



DOI:10.22144/ctujos.2026.141

## HIỆU QUẢ TIẾP NHẬN CỦA CÔNG CHỨNG ĐỐI VỚI BÁO CHÍ ĐỒ HỌA - TRƯỜNG HỢP CHUYÊN MỤC GIÁO DỤC TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Trường Duy<sup>1</sup> và Bùi Thanh Thảo<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>Sinh viên ngành Văn học Khóa 48, Khoa Khoa học Chính trị, Xã hội và Nhân văn, Đại học Cần Thơ, Việt Nam

<sup>2</sup>Khoa Khoa học Chính trị, Xã hội và Nhân văn, Đại học Cần Thơ, Việt Nam

\*Tác giả liên hệ (Corresponding author): bithao@ctu.edu.vn

### Thông tin chung (Article Information)

Nhận bài (Received): 24/09/2025

Sửa bài (Revised): 13/12/2025

Duyệt đăng (Accepted): 29/04/2026

**Title:** The effectiveness of public reception toward graphic journalism - The case of Education sections in online newspapers in Vietnam

**Author:** Nguyen Truong Duy<sup>1</sup> and Bui Thanh Thao<sup>2,\*</sup>

**Affiliation(s):** <sup>1</sup>Literature Student Course 48, School of Political Science, Social Sciences and Humanities, Can Tho University, Viet Nam; <sup>2</sup>School of Political Science, Social Sciences and Humanities, Can Tho University, Viet Nam

### TÓM TẮT

Nghiên cứu được thực hiện với mục tiêu tập trung phân tích hiệu quả tiếp nhận của công chúng đối với báo chí đồ họa (BCĐH), đặc biệt là các tác phẩm được đăng tải ở chuyên mục Giáo dục trên báo điện tử tại Việt Nam hiện nay. Trong bài báo này, chúng tôi đã tiến hành khảo sát thói quen tiêu thụ, nghiên cứu sự đánh giá của công chúng về ưu điểm và hạn chế của BCĐH ở chuyên mục này