

Truyền thông giáo dục giới tính cho sinh viên các trường đại học ở Hà Nội trên nền tảng YouTube hiện nay

Ngày nhận bài: 23/09/2025 | Ngày phản biện: 27/09/2025 | Ngày xuất bản: 31/12/2025

Tác giả: Tạ Thu Giang (Học viện Báo chí và Tuyên truyền); Đỗ Quỳnh Vân (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Giáo dục giới tính (GDGT) là hoạt động cần thiết nhằm đảm bảo cho sức khỏe sinh sản của giới trẻ. Tuy nhiên, ở môi trường học đường Việt Nam, hoạt động này vẫn còn nhiều hạn chế. Trước sự phát triển của mạng xã hội, YouTube là kênh giáo dục tiềm năng nhờ tính trực quan, gần gũi với sinh viên. Bài viết này khảo sát thực trạng, đánh giá tiềm năng và đề xuất giải pháp ứng dụng YouTube trong GDGT cho sinh viên đại học Hà Nội nhằm cải thiện sức khỏe sinh sản và tinh thần cho thế hệ trẻ.

1. Quan niệm, đặc điểm và tiêu chí đánh giá hiệu quả truyền thông giáo dục giới tính cho sinh viên qua nền tảng Youtube

1.1. Một số khái niệm

- Truyền thông

Khái niệm “truyền thông” bắt nguồn từ tiếng Latinh “communicare”, mang ý nghĩa là chia sẻ, truyền đạt hoặc làm cho điều gì đó nhận được sự nắm bắt của số đông, hình thành sự chuyển đổi về nhận thức hoặc hành vi của cá nhân/cộng đồng.

Theo cuốn “Truyền thông: Lý thuyết và kỹ năng cơ bản” do PGS.TS Nguyễn Văn Dũng (2018)⁽¹⁾ chủ biên, truyền thông được định nghĩa là: “Truyền thông là hiện tượng xã hội phổ biến, ra đời, phát triển cùng với sự phát triển của xã hội loài người, tác động và liên quan đến mọi cá nhân cũng như các nhóm và cộng đồng xã hội nói chung”.

Từ các cách tiếp cận trên có thể thấy, Truyền thông là một tiến trình liên tục trong đó con người trao đổi thông tin, tư tưởng, cảm xúc, kinh nghiệm và kỹ năng với nhau, nhằm nâng cao sự thấu hiểu, điều chỉnh nhận thức và hành vi, hướng tới sự phát triển phù hợp của cá nhân, tập thể và xã hội.

- Giáo dục giới tính

Giáo dục giới tính (Sexuality Education) là một quá trình học tập liên tục nhằm trang bị cho cá nhân kiến thức, kỹ năng và thái độ đúng đắn về giới, tình dục và các mối quan hệ. Theo Tổ chức Y tế Thế giới (WHO)⁽²⁾, đây là hoạt động giúp nâng cao sức khỏe sinh sản và tình dục, chủ yếu dựa trên tri thức sinh học.

Hertig và cộng sự⁽³⁾ coi giáo dục giới tính là một quá trình toàn diện, bao gồm yếu tố thể chất, cảm xúc, xã hội và văn hóa. UNESCO⁽⁴⁾ và UNFPA⁽⁵⁾ định nghĩa, Giáo dục giới tính toàn diện (Comprehensive Sexuality Education - CSE) là quá trình dạy - học có cấu trúc, giúp người học phát triển kiến thức, kỹ năng sống và giá trị để xây dựng mối quan hệ lành mạnh, có trách nhiệm và tôn trọng sự đa dạng.

Tổng hợp các quan điểm trên, giáo dục giới tính là một quá trình học tập có chủ đích và liên tục cung cấp kiến thức khoa học về sinh học sinh sản và sức khỏe tình dục, trang bị cho cá nhân các kỹ năng mềm, thái độ tích cực và giá trị đạo đức để hiểu về chính bản thân, xây dựng các mối quan hệ lành mạnh; đưa ra các quyết định có trách nhiệm và tôn trọng sự đa dạng; diễn ra cả trong môi trường chính quy (trường học) và phi chính quy (gia đình, truyền thông, bạn bè), hướng đến việc phát triển toàn diện về giới tính cho mỗi cá nhân.

- Truyền thông về giáo dục giới tính

Theo các nghiên cứu, truyền thông về giáo dục giới tính có thể được hiểu là một quá trình giao tiếp qua lại giữa các cá nhân hoặc nhóm, nhằm trao đổi thông tin và giá trị liên quan đến các vấn đề giới tính và tình dục. Mục tiêu của quá trình này là giúp nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi của người tham gia, từ đó cải thiện sức khỏe tình dục và các mối quan hệ trong xã hội⁽⁶⁾.

Một số nhà nghiên cứu định nghĩa truyền thông giáo dục giới tính là bộ phận của giáo dục giới tính, tập trung vào việc truyền đạt kiến thức về cơ thể, tình dục, giới và các mối quan hệ, giúp người học hiểu bản thân, từ đó đưa ra quyết định có trách nhiệm và lành mạnh hơn⁽⁷⁾. Mặt khác, truyền thông về giáo dục giới tính còn được coi là một chiến lược nhằm thay đổi thái độ và hành vi của cộng đồng về vấn đề giới tính, tình dục và các chuẩn mực xã hội liên quan, đồng thời nâng cao nhận thức về các quyền lợi và trách nhiệm của mỗi cá nhân⁽⁸⁾.

Như vậy, truyền thông giáo dục giới tính là một tiến trình truyền thông - giáo dục xã hội có mục tiêu và hệ thống, sử dụng các phương tiện truyền thông để chuyển tải, tương tác và hỗ trợ người học tiếp cận một cách toàn diện các kiến thức, kỹ năng, thái độ và giá trị liên quan đến giới tính, giới và tình dục. Bên cạnh đó, truyền thông về giáo dục giới tính còn là một hoạt động bao gồm việc thay đổi nhận thức và hành vi của cá nhân và cộng đồng thông qua sử dụng các chiến lược giao tiếp hiệu quả, phù hợp với bối cảnh xã hội và văn hóa cụ thể.

1.2. Đặc điểm của truyền thông về giáo dục giới tính cho sinh viên trên nền tảng Youtube

Trong bối cảnh giáo dục giới tính tại Việt Nam còn gặp nhiều rào cản do định kiến văn hóa và thiếu hệ thống giáo trình chuẩn hóa, YouTube nổi lên như một nền tảng thay thế với tính chất mở, linh hoạt và dễ tiếp cận. Việc phân tích các tài liệu học thuật liên quan cho thấy truyền thông giáo dục giới tính trên YouTube đang mang một số đặc trưng đáng chú ý:

Thứ nhất, tính lai ghép giữa giáo dục và giải trí (edutainment) giúp YouTube kết hợp yếu tố học thuật với hình thức sinh động, tăng khả năng tiếp cận và duy trì sự chú ý của người xem. Ví dụ điển hình là các kênh như Sexplanations (Dr. Lindsey Doe) hay Laci Green tại Mỹ, khi người dẫn dắt chủ động sử dụng ngôn ngữ đơn giản, kết hợp kể chuyện cá nhân, hình ảnh minh họa và phong cách trình bày sinh động để truyền tải kiến thức một cách dễ tiếp thu, không gây cảm giác dạy dỗ hay giáo điều.

