

NĂNG LỰC TRUYỀN THÔNG GIÁO DỤC CỦA CÁN BỘ QUẢN LÝ CÁC CƠ SỞ MẦM NON TƯ THỰC THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Nguyễn Thị Mai Duyên
Viện đào tạo Qibi Academy
Email: maiduyen.edu@gmail.com

Tóm tắt: Trong bối cảnh đổi mới giáo dục và chuyển đổi số, năng lực truyền thông giáo dục trở thành yêu cầu thiết yếu đối với cán bộ quản lý các trường mầm non tư thực. Bài báo nhằm xây dựng cơ sở lý luận và đề xuất các biện pháp phát triển năng lực truyền thông giáo dục cho đội ngũ này tại thành phố Hà Nội. Nghiên cứu sử dụng các phương pháp phân tích, tổng hợp tài liệu và tiếp cận năng lực, dựa trên các lý thuyết truyền thông của Harold Lasswell và David Berlo. Kết quả nghiên cứu đã xác định khung năng lực truyền thông giáo dục gồm các thành tố, tiêu chí và chỉ báo đo lường cụ thể.

Từ khóa: Năng lực truyền thông giáo dục, cán bộ quản lý, mầm non tư thực.

EDUCATIONAL COMMUNICATION COMPETENCE OF MANAGERS OF PRIVATE PRESCHOOL INSTITUTIONS IN HANOI CITY

Abstract: In the context of educational reform and digital transformation, educational communication competence has become an essential requirement for managers of private preschool institutions. This paper aims to establish a theoretical foundation for an educational communication competency framework for this group in Hanoi. The study employs methods of document analysis and synthesis. The findings identify an educational communication competency framework comprising specific components, criteria, and measurable indicators.

Keywords: educational communication competence; managers; private preschools.

Nhận bài: 18/03/2026

Phản biện: 15/04/2026

Duyệt đăng: 19/04/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo hiện nay, truyền thông giáo dục ngày càng khẳng định vai trò quan trọng trong việc kết nối nhà trường với gia đình và xã hội, góp phần nâng cao chất lượng chăm sóc, giáo dục trẻ và xây dựng hình ảnh, uy tín của cơ sở giáo dục. Đặc biệt, đối với hệ thống giáo dục mầm non tư thực tại thành phố Hà Nội – nơi có sự phát triển nhanh về số lượng cơ sở, đa dạng về loại hình tổ chức và chịu tác động mạnh mẽ của cơ chế thị trường – hoạt động truyền thông giáo dục không chỉ mang ý nghĩa thông tin mà còn là công cụ quản lý, điều hành và phát triển bền vững nhà trường.

Thực tiễn cho thấy, cán bộ quản lý các trường mầm non tư thực giữ vai trò trung tâm trong việc định hướng, tổ chức và triển khai các hoạt động truyền thông giáo dục. Tuy nhiên, năng lực truyền thông của đội ngũ này vẫn còn nhiều hạn chế như: thiếu kỹ năng xây dựng chiến lược truyền thông, chưa khai thác hiệu quả các kênh truyền thông số, nội dung truyền thông chưa đáp ứng nhu cầu đa dạng của phụ huynh và cộng đồng, cũng như chưa phát huy được vai trò của truyền thông trong việc tạo dựng niềm tin và sự đồng thuận xã hội. Những hạn chế này phần nào ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý, chất lượng giáo dục và năng lực cạnh tranh của các cơ sở mầm non tư thực trong bối cảnh hội nhập và chuyển đổi số.

Về mặt lý luận, các nghiên cứu về truyền thông và quản lý giáo dục đã chỉ ra rằng hiệu quả truyền thông phụ thuộc vào khả năng làm chủ các yếu tố của quá trình truyền thông, từ chủ thể, thông điệp, kênh truyền thông đến đối tượng tiếp nhận (Harold Lasswell, 1948). Đồng thời, truyền thông còn là phương tiện quan trọng để lan tỏa đổi mới, thúc đẩy sự tham gia và thay đổi hành vi của các bên liên quan trong giáo dục (Everett Rogers, 2003). Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết phải phát triển năng lực truyền thông giáo dục cho cán bộ quản lý như một năng lực cốt lõi trong bối cảnh hiện nay.

