vậy, nhà báo, nhà truyền thông cần có khả năng ngoại ngữ tốt. Một sinh viên tham gia khảo sát cho rằng, "sinh viên cần có thêm kiến thức về ngoại ngữ bởi vì chúng ta đang sống trong thời đại toàn cầu, cần nghiên cứu truyền thông cả trong nước và trên thế giới".

Kiến thức chính trị cũng được sinh viên tham gia khảo sát đề cao. Những kiến thức này là cần thiết để xây dựng lập trường chính trị vững vàng, định hướng thông tin rõ ràng. Một sinh viên tham gia khảo sát cho rằng, sinh viên báo chí - truyền thông cần có "kiến thức về lịch sử, chính trị, văn hóa của nước nhà và nhân loại để tạo nên những sản phẩm có giá trị nhân văn, mang tính thời đại".

**4. Kỹ năng cốt lõi của năng lực truyền thông**

*Kỹ năng mềm*

Kỹ năng mềm là các kỹ năng có thể chuyển đổi, được vận dụng trong các nghề nghiệp và bối cảnh khác nhau. Kỹ năng mềm có vai trò quan

trọng trong việc định hướng nhận thức, hành vi và cách ứng xử của các cá nhân trong bối cảnh xã hội và nghề nghiệp. Các cơ sở giáo dục ngày càng quan tâm hơn đến việc bồi dưỡng, phát triển kỹ năng mềm cho người học. Các kỹ năng mềm như tư duy phản biện, kỹ năng giải quyết vấn đề và ra quyết định, kỹ năng tìm kiếm tự giúp đỡ, kỹ năng làm việc nhóm và làm việc độc lập… được coi là những kỹ năng thiết yếu.

Kết quả khảo sát cho thấy, những người tham gia nghiên cứu đánh giá các kỹ năng mềm ở mức trên "quan trọng" và dưới mức "rất quan trọng" (M = 4,4191, SD = 0,51527). Kỹ năng giải quyết vấn đề và ra quyết định được đánh giá là quan trọng nhất (M = 4,5297, SD = 0,81681), tiếp đó là kỹ năng hợp tác và làm việc nhóm (M = 4,4779, SD = 0,76303). Kỹ năng làm việc độc lập được đánh giá là ít quan trọng nhất (M = 4,2527, SD = 0,74904).

*Kỹ năng nghề nghiệp*

Nếu như các kỹ năng mềm có thể chuyển đổi từ công việc này sang công việc khác, nghề nghiệp này sang nghề nghiệp khác, kỹ năng nghề nghiệp lại mang tính đặc thù, chuyên biệt. Các chương trình đào tạo hướng tới trang bị cho người học những kỹ năng nghề nghiệp này để người học có thể thực hiện được các thao tác, giải quyết được các nhiệm vụ cụ thể trong công việc. Trong đào tạo báo chí - truyền thông, các kỹ năng nghề nghiệp thường được huấn luyện theo phương thức thực hành, cầm tay chỉ việc.

Việc rèn luyện, trang bị các kỹ năng nghề nghiệp không chỉ cần thực hiện trong nhà trường mà còn cần gắn với môi trường thực hành nghề. Điều kiện thực hành, thực tập càng sát với thực tế công việc bao nhiêu thì cơ hội có được việc làm đúng chương trình đào tạo của sinh viên càng cao bấy nhiêu. Những người huấn luyện kỹ năng nghề nghiệp cần là những giảng viên có kinh nghiệm thực tế hoặc chính những người hành nghề trong lĩnh vực báo chí - truyền thông. Ví dụ, để hướng dẫn sinh viên cách viết bình luận, giảng viên cần có kinh nghiệm và sản phẩm thực tế, thay vì chỉ hướng dẫn đơn thuần về lý thuyết.

Kết quả khảo sát cho thấy, những người tham gia nghiên cứu đánh giá các kỹ năng nghề nghiệp ở mức trên "quan trọng" và dưới mức "rất quan trọng" (M = 4,4060, SD = 0,47947). Kỹ năng phân biệt tin thật với tin giả được đánh giá là kỹ năng quan trọng nhất (M = 4,7549, SD = 0,57851), gần đạt đến thang điểm 5 là "rất quan trọng", tiếp đó là kỹ năng tiếp cận, đánh giá và kiểm chứng thông tin (M = 4,5921, SD = 0,64708). Kỹ năng sáng tạo tác phẩm báo chí - truyền thông thuộc các thể loại khác nhau được đánh giá là ít quan trọng nhất (M = 4,2070, SD = 0,78462).

*Kỹ năng công nghệ*

Trong kỷ nguyên số, kỹ năng công nghệ có vai trò đặc biệt quan trọng. Nếu như các kiến thức, kỹ năng khác mang tính nền tảng, ổn định, ít thay đổi thì kỹ năng công nghệ mang tính linh hoạt, thay đổi thường xuyên cùng với những tiến bộ của công nghệ. Theo nghiên cứu *Tình trạng công nghệ trong các tòa soạn toàn cầu* (The State of Technology in Global Newsrooms), các nhà báo sử dụng một số lượng hạn chế các kỹ năng số và công nghệ. Bốn kỹ năng công nghệ chính bao gồm: đăng bài/bình luận trên mạng xã hội (72%); chụp ảnh kỹ thuật số (61%); tương tác với công chúng trên mạng xã hội (58%) và phổ biến nội dung trên các nền tảng khác nhau (56%).