Thứ hai, tính cá nhân hóa và định hướng người dẫn (creator-centered), tạo nên mối quan hệ cận xã hội (parasocial relationship), nơi người xem gắn bó với cá tính của người sáng tạo hơn là học vị, song điều này cũng tiềm ẩn rủi ro về tính khách quan nội

dung. Khác với giáo dục thể chế, tính hiệu quả của video nhiều khi không phụ thuộc vào học hàm, học vị mà vào khả năng gây dựng niềm tin và mối quan hệ parasocial – mối quan hệ một chiều mà người xem cảm thấy gần gũi như bạn bè với người dẫn (Li, 2024)⁽⁹⁾.

Thứ ba, tính thuật toán hóa và kiểm duyệt tự động ảnh hưởng đến khả năng phân phối, khi các video giáo dục giới tính dễ bị hạn chế hiển thị do từ khóa nhạy cảm. Nhiều nhà sáng tạo nội dung giáo dục giới tính chia sẻ việc video của họ bị hạn chế hiển thị, giới hạn độ tuổi hoặc không được kiếm tiền (demonetization) do chứa từ khóa liên quan đến tình dục, cho dù nội dung hoàn toàn mang tính giáo dục (Garwood-Cross, 2024)⁽¹⁰⁾.

Thứ tư, tính định hướng theo xu hướng tìm kiếm (search-driven content) khiến nội dung tập trung vào chủ đề phổ quát như quan hệ an toàn, tránh thai, trong khi các vấn đề xã hội, tâm lý như đồng thuận hay đa dạng giới ít được đề cập. Các nội dung như đồng thuận tình dục, quyền cá nhân, đa dạng giới tính, hoặc khía cạnh cảm xúc và tinh thần trong quan hệ lại ít được khai thác hơn (Mark, 2021)⁽¹¹⁾.

Thứ năm, khả năng cá nhân hóa và học liệu mở (open-access learning) giúp YouTube trở thành kênh giáo dục phi chính quy quan trọng, đặc biệt với thanh thiếu niên khó tiếp cận giáo dục giới tính chính thống. Đặc biệt với nhóm sinh viên vốn thiếu điều kiện tiếp cận giáo dục giới tính chính thống, thì YouTube trở thành một trong những nguồn thông tin phổ biến và chủ động nhất (Johnson, 2017)⁽¹²⁾.

Những đặc điểm của truyền thông giáo dục giới tính trên YouTube tác động mạnh mẽ đến hiệu quả truyền thông ở cả hai khía cạnh: khả năng lan tỏa thông điệp và mức độ chuyển hóa nhận thức, hành vi của người xem. Sự kết hợp giữa yếu tố giải trí và giáo dục giúp nội dung trở nên gần gũi, dễ tiếp nhận và khơi gợi sự chủ động tìm hiểu của sinh viên, trong khi tính cá nhân hóa và tương tác đặc trưng của nền tảng làm tăng tính tin cậy và kết nối cảm xúc giữa người truyền thông và công chúng. Tuy nhiên, những yếu tố như thuật toán kiểm duyệt, xu hướng tìm kiếm hay định kiến văn hóa cũng tạo ra giới hạn nhất định, buộc người làm truyền thông phải linh hoạt, sáng tạo và nhạy cảm trong cách tiếp cận. Nhìn chung, các đặc điểm này vừa mở rộng cơ hội tiếp cận giáo dục giới tính đến nhóm sinh viên đại học còn thiếu kênh học hỏi kiến thức giáo

dục giới tính chính thống, đồng thời vừa đặt ra yêu cầu nâng cao năng lực chuyên môn, đạo đức nghề nghiệp và khả năng thích ứng với môi trường truyền thông số để đạt được hiệu quả bền vững và tích cực.

1.3. Tiêu chí đánh giá hiệu quả truyền thông về giáo dục giới tính trên nền tảng video trực tuyến Youtube

Truyền thông giáo dục giới tính trên YouTube có thể lý giải hiệu quả thông qua ba khung lý thuyết: Học tập xã hội, Niềm tin sức khỏe và Tín hiệu hành động.

Thứ nhất, mức độ học tập xã hội là tiêu chí phản ánh khả năng sinh viên tiếp thu và chuyển hóa kiến thức, kỹ năng an toàn thông qua việc quan sát hành vi và mô hình hóa từ nội dung video. Theo Bandura⁽¹³⁾, người học có thể tiếp nhận hành vi qua quan sát; Schunk và DiBenedetto⁽¹⁴⁾ cho rằng việc làm rõ kỳ vọng kết quả giúp tăng động lực thay đổi; còn Zimmerman⁽¹⁵⁾ nhấn mạnh vai trò của tính hiệu quả bản thân trong việc biến nhận thức thành hành động.

Thứ hai, mức độ thay đổi niềm tin sức khỏe là tiêu chí đánh giá khả năng sinh viên nhận thức được rủi ro, nhận thấy lợi ích và vượt qua rào cản khi thực hành hành vi tình dục an toàn. Rosenstock⁽¹⁶⁾ chỉ ra vai trò của cảm nhận rủi ro; Becker, Drachman và Kirscht⁽¹⁷⁾ nhấn mạnh tầm quan trọng của lợi ích cảm nhận; Janz và Becker⁽¹⁸⁾ tập trung vào việc giảm thiểu rào cản tâm lý để tăng khả năng hành động.

Thứ ba, mức độ tín hiệu hành động ghi nhận mức độ chuyển hóa nhận thức, thái độ, hành vi là tiêu chí tổng hợp phản ánh tác động cuối cùng của truyền thông giáo dục giới tính. Theo Bandura (2001)⁽¹⁹⁾, người học hình thành hiểu biết và mô hình ứng xử thông qua phương tiện truyền thông; Glanz, Rimer và Viswanath⁽²⁰⁾ bổ sung rằng quá trình này còn giúp định hình thái độ tích cực và hành vi an toàn trong thực tế.

Nhóm tiêu chí	Tiêu chí đánh giá	Định nghĩa	Nguồn tham khảo
Học tập xã hội (SCT)	Quan sát hành vi (Observational learning)	Mức độ sinh viên tiếp thu kiến thức và kỹ năng tình dục an toàn thông qua việc theo dõi tình huống minh họa, hướng dẫn trong video YouTube.	Bandura
	Kỳ vọng kết quả (Outcome expectations)	Niềm tin của sinh viên rằng áp dụng hành vi tình dục an toàn sẽ mang lại lợi ích về sức khỏe và tâm lý, như được truyền tải trong video.	Schunk, D. H., & DiBenedetto
	Tính hiệu quả bản thân (Self-efficacy)	Mức độ sinh viên tin tưởng vào khả năng tự áp dụng kiến thức, kỹ năng sau khi xem nội dung hướng dẫn trên YouTube.	Zimmerman, B. J. (2000)
Niềm tin sức khỏe	Cảm nhận rủi ro (Perceived risk)	Ý thức của sinh viên về khả năng và mức độ nghiêm trọng của hậu	Rosenstock