Xuất phát từ những cơ sở lý luận và thực tiễn nêu trên, việc nghiên cứu và đề xuất các biện pháp phát triển năng lực truyền thông giáo dục cho cán bộ quản lý các trường mầm non tư thực thành phố Hà Nội có ý nghĩa cấp thiết cả về mặt khoa học và thực tiễn. Nghiên cứu không chỉ góp phần bổ sung cơ sở lý luận về năng lực truyền thông trong quản lý giáo dục mà còn cung cấp các giải pháp khả thi nhằm nâng cao hiệu quả quản lý, đáp ứng yêu cầu đổi mới giáo dục và sự kỳ vọng ngày càng cao của xã hội.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Khái niệm năng lực truyền thông giáo dục của cán bộ quản lý giáo dục

- Khái niệm năng lực truyền thông giáo dục

Theo David Berlo (1960), hiệu quả truyền thông phụ thuộc vào các yếu tố như nguồn, thông điệp, kênh và người nhận (mô hình SMCR), từ đó cho thấy năng lực truyền thông giáo dục không chỉ dừng ở việc truyền đạt thông tin mà còn ở khả năng điều chỉnh các yếu tố này để đạt mục tiêu giáo dục. Đồng thời, Everett Rogers (2003) nhấn mạnh vai trò của truyền thông trong việc lan tỏa tri thức và thay đổi hành vi, qua đó khẳng định rằng năng lực truyền thông giáo dục cần hướng tới tác động nhận thức và hành vi của người học.

Trong bối cảnh chuyển đổi số, năng lực truyền thông giáo dục còn bao hàm khả năng sử dụng hiệu quả các nền tảng và công cụ số để thiết kế và triển khai các hoạt động truyền thông giáo dục đa phương tiện, tương tác cao (Redecker, 2017).

Trong nghiên cứu này *quan niệm năng lực truyền thông giáo dục được hiểu là khả năng của cá nhân (đặc biệt là nhà giáo dục) trong việc thiết kế, tổ chức và thực hiện các hoạt động truyền thông nhằm truyền tải hiệu quả thông tin, tri thức và giá trị giáo dục đến người học và cộng đồng, trên cơ sở vận dụng linh hoạt kiến thức chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, công nghệ truyền thông và sự hiểu biết về đối tượng tiếp nhận. Năng lực này bao gồm khả năng lựa chọn nội dung, phương tiện, hình thức truyền thông phù hợp; xây dựng thông điệp giáo dục có tính thuyết phục; và đánh giá hiệu quả truyền thông trong bối cảnh cụ thể.*

- Khái niệm năng lực truyền thông giáo dục của cán bộ quản lý giáo dục

Năng lực truyền thông giáo dục của cán bộ quản lý giáo dục được hiểu là khả năng của nhà quản lý trong việc hoạch định, tổ chức, điều phối và đánh giá các hoạt động truyền thông nhằm truyền tải hiệu quả chủ trương, chính sách, mục tiêu và giá trị giáo dục tới các bên liên quan (giáo viên, người học, phụ huynh và cộng đồng), trên cơ sở vận dụng tổng hợp kiến thức quản lý giáo dục, kỹ năng truyền thông, năng lực sử dụng công nghệ và sự am hiểu bối cảnh xã hội – văn hóa. Năng lực này không chỉ dừng lại ở việc cung cấp thông tin mà còn hướng tới việc tạo sự đồng thuận, thúc đẩy thay đổi nhận thức và hành vi, qua đó nâng cao hiệu quả quản lý và chất lượng giáo dục.