Kết quả nghiên cứu cho thấy, những người tham gia khảo sát đánh giá kỹ năng công nghệ ở giữa mức "quan trọng" và "rất quan trọng" (M = 4,3263, SD = 0,53024), ở mức ít quan trọng hơn so với kỹ năng nghề nghiệp (M = 4,4060, SD = 0,47947). Kỹ năng sử dụng mạng xã hội để tiếp cận, đánh giá và chia sẻ thông tin được đánh giá là kỹ năng quan trọng nhất (M = 4,3881, SD = 0,69846), tiếp đó là kỹ năng thu thập, xử lý và trực quan hóa dữ liệu (M = 4,3409, SD = 0,65986). Kỹ năng làm việc trong môi trường

trực tuyến được đánh giá là ít quan trọng nhất (M = 4,2709, SD = 0,71330).

*Kỹ năng bổ trợ*

Bên cạnh kỹ năng mềm, kỹ năng nghề nghiệp và kỹ năng công nghệ, người hành nghề báo chí - truyền thông còn cần có một hệ thống các kỹ năng bổ trợ. Một số kỹ năng bổ trợ như kỹ năng quan sát, kỹ năng phỏng vấn cũng có thể được xếp vào nhóm kỹ năng nghề nghiệp. Do đó, cần nhấn mạnh rằng, sự phân chia các nhóm kiến thức, kỹ năng trên đây cũng mang tính tương đối. Trong các cơ sở đào tạo báo chí - truyền thông, các kỹ năng bổ trợ thường được hướng dẫn trong phần đại cương trong khi các kỹ năng nghề nghiệp được huấn luyện trong phần chuyên ngành.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, những người tham gia khảo sát đánh giá các kỹ năng bổ trợ ở mức trên "quan trọng" và dưới mức "rất quan trọng" (M = 4,3476, SD = 0,52632). Kỹ năng quan sát được đánh giá là quan trọng nhất (M = 4,5145, SD = 0,65810), tiếp đó là kỹ năng sử dụng máy tính và Internet (M = 4,5084, SD = 0,67196). Kỹ năng thực hiện nghiên cứu sơ cấp và thứ cấp được đánh giá là ít quan trọng nhất (M = 4,0152, SD = 0,76892).

*Kỹ năng khác*

Ngoài các kỹ năng đã nêu, sinh viên tham gia khảo sát còn đề xuất nhiều kỹ năng khác, chủ yếu là các kỹ năng mềm. Kỹ năng giao tiếp, kỹ năng lắng nghe và kỹ năng xây dựng quan hệ là ba kỹ năng mềm được nhiều sinh viên đề cập. Một sinh viên cho rằng, "sinh viên cần có thêm kỹ năng giao tiếp, ứng xử và sử dụng ngôn ngữ. Với một người làm báo chí - truyền thông, việc giao lưu, trò chuyện và tiếp xúc với nhiều người là một phần công việc, có vốn từ vựng và khả năng sử dụng ngôn ngữ phù hợp trong từng tình huống sẽ giúp ích cho công việc".

Trong nhóm kỹ năng nghề nghiệp, tư duy sáng tạo, tư duy phản biện, tư duy đa chiều, tư duy hệ thống, tư duy lôgic là những kỹ năng được nhắc đến nhiều nhất. Trong bối cảnh thông tin bùng nổ như hiện nay, các kỹ năng tư duy là vô cùng cần thiết để người hành nghề báo chí - truyền thông có thể tiếp cận, phân tích, kiểm chứng, lựa chọn và trình bày các thông tin đáng tin cậy, phù hợp với nhu cầu tiếp nhận của công chúng. Các kỹ năng nghề nghiệp này có mối liên hệ mật thiết với các kỹ năng công nghệ.

**5. Kết luận**

Năng lực truyền thông trong kỷ nguyên số là những kiến thức, kỹ năng cần thiết để giúp nhà truyền thông thích ứng với môi trường truyền thông mới. Môi trường truyền thông mới được đặc trưng bởi sự phát triển như vũ bão của công nghệ; sự trỗi dậy của xu hướng truyền thông tích hợp và đa phương tiện; sự thay đổi nhu cầu, hành vi của công chúng… Trong bối cảnh đó, các cơ sở đào tạo báo chí - truyền thông cũng cần nhanh chóng nắm bắt xu hướng mới, đào tạo các nhà truyền thông có năng lực đáp ứng được nhu cầu của thị trường truyền thông đang thay đổi.

Nghiên cứu này bước đầu xác định các kiến thức, kỹ năng thực sự quan trọng cấu thành năng lực truyền thông trong kỷ nguyên số với sự nhấn mạnh vào các kiến thức, kỹ năng công nghệ. Danh sách này có thể chưa đầy đủ và mỗi cơ sở giáo dục, cá nhân có thể bổ sung các kiến thức, kỹ năng quan trọng khác. Tuy nhiên, với quỹ thời gian đào tạo xác định, cơ sở giáo dục cần xác định được những kiến thức, kỹ năng cốt lõi để tập trung đào tạo đồng thời rèn luyện, phát triển năng lực tự chủ, tự học cho sinh viên. Các kiến thức, kỹ năng này cần được chuyển hóa thành các chuẩn đầu ra cụ thể để bảo đảm, sau quá trình đào tạo sinh viên đạt được các năng lực cụ thể mà thực tiễn nghề nghiệp yêu cầu./.

(1) https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/nang-cao-tinh-chuyen-nghiep-cua-nen-bao-chi-cach-mang-p24799.html.

(2)Wilson C., Grizzle A (2011*), Media and Information Literacy: Curriculum for Teachers*, UNESCO, tr.16.