(HBM)		quả nêu thiếu kiến thức tình dục an toàn.	
	Lợi ích cảm nhận (Perceived benefits)	Đánh giá của sinh viên về những lợi ích tích cực từ việc thực hành hành vi an toàn, ví dụ: bảo vệ sức khỏe bản thân và đối tác.	Becker, M. H., Drachman, R. H., & Kirscht, J. P. (1977)
	Rào cản cảm nhận (Perceived barriers)	Những khó khăn mà sinh viên cho rằng sẽ gặp phải khi thực hành hành vi an toàn, như ngại ngùng, thiếu thông tin hoặc định kiến xã hội.	Janz, N. K., & Becker, M. H. (1984)
Yếu tố trung gian	Tín hiệu hành động (Cues to action)	Các yếu tố kích thích từ video YouTube (lời nhắc, chia sẻ trải nghiệm, tình huống minh họa) thúc đẩy sinh viên chuyển nhận thức thành hành động.	Rosenstock, I. M. (1974)
Kết quả cuối cùng	Thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi	Mức độ mà sinh viên đạt được sự thay đổi toàn diện về tri thức,	Bandura, A. (2001)

		quan điểm và hành vi tình dục an toàn sau khi tiếp nhận thông điệp truyền thông.	
--	--	---	--

Bảng 1. Tiêu chí đánh giá của mô hình nghiên cứu trong hoạt động truyền thông về giáo dục giới tính trên nền tảng video trực tuyến Youtube

Mô hình trình bày hệ thống các tiêu chí đánh giá dựa trên hai khung lý thuyết chính: Thuyết học tập xã hội (Social Cognitive Theory, viết tắt là SCT) và Mô hình niềm tin sức khỏe (Health Belief Model, viết tắt là HBM), nhằm phân tích mức độ tác động của

hoạt động truyền thông giáo dục giới tính trên nền tảng YouTube đối với sinh viên đại học tại Hà Nội. Mô hình đóng vai trò định hướng khung phân tích cho nghiên cứu, giúp lượng hóa và đo lường tác động của các yếu tố truyền thông trực tuyến đối với quá trình hình thành nhận thức và hành vi sức khỏe tình dục trong nhóm đối tượng trẻ, năng động và tiếp cận mạnh mẽ với công nghệ số.

2. Thực trạng hiệu quả truyền thông giáo dục giới tính trên nền tảng Youtube cho sinh viên các trường đại học tại Hà Nội

2.1. Thông tin về đối tượng khảo sát

Từ ngày 01/08/2025 đến ngày 20/08/2025, nhóm tác giả tiến hành khảo sát sinh viên đang sinh sống và học tập tại Hà Nội, tập trung vào trải nghiệm của họ với nội dung giáo dục giới tính trên nền tảng video trực tuyến YouTube, bao gồm các kênh cụ thể là Cởi Mở, SexEdu by Trang và Saigon Medicine trong giai đoạn từ 01/2023 đến 12/2024. Tổng cộng đã thu được 252 mẫu đạt điều kiện.

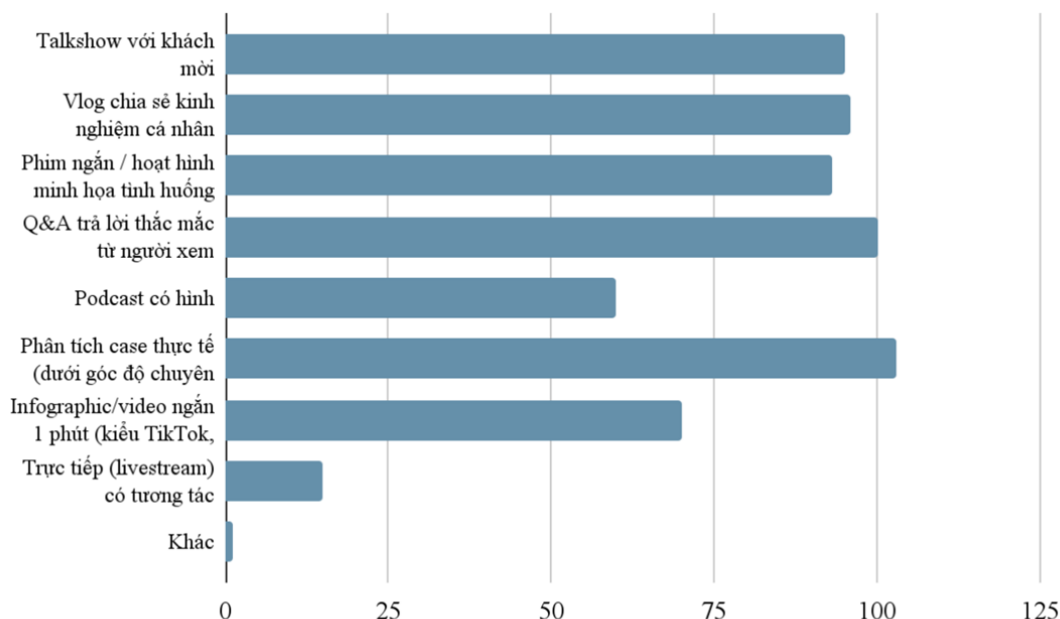
2.2. Nội dung truyền thông về giáo dục giới tính cho sinh viên các trường đại học ở Hà Nội trên nền tảng YouTube hiện nay

Với hệ thống thang đo được thiết kế theo cấu trúc của mô hình, kết quả khảo sát được lượng hóa theo thang đo Likert 5 mức độ (1. Hoàn toàn không đồng ý, 2. Không đồng ý, 3. Bình thường, 4. Đồng ý, 5. Hoàn toàn đồng ý), phản ánh nhận thức, thái độ và hành vi của sinh viên đối với các tiêu chí cụ thể. Trên nền tảng đó, phân tích sẽ được chia thành hai phương diện: (i) nội dung truyền tải và (ii) hình thức thể hiện, nhằm làm rõ vai trò và mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố trong hoạt động truyền thông giáo dục giới tính trên YouTube (khảo sát trên kênh Cởi Mở, SexEdu by Trang, Saigon Medicine giai đoạn 1/2023 đến 12/2024).

- Yếu tố Tín hiệu hành động (Cues to action) trong hình thức thể hiện hoạt động truyền thông về giáo dục giới tính trên nền tảng video trực tuyến Youtube

Yếu tố phân tích trường hợp thực tế dưới góc độ chuyên môn hoặc pháp lý được lựa chọn cao nhất (40,9%), cho thấy nhu cầu tiếp cận nội dung xác thực và gắn với tình huống cụ thể. Các hình thức Q&A (39,7%) và vlog chia sẻ trải

nghiệm cá nhân (38,1%) được ưa chuộng nhờ tính tương tác, đồng cảm và khả năng thúc đẩy hành động. Talkshow và phim ngắn/hoạt hình minh họa (trên 36%) cũng được đánh giá cao nhờ tính sinh động và dễ liên hệ.