2.2. Cơ sở xác định năng lực truyền thông giáo dục của cán bộ quản lý giáo dục

- Cơ sở lý luận về truyền thông

Các lý thuyết truyền thông cung cấp khung phân tích nền tảng để xác định cấu trúc và yêu cầu của năng lực truyền thông giáo dục. Theo Harold

Lasswell (1948), quá trình truyền thông được cấu thành bởi các yếu tố: chủ thể truyền thông, nội dung thông điệp, kênh truyền thông, đối tượng tiếp nhận và hiệu quả truyền thông. Tương tự, mô hình SMCR của David Berlo (1960) nhấn mạnh vai trò của kỹ năng, thái độ, kiến thức và bối cảnh xã hội của các chủ thể tham gia truyền thông. Những quan điểm này cho thấy năng lực truyền thông giáo dục của cán bộ quản lý cần bao gồm khả năng thiết kế thông điệp, lựa chọn kênh truyền thông, hiểu đặc điểm đối tượng và kiểm soát hiệu quả truyền thông.

- Cơ sở lý luận về quản lý giáo dục

Trong quản lý giáo dục, truyền thông không chỉ là công cụ hỗ trợ mà còn là chức năng thiết yếu gắn với các hoạt động lập kế hoạch, tổ chức, chỉ đạo và kiểm tra. Cán bộ quản lý giáo dục cần sử dụng truyền thông để triển khai chính sách, tạo sự đồng thuận và điều phối các hoạt động trong nhà trường. Theo Henry Mintzberg, vai trò thông tin (informational roles) là một trong ba nhóm vai trò cốt lõi của nhà quản lý, bao gồm thu thập, xử lý và truyền đạt thông tin. Điều này khẳng định năng lực truyền thông là thành tố cấu thành năng lực quản lý giáo dục.

- Tiếp cận năng lực trong giáo dục

Theo tiếp cận năng lực, năng lực được hiểu là sự tích hợp của kiến thức, kỹ năng và thái độ cho phép cá nhân thực hiện hiệu quả nhiệm vụ trong bối cảnh cụ thể. Quan điểm của Franz E. Weinert (2001) nhấn mạnh rằng năng lực không chỉ là khả năng thực hiện mà còn bao hàm tính linh hoạt, thích ứng và trách nhiệm xã hội. Vận dụng vào lĩnh vực truyền thông giáo dục, năng lực truyền thông của cán bộ quản lý cần được xác định như một hệ thống các thành tố liên kết chặt chẽ, thể hiện qua khả năng hành động hiệu quả trong các tình huống quản lý và truyền thông đa dạng.

- Cơ sở từ yêu cầu đổi mới giáo dục và chuyển đổi số

Trong bối cảnh chuyển đổi số, truyền thông giáo dục không còn giới hạn ở các hình thức truyền thông mà mở rộng sang môi trường số với tính tương tác cao, đa phương tiện và thời gian thực. Khung năng lực số cho nhà giáo dục của European Commission (DigCompEdu) nhấn mạnh vai trò của năng lực giao tiếp và hợp tác thông qua công nghệ số. Do đó, năng lực truyền thông giáo dục của cán bộ quản lý cần bao gồm khả năng sử dụng hiệu quả các nền tảng số, quản trị thông tin và xây dựng hình ảnh tổ chức trong môi trường trực tuyến.

2.3. Khung năng lực truyền thông giáo dục của cán bộ quản lý

Từ những cơ sở phân tích như trên trong nghiên cứu này năng lực truyền thông giáo dục của cán bộ quản lý gồm 5 nhóm năng lực thành phần sau đây:

1. Nhận thức và kiến thức về truyền thông giáo dục
2. Lập kế hoạch và thiết kế truyền thông
3. Tổ chức và triển khai hoạt động truyền thông
4. Sử dụng công nghệ và truyền thông số
5. Đánh giá và cải tiến hoạt động truyền thông

TT	Năng lực thành phần	Tiêu chí	Biểu hiện của năng lực
1	Nhận thức và kiến thức về truyền thông giáo dục	Hiểu biết về vai trò và nguyên lý truyền thông	- Nhận thức đúng vai trò của truyền thông trong quản lý giáo dục - Hiểu các thành tố của quá trình truyền thông (nguồn – thông điệp – kênh – đối tượng – phản hồi)
		Hiểu biết về đối tượng truyền thông	- Phân biệt các loại hình truyền thông trong giáo dục - Xác định được đặc điểm tâm lý, nhu cầu của phụ huynh, giáo viên, cộng đồng - Nhận diện sự khác biệt giữa các nhóm đối tượng - Dự báo phản ứng của đối tượng đối với thông điệp
2	Lập kế hoạch và thiết kế truyền thông	Xây dựng kế hoạch truyền thông	- Xác định mục tiêu truyền thông rõ ràng, phù hợp mục tiêu quản lý - Xây dựng nội dung truyền thông có trọng tâm - Lựa chọn kênh truyền thông phù hợp với đối tượng - Phân bổ nguồn lực (nhân lực, thời gian, kinh phí) hợp lý
		Thiết kế thông điệp truyền thông	- Xây dựng thông điệp rõ ràng, dễ hiểu - Đảm bảo tính giáo dục, thuyết phục và phù hợp văn hóa - Điều chỉnh thông điệp theo từng nhóm đối tượng - Sử dụng ngôn ngữ và hình thức thể hiện phù hợp
3	Tổ chức và triển khai hoạt động truyền thông	Tổ chức thực hiện truyền thông	- Phối hợp hiệu quả với giáo viên và các bên liên quan - Triển khai các hoạt động truyền thông theo kế hoạch - Đảm bảo tính nhất quán và liên tục của thông tin
		Giao tiếp và xử lý tình huống truyền thông	- Giao tiếp rõ ràng, chuyên nghiệp với phụ huynh và cộng đồng - Lắng nghe và phản hồi kịp thời ý kiến - Xử lý tình huống truyền thông nhạy cảm hoặc khủng hoảng - Tạo dựng sự đồng thuận và niềm tin
4	Sử dụng công nghệ và truyền thông số	Sử dụng công cụ truyền thông số	- Sử dụng thành thạo các nền tảng (website, mạng xã hội, email...) - Tạo và chia sẻ nội dung đa phương tiện (hình ảnh, video...) - Quản lý thông tin và dữ liệu truyền thông
		Tương tác và quản trị truyền thông số	- Duy trì tương tác thường xuyên với phụ huynh qua môi trường số - Phản hồi thông tin nhanh chóng, phù hợp - Đảm bảo an toàn thông tin và đạo đức truyền thông

5	Đánh giá và cải tiến hoạt động truyền thông	Đánh giá hiệu quả truyền thông	<ul style="list-style-type: none"> • Xây dựng tiêu chí đánh giá (mức độ tiếp cận, phản hồi...) • Thu thập và phân tích phản hồi từ các bên liên quan • Đánh giá mức độ đạt mục tiêu truyền thông
		Cải tiến và phát triển truyền thông	<ul style="list-style-type: none"> - Điều chỉnh kế hoạch truyền thông dựa trên kết quả đánh giá - Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông - Học hỏi và cập nhật xu hướng truyền thông mới

III. KẾT LUẬN

Năng lực truyền thông giáo dục là năng lực thiết yếu của cán bộ quản lý các trường mầm non

tư thực trong bối cảnh đổi mới giáo dục và chuyển đổi số. Nghiên cứu đã xây dựng khung năng lực với các tiêu chí và chỉ báo cụ thể.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Harold Lasswell. (1948). *The structure and function of communication in society*. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas*. New York: Harper & Row.
- David K. Berlo. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Everett M. Rogers. (2003). *Diffusion of innovations (5th ed.)*. New York: Free Press.
- European Commission. (2017). *European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- UNESCO. (2018). *ICT competency framework for teachers*. Paris: UNESCO.
- Nguyễn Thị Mỹ Lộc. (2012). *Quản lý giáo dục: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*. Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Bộ Giáo dục và Đào tạo. (2018). *Chuẩn hiệu trưởng cơ sở giáo dục mầm non*. Hà Nội.
- Bộ Giáo dục và Đào tạo. (2020). *Chương trình giáo dục mầm non*. Hà Nội.