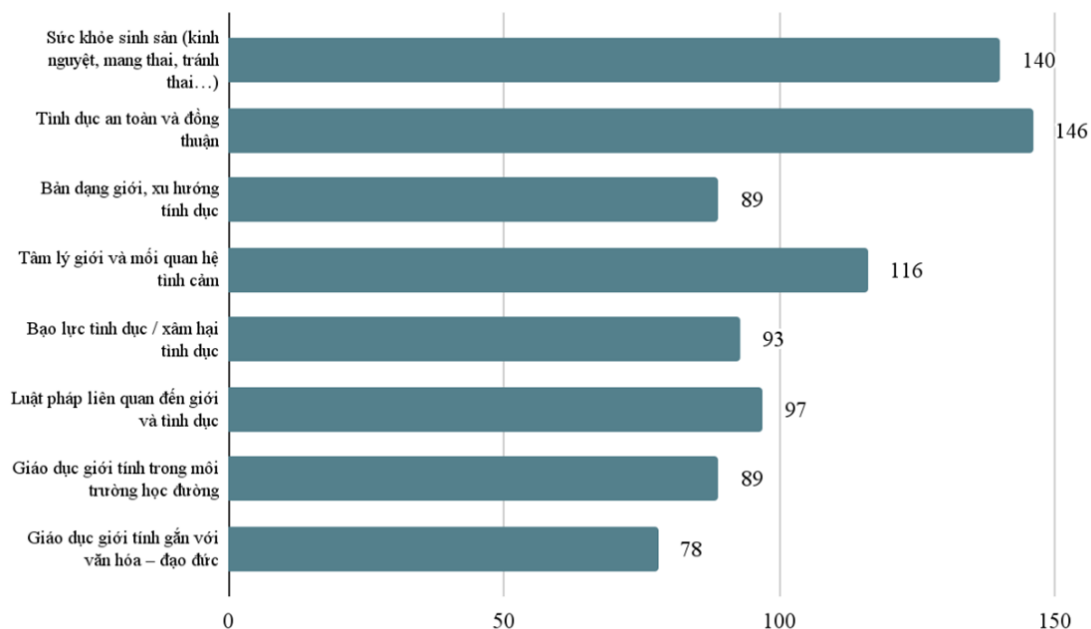


Biểu đồ 2.1. Mức độ kỳ vọng của người xem với các hình thức thể hiện của các nội dung truyền thông giáo dục giới tính trên Youtube

Các hình thức khác như infographic, video ngắn, podcast hay livestream được lựa chọn ít hơn, song vẫn có giá trị bổ trợ: infographic và video ngắn phù hợp với thói quen tiêu thụ nhanh, trong khi podcast và livestream phục vụ nhóm khán giả chuyên biệt yêu thích thảo luận chuyên sâu hoặc tương tác trực tiếp.

- Yếu tố Cảm nhận rủi ro (Perceived susceptibility & severity) trong nội dung hoạt động truyền thông về giáo dục giới tính trên nền tảng video trực tuyến Youtube

Xét về yếu tố cảm nhận rủi ro, kết quả khảo sát cho thấy, sinh viên ưu tiên các chủ đề gắn với an toàn cá nhân, nổi bật là "Tình dục an toàn và đồng thuận" (58%) và "Sức khỏe sinh sản" (55,5%). Sự quan tâm đến "Tâm lý giới và mối quan hệ tình cảm" (46,6%) cùng các nội dung pháp lý và phòng ngừa rủi ro cho thấy nhu cầu kết hợp kiến thức y khoa với kỹ năng ứng xử và tự bảo vệ.



Biểu đồ 2.2. Mức độ ưu tiên chủ đề liên quan đến rủi ro và sức khỏe sinh sản theo đánh giá của sinh viên về nội dung hoạt động truyền thông GDGT trên YouTube

Các phương diện khác như “Bản dạng giới, xu hướng tính dục” và “Giáo dục giới tính trong môi trường học đường” (89 sinh viên, 35,3%) có cùng tỷ lệ. Ngược lại, chủ đề gắn với văn hóa – đạo đức nhận ít lượt chọn hơn chiếm 31% (78 lượt) cho thấy sinh viên ưu tiên kiến thức có tính bảo vệ, ứng dụng và giải quyết rủi ro trước mắt hơn.

- Yếu tố Thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi (Final outcomes)

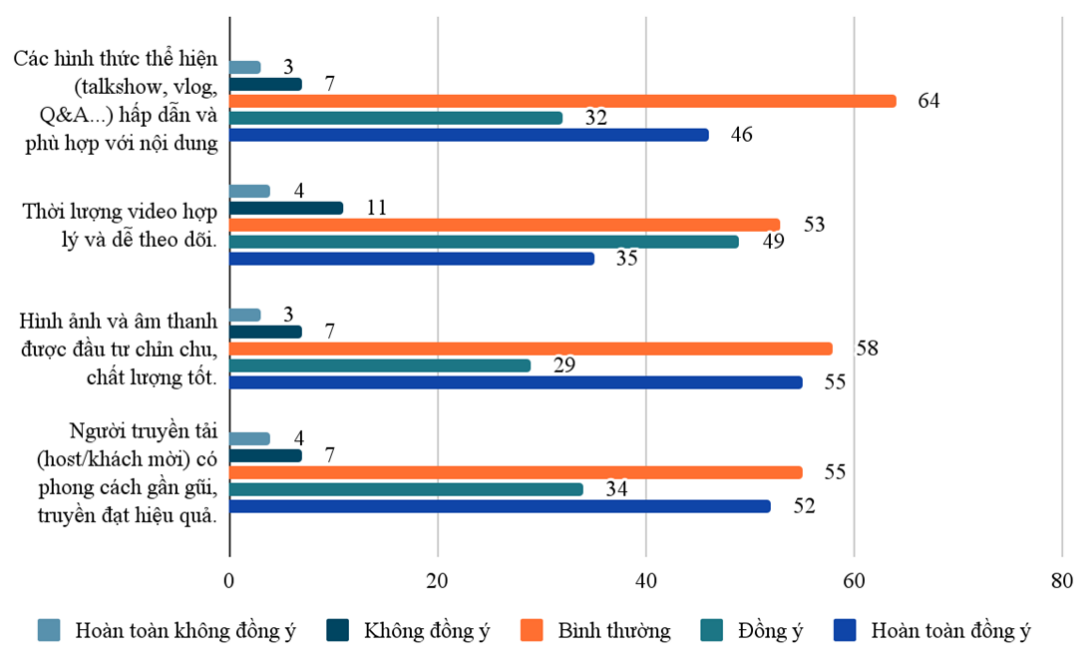
Phát biểu “Tôi hiểu rõ hơn về các kiến thức cơ bản liên quan đến giáo dục giới tính” đạt hơn 82% đồng thuận, cho thấy hiệu quả củng cố tri thức. “Tôi tôn trọng hơn sự đa dạng về giới và xu hướng tính dục” đạt 75%, song 17,1% trung lập phản ánh nhận thức xã hội thay đổi chậm. “Tôi chủ động áp dụng biện pháp tình dục an toàn” ghi nhận hơn 74% đồng thuận, thể hiện tác động tích cực đến hành vi. “Tôi thoải mái tham gia thảo luận về giáo dục giới tính” đạt 72%, nhưng gần 28% trung lập hoặc tiêu cực, cho thấy rào cản tâm lý vẫn tồn tại.

2.3. Hình thức truyền thông về giáo dục giới tính cho sinh viên các trường đại học ở Hà Nội trên nền tảng YouTube hiện nay

- Yếu tố Quan sát hành vi (Observational learning) về mặt hình thức của hoạt động truyền thông về giáo dục giới tính trên nền tảng video trực tuyến Youtube

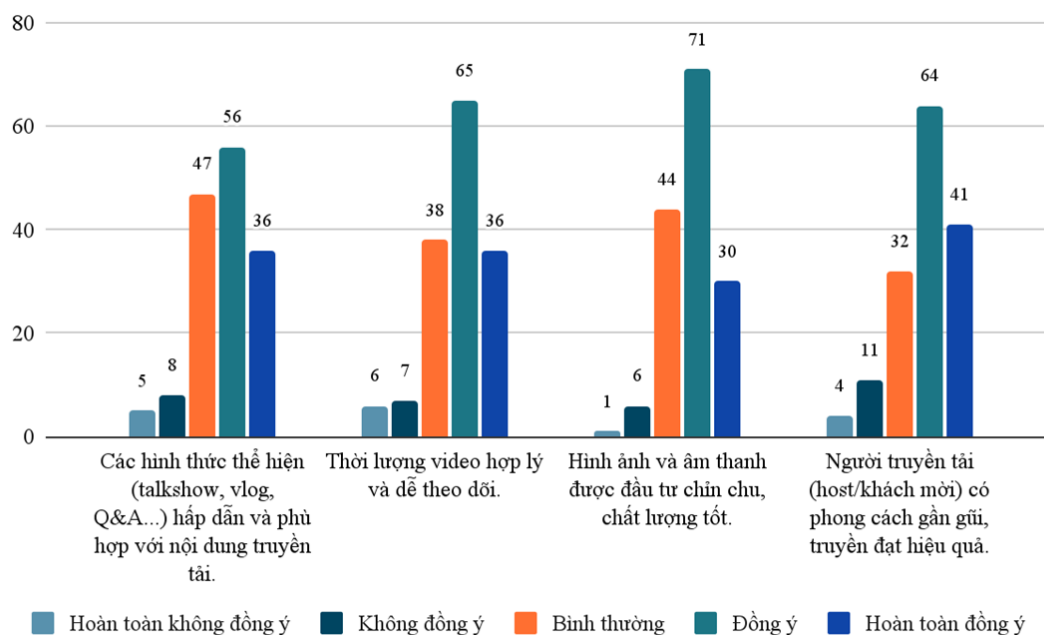
Kết quả khảo sát cho thấy, yếu tố hình thức của truyền thông giáo dục giới tính trên YouTube ảnh hưởng tích cực đến học tập qua quan sát. Các kênh Cởi Mở, SexEdu by Trang và Sài Gòn Medicine, đặc biệt là Cởi Mở, được đánh giá cao về tính sinh động

và dễ tiếp nhận. Hình thức trình bày, thời lượng hợp lý, chất lượng hình ảnh, âm thanh và phong cách gần gũi của người dẫn được xem là yếu tố quan trọng thúc đẩy sự tập trung, đồng cảm và niềm tin trong quá trình học hỏi hành vi an toàn.



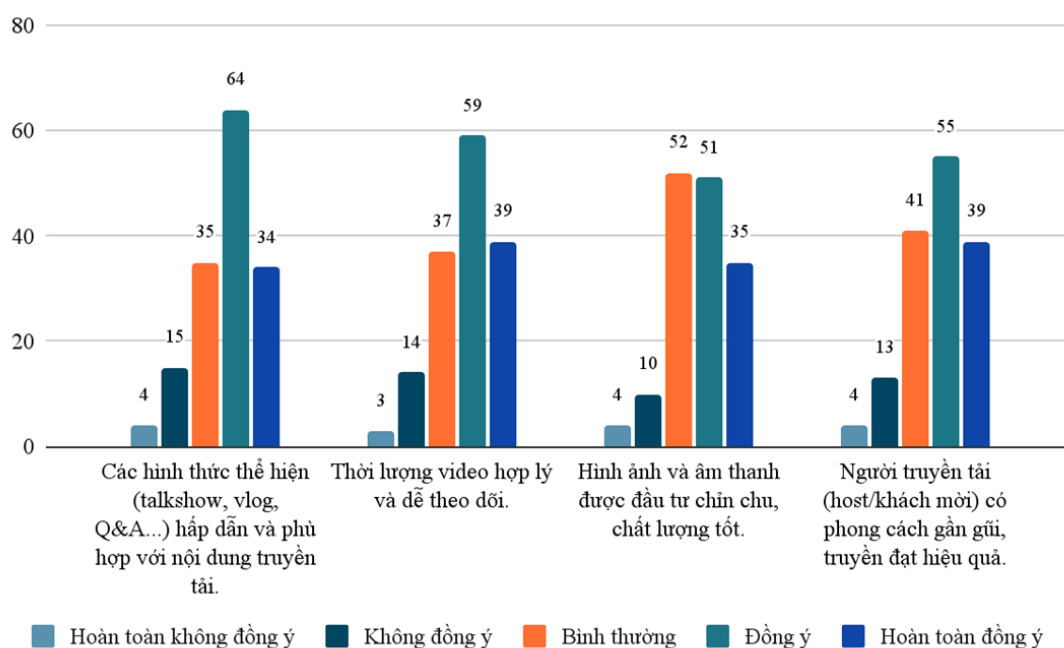
Biểu đồ 2.3. Mức độ hài lòng của người xem với hình thức thể hiện của các nội dung truyền thông giáo dục giới tính trên kênh Youtube Cởi Mở

Khoảng 65% người khảo sát đánh giá cao chất lượng hình ảnh, âm thanh và phong cách truyền đạt của SexEdu by Trang, cho thấy yếu tố kỹ thuật chỉnh chu tăng tính thuyết phục. Host mạch lạc, thân thiện, song thời lượng video còn cần tối ưu để phù hợp thói quen xem nhanh của khán giả trẻ.



Biểu đồ 2.4. Mức độ hài lòng của người xem với hình thức thể hiện của các nội dung truyền thông giáo dục giới tính trên kênh Youtube SexEdu by Trang

Kênh Sài Gòn Medicine được đánh giá ổn định và đáng tin cậy, với phần lớn người xem chấm mức 4/5 cho chất lượng hình ảnh, âm thanh và cách trình bày. Sự tham gia của các bác sĩ, chuyên gia giúp tăng tính xác thực và giá trị học tập, dù phong cách thể hiện còn hàn lâm và ít tương tác.



Biểu đồ 2.5. Mức độ hài lòng của người xem với hình thức thể hiện của các nội dung truyền thông giáo dục giới tính trên kênh Youtube Sài Gòn Medicine

Nhìn chung, kết quả khảo sát cho thấy, hình thức truyền tải trên YouTube giữ vai trò then chốt trong học tập qua quan sát. Sự hấp dẫn, thời lượng hợp lý, kỹ thuật tốt và phong cách gần gũi giúp người học dễ tiếp nhận, đồng cảm và mô phỏng hành vi từ nội dung video.

3. Một số hạn chế và giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông về giáo dục giới tính cho sinh viên các trường đại học ở Hà Nội trên nền tảng Youtube trong thời gian tới

3.1. Một số hạn chế trong truyền thông giáo dục giới tính cho sinh viên các trường đại học ở Hà Nội trên nền tảng video trực tuyến Youtube

Ngoài những lợi ích về khả năng tiếp cận rộng rãi và hình thức truyền tải sinh động, YouTube cũng tồn tại nhiều rào cản nhất định trong việc truyền tải nội dung giáo dục mang tính nhạy cảm. Việc nhận diện những hạn chế này là cần thiết để đánh giá đúng mức độ hiệu quả của nền tảng trong việc truyền thông giáo dục giới tính cho giới trẻ.

Thứ nhất, hạn chế trong chính sách kiểm duyệt nội dung của nền tảng. Một trong những rào cản lớn nhất đối với giáo dục giới tính trên YouTube là chính sách kiểm duyệt nội dung chưa rõ ràng và thiếu minh bạch, đặc biệt đối với các nội dung nhạy cảm như giáo dục giới tính toàn diện (Comprehensive Sexuality Education, viết tắt là CSE). YouTube có xu hướng hạn chế nội dung 18+ hoặc các hình ảnh mang tính gợi dục, bạo lực tình dục để bảo vệ người dùng, đặc biệt là trẻ vị thành niên. Tuy nhiên, ranh giới giữa nội dung giáo dục về cơ thể, sức khỏe sinh sản, tình dục an toàn và nội dung bị coi là "gợi dục" thường rất mờ nhạt. Các nhà sáng tạo nội dung giáo dục giới tính thường gặp khó khăn trong việc truyền tải thông tin một cách đầy đủ và trực quan mà không vi phạm chính sách của nền tảng. Điều này dẫn đến việc họ phải "lách luật" hoặc tự kiểm duyệt nội dung của mình, làm giảm đi tính toàn vẹn và hiệu quả của thông điệp giáo dục.

Ví dụ, việc minh họa giải phẫu cơ quan sinh dục hay quá trình sinh sản có thể bị gắn cờ là "gợi dục" hoặc "có tính chất tình dục" nếu không được trình bày khéo léo, dù đó là kiến thức khoa học cần thiết⁽²¹⁾. Sự thiếu minh bạch trong việc áp dụng các quy tắc này khiến người tạo nội dung khó lòng biết được điều gì là chấp nhận được và điều gì

không, dẫn đến sự lo ngại về việc video bị gỡ bỏ, bị hạn chế độ tuổi, hoặc kênh bị đình chỉ⁽²²⁾.

Thứ hai, thuật toán ưu tiên nội dung giải trí hơn nội dung giáo dục. Thuật toán của YouTube được thiết kế để tối đa hóa thời lượng xem và mức độ tương tác, thường bằng cách ưu tiên các nội dung mang tính giải trí, gây sốc, hoặc có tính lan truyền cao⁽²³⁾. Điều này tạo ra một môi trường không mấy thuận lợi cho nội dung giáo dục giới tính vốn mang tính khoa học, nghiêm túc và ít "giật gân". Các video giáo dục giới tính, dù rất cần thiết, thường có tỷ lệ xem thấp hơn, thời lượng xem có thể không dài bằng video giải trí và ít nhận được sự tương tác (like, share, comment) "ngay lập tức" như các video viral. Do đó, thuật toán ít khi đề xuất hoặc đưa các video này lên top tìm kiếm, khiến chúng khó tiếp cận được với đối tượng khán giả mục tiêu. Điều này làm giảm khả năng lan tỏa của thông tin giáo dục quan trọng và tạo ra một "bong bóng thông tin" nơi người dùng chủ yếu được tiếp cận với các nội dung giải trí mà ít khi thấy các nội dung mang tính giáo dục sâu sắc⁽²⁴⁾.

Thứ ba, chất lượng nội dung không đồng đều, khó kiểm chứng. Trên nền tảng này, bất kỳ ai cũng có thể sáng tạo nội dung và đăng tải video, dẫn đến tình trạng chất lượng nội dung giáo dục giới tính rất không đồng đều và khó kiểm chứng. Không có một cơ chế kiểm duyệt nội dung chặt chẽ nào về tính chính xác khoa học hoặc độ tin cậy của thông tin được đăng tải. Người xem, đặc biệt là giới trẻ thiếu kiến thức nền tảng, có thể dễ dàng tiếp cận với các thông tin sai lệch, thiếu khoa học, thậm chí là có hại về giới tính và tình dục. Các video này có thể truyền bá những quan niệm sai lầm, định kiến xã hội, hoặc thậm chí là thông tin y tế không chính xác, gây ảnh hưởng tiêu cực đến sức khỏe và tâm lý của người tiếp nhận⁽²⁵⁾. Việc thiếu sự giám sát từ YouTube khiến người dùng phải tự mình đánh giá độ tin cậy của thông tin, điều này đặc biệt khó khăn đối với một chủ đề nhạy cảm và phức tạp như giáo dục giới tính.

Thứ tư, môi trường tương tác hạn chế và thiếu an toàn, chủ yếu mang tính một chiều. Về bản chất, Youtube là một nền tảng truyền thông một chiều với tính tương tác chủ yếu thông qua bình luận. Môi trường bình luận trên YouTube thường thiếu an toàn và tiềm ẩn nhiều rủi ro, đặc biệt đối với các chủ đề nhạy cảm như giáo dục giới tính. Người dùng có thể gặp phải các bình luận quấy rối, bắt nạt trực tuyến, những lời lẽ tục tĩu, hoặc các quan điểm tiêu cực, định kiến về giới tính. Điều này không chỉ ảnh hưởng

đến tâm lý của nhà sáng tạo nội dung mà còn có thể khiến người xem (đặc biệt là thanh thiếu niên) cảm thấy không thoải mái, sợ hãi khi tìm kiếm thông tin hoặc đặt câu hỏi về chủ đề này⁽²⁶⁾. Khả năng tương tác hai chiều sâu sắc, thảo luận cởi mở và an toàn về các vấn đề giới tính trên YouTube còn rất hạn chế, điều này là một điểm yếu lớn so với các hình thức giáo dục trực tiếp hoặc các diễn đàn chuyên biệt có kiểm soát.

Những hạn chế trên cho thấy, dù sở hữu tiềm năng lớn, YouTube vẫn chưa phải là một nền tảng lý tưởng cho giáo dục giới tính toàn diện. Các rào cản về kiểm duyệt nội dung, thuật toán ưu tiên giải trí, chất lượng thông tin không đồng đều và môi trường tương tác thiếu an toàn đã làm giảm đáng kể hiệu quả truyền tải kiến thức. Điều này đặt ra một thách thức lớn, yêu cầu cả người sáng tạo và người dùng phải có sự chủ động hơn trong việc tìm kiếm, chọn lọc thông tin, đồng thời thôi thúc các nền tảng phải cải thiện chính sách và thuật toán để tạo ra một không gian lành mạnh, an toàn hơn cho các nội dung giáo dục quan trọng.

Nhìn chung, YouTube là một công cụ truyền thông có nhiều tiềm năng trong giáo dục giới tính nhờ khả năng lan tỏa rộng rãi, đa dạng hình thức thể hiện và chi phí sản xuất cũng như phân phối thấp. Nền tảng này đặc biệt hữu ích trong việc đưa các chủ đề nhạy cảm như giáo dục giới tính đến gần hơn với giới trẻ thông qua hình ảnh trực quan, nội dung sinh động và không gian thảo luận mở. Tuy nhiên, tính hiệu quả của YouTube vẫn bị giới hạn bởi một số yếu tố mang tính cấu trúc như: cơ chế kiểm duyệt còn thiếu minh bạch, thuật toán ưu tiên giải trí thay vì giáo dục, chất lượng nội dung thiếu đồng nhất và môi trường tương tác chưa an toàn. Do đó, có thể khẳng định YouTube là một kênh hỗ trợ hữu hiệu nhưng chưa thể thay thế hoàn toàn các hình thức giáo dục giới tính truyền thống hoặc chuyên biệt. Để khai thác tối đa lợi ích của nền tảng này, cần có chiến lược quản lý, giám sát và đồng hành từ cả phía nhà sáng tạo nội dung, cơ quan quản lý, cũng như sự chủ động của người học trong việc tiếp nhận và chọn lọc thông tin.

3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông về giáo dục giới tính cho sinh viên các trường đại học ở Hà Nội trên nền tảng Youtube trong thời gian tới

- Cải thiện về nội dung truyền thông

Thứ nhất, các kênh nên mở rộng nội dung về các chủ đề như sức khỏe sinh sản, tình dục an toàn, đồng thuận, bạo lực tình dục, tâm lý giới và pháp lý, đồng thời đảm bảo tính chính xác, khoa học từ nguồn uy tín.

Thứ hai, tăng nội dung hướng dẫn thực tế, từ đó tăng tính ứng dụng và hiệu quả đối với bản thân khán giả - những người tiếp nhận thông tin giáo dục truyền thông giáo dục giới tính trên nền tảng Youtube như cách sử dụng biện pháp tránh thai, tìm hỗ trợ chuyên môn, Q&A với bác sĩ,...

Thứ ba, lồng ghép tín hiệu hành động rõ ràng trong các thông điệp truyền thông, ví dụ, gắn địa chỉ danh sách phòng khám ở cuối video, kêu gọi, khuyến khích chia sẻ để thúc đẩy hành vi từ khán giả.

Thứ tư, xây dựng nội dung dựa trên câu chuyện và trải nghiệm thực tế như phỏng vấn để tăng tính hấp dẫn và củng cố trách nhiệm của khán giả. Bằng cách đó, các kênh YouTube trở thành một người bạn đồng hành, giúp sinh viên tự tin và trách nhiệm hơn trong cuộc sống. Hơn nữa, các câu chuyện này không chỉ giúp nội dung trở nên hấp dẫn, gần gũi mà còn tạo ra cơ chế học hỏi qua quan sát. Sinh viên có thể dễ dàng đồng cảm và mô phỏng hành vi của nhân vật trong video, từ đó tiếp thu kiến thức và kỹ năng một cách tự nhiên.

Thứ năm, các kênh cần tăng nội dung chuyên gia bằng cách hợp tác với bác sĩ, nhà tâm lý hoặc tổ chức phi chính phủ uy tín, trích dẫn nguồn, giới thiệu chuyên gia để tăng tính xác thực. Việc có sự xuất hiện của các chuyên gia hoặc được xác nhận bởi một tổ chức đáng tin cậy sẽ giúp tăng cường tính xác thực của thông tin. Mỗi video nên có phần trích dẫn nguồn hoặc giới thiệu về chuyên gia tham gia, tạo niềm tin vững chắc cho người xem, đặc biệt là khi họ đang tìm kiếm sự tin cậy để phân biệt thông tin đúng sai.

Thứ sáu, để vượt qua kiểm duyệt YouTube, các kênh truyền thông cần lồng ghép các yếu tố giải trí vào nội dung giáo dục, sử dụng ngôn ngữ học thuật và hình ảnh gián tiếp. Ngoài ra, việc sử dụng ngôn ngữ học thuật, hình ảnh minh họa gián tiếp và hợp tác với các chuyên gia sẽ giúp nội dung không chỉ hấp dẫn hơn mà còn tăng tính chính xác và uy tín, từ đó vượt qua được những rào cản từ nền tảng.

- Cải thiện về hình thức truyền thông

Dựa trên những phân tích trên, các kênh truyền thông giáo dục giới tính cho sinh viên đại học ở Hà Nội có thể áp dụng một số giải pháp cụ thể để nâng cao tính giáo dục và hạn chế yếu tố phản cảm, đặc biệt là trong khía cạnh hình thức.

Về mặt hình ảnh và đồ họa, các kênh nên vận dụng hoạt hình (Animation) và đồ họa chuyển động. Đây là một đề xuất cốt lõi nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp và khoa học cho các video. Thay vì sử dụng hình ảnh trực tiếp hoặc ngôn từ quá thô tục, các vấn đề nhạy cảm như giải phẫu, sinh lý, các bệnh lây truyền qua đường tình dục có thể được minh họa bằng hoạt hình và đồ họa chuyển động. Cách làm này giúp nội dung trở nên khách quan, khoa học hơn, tránh được cảm giác dung tục hay phản cảm. Mô hình của AMAZE Org. cho thấy rõ hiệu quả của phương pháp này trong việc đơn giản hóa các chủ đề khó và tiếp cận một cách thân thiện.

Ngoài ra, cần nâng cao chất lượng sản xuất, đầu tư vào chất lượng hình ảnh và âm thanh. Các video nên được sản xuất ở độ phân giải Full HD (1080p) trở lên để đảm bảo hình ảnh sắc nét. Sử dụng hệ thống ánh sáng chuyên dụng và thiết bị quay có chất lượng tốt sẽ giúp video trông chuyên nghiệp hơn. Bên cạnh đó, để tăng khả năng tiếp thu, các video cần tối ưu hóa hình thức trình bày, bổ sung phụ đề tiếng Việt, đặc biệt là đối với các thuật ngữ chuyên môn. Việc lồng ghép các sơ đồ, bảng biểu, hình ảnh hoặc infographic sẽ giúp minh họa trực quan hơn cho các số liệu hay quy trình phức tạp.

Về mặt âm thanh và giọng nói, cần chuẩn hóa chất lượng âm thanh, sử dụng micro chuyên dụng để thu âm giọng nói, giảm thiểu tạp âm từ môi trường. Người dẫn chuyện đóng vai trò quan trọng trong việc truyền tải thông điệp. Họ cần có giọng nói truyền cảm, tự nhiên, nhưng vẫn đảm bảo sự nghiêm túc và đáng tin cậy của một chuyên gia. Việc nói rõ ràng, với tốc độ vừa phải và nhấn mạnh vào các ý quan trọng sẽ giúp người xem dễ dàng theo dõi và ghi nhớ hơn.

Về cấu trúc và kịch bản, cần áp dụng Microlearning vì thói quen tiêu thụ nội dung của sinh viên đại học trên YouTube thường hướng tới các video ngắn, dễ tiếp thu. Do đó,

các kênh nên chuyển đổi từ các livestream dài sang mô hình video ngắn, tập trung vào một chủ đề duy nhất (từ 5-20 phút). Điều này không chỉ giúp người xem dễ dàng nắm bắt kiến thức mà còn tạo cơ hội để sản xuất nhiều nội dung đa dạng hơn. Ngoài ra, cần tăng tính tương tác tích cực. Mỗi video nên được coi là một bài học độc lập. Vì vậy, các nhà sáng tạo nội dung cần lồng ghép các yếu tố tương tác tích cực. Chẳng hạn, cuối video có thể đặt các câu hỏi gợi mở để khuyến khích thảo luận trong phần bình luận, hoặc cung cấp các tài liệu bổ sung như file PDF để người xem tải về. Các video có thể tích hợp các câu hỏi trắc nghiệm hoặc bài tập tình huống, yêu cầu người xem trả lời để tiếp tục xem, từ đó đảm bảo hiệu quả tiếp thu kiến thức. Cách tiếp cận này giúp video trở thành một công cụ học tập chủ động, thay vì chỉ là một nguồn thông tin thụ động.

Bằng cách áp dụng các nguyên tắc và đề xuất về mặt hình thức này, các kênh truyền thông giáo dục giới tính cho sinh viên không chỉ nâng cao tính chuyên nghiệp, hạn chế sự phản cảm mà còn tối đa hóa khả năng truyền tải kiến thức một cách hiệu quả và bền vững trên nền tảng YouTube.

Bên cạnh đó, việc áp dụng mô hình Microlearning là cần thiết do thói quen tiêu thụ nội dung của sinh viên thường hướng tới các video ngắn, dễ tiếp thu. Các kênh nên chuyển đổi từ các livestream dài sang mô hình video ngắn, tập trung vào một chủ đề duy nhất (từ 5-20 phút), giúp người xem dễ dàng nắm bắt kiến thức và tạo cơ hội sản xuất nhiều nội dung đa dạng hơn. Đồng thời, cần tăng tính tương tác tích cực bằng cách lồng ghép các câu hỏi gợi mở, tài liệu bổ sung hoặc các bài tập tình huống, biến video thành một công cụ học tập chủ động thay vì chỉ là một nguồn thông tin thụ động.

4. Kết luận

Tổng kết lại, nhận thức và hành vi của sinh viên đối với GDGT trên YouTube được định hình bởi: (i) khả năng tiếp cận tri thức chính xác (chất lượng nội dung không đồng đều, tiếp cận còn thụ động), (ii) khả năng kích hoạt hành động (CTA chưa chuẩn hóa, khuyến tán đồng đẳng còn yếu), và (iii) rào cản cảm nhận, văn hoá (nhạy cảm chủ đề, e dè tương tác). YouTube vì thế là kênh hỗ trợ hữu hiệu nhưng không thể thay thế GDGT chính quy; hiệu quả chỉ bền vững khi nội dung đúng, đủ, dễ hành động, hình

thức vừa sức học, và môi trường an toàn, tôn trọng.

Để nâng cao hiệu quả, cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các nhà sáng tạo nội dung, trường đại học, tổ chức y tế và nền tảng YouTube nhằm tăng cường nhận thức, thúc đẩy hành động, và xây dựng một môi trường an toàn, tôn trọng cho giới trẻ Hà Nội./.

Tài liệu tham khảo

- (1) Nguyễn Văn Dũng (2018), Truyền thông: Lý thuyết và kỹ năng cơ bản, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, <https://vietbooks.info/threads/truyen-thong-ly-thuyet-va-ky-nang-co-ban-nxb-thong-tin-truyen-thong-2018-nguyen-van-dung.105242/>, truy cập ngày 03 tháng 8 năm 2025.
- (2) Tổ chức Y tế Thế giới – WHO (2010), Guidance on the Promotion of Sexuality Education, World Health Organization, Geneva.
- (3) Hertig, K., Karkee, R., và cộng sự (2020), Comprehensive Sexuality Education: A Global Perspective, Nxb. UNESCO, Paris.
- (4) Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hợp Quốc – UNESCO (2018), International Technical Guidance on Sexuality Education: An Evidence-Informed Approach, Nxb. UNESCO, Paris, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260770>, truy cập ngày 05 tháng 10 năm 2025.
- (5) Quỹ Dân số Liên Hợp Quốc – UNFPA (2018), International Technical Guidance on Sexuality Education: An Overview for Education, Health and Social Sector Decision-Makers, Nxb. UNESCO, Paris.
- (6) Burkholder, G. J., Quina, K., Harlow, L. L., Morokoff, P. J., & Deiter, P. J. (2007), "Sexual communication in relationships: When words speak louder than actions", Tạp chí Sex Roles, tập 42, số 7, tr.185–196, <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9181-1>.
- (7) Ingham, R., Stone, N., & Gibbins, K. (2013), "Barriers to early sexuality communication between parents and young children", Tạp chí Sex Education, tập 13, số 2, tr.228–240, <https://doi.org/10.1080/14681811.2012.742053>.
- (8) Rossetto, K. (2022), "Feminist agency, sexual scripts, and sexual violence: Developing a model for postgendered family communication", Tạp chí Communication Education, tập 71, số 4, tr.305–326, <https://doi.org/10.1080/03634523.2022.2078011>.
- (9) Li, X., Kang, J., & Liang, J. (2024), "Quality assessment and audience

engagement with a sexuality education video: Evidence from China", *Tạp chí Health Education Journal*, tập 83, số 8, tr.892–904.

(10) Garwood-Cross, L., Light, B., Cooper-Ryan, A. M., & Vasilica, C. (2024), "Sex education against the algorithm: The algorithmically enforced deplatforming of YouTube sex edutainment", *Tạp chí Journal of Gender Studies*, tr.1–13.

(11) Mark, K., Corona-Vargas, E., & Cruz, M. (2021), "Integrating sexual pleasure for quality & inclusive comprehensive sexuality education", *Tạp chí International Journal of Sexual Health*, tập 33, số 4, tr.555–564.

(12) Johnston, J. (2017), "Subscribing to sex edutainment: Sex education, online video, and the YouTube star", *Tạp chí Television & New Media*, tập 18, số 1, tr.76–92.

(13) Bandura, A. (1986), *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*, Nxb. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

(14) Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2020), "Motivation and social cognitive theory", *Tạp chí Contemporary Educational Psychology*, tập 60, tr.101832, <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.101832>.

(15) Zimmerman, B. J. (2000), "Self-efficacy: An essential motive to learn", *Tạp chí Contemporary Educational Psychology*, tập 25, số 1, tr.82–91, <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1016>.

(16) Rosenstock, I. M. (1974), "Historical origins of the Health Belief Model", *Tạp chí Health Education Monographs*, tập 2, số 4, tr.328–335, <https://doi.org/10.1177/109019817400200403>.

(17) Becker, M. H., Drachman, R. H., & Kirscht, J. P. (1977), "A new approach to explaining sick-role behavior in low-income populations", *Tạp chí American Journal of Public Health*, tập 67, số 3, tr.262–268, <https://doi.org/10.2105/AJPH.67.3.262>.

(18) Janz, N. K., & Becker, M. H. (1984), "The Health Belief Model: A decade later", *Tạp chí Health Education Quarterly*, tập 11, số 1, tr.1–47, <https://doi.org/10.1177/109019818401100101>.

(19) Bandura, A. (2001), "Social cognitive theory of mass communication", *Tạp chí Media Psychology*, tập 3, số 3, tr.265–299, https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03.

(20) Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (2008), *Health behavior and health education: Theory, research, and practice (lần xuất bản thứ 4)*, Nxb. Jossey-Bass, San Francisco, California.

- (21) UNFPA & UNESCO. (2017). International Technical Guidance on Sexuality Education: An Evidence-informed Approach. UNESCO.
- (22) The Lancet Public Health. (2019, June 1). The censorship of health information. The Lancet Public Health, 4(6), e265.
- (23) DiggIt Magazine. (n.d.). The YouTube algorithm and its problems. Truy cập ngày 3 tháng 6 năm 2025, từ <https://www.diggitmazine.com/videos/youtube-algorithm-and-its-problems>
- (24) Pew Research Center. (2018, May 31). Algorithm-Driven News Consumption and Its Implications.
- (25) Rechlin, S., Maatouk, I., Herzog, W., Böhlen, F., & Wirtz, M. A. (2020). Quality of health information on YouTube: A systematic review. Journal of Medical Internet Research, 22(12), e20738.
- (26) UNICEF. (2017). Cyberbullying: What is it and how to stop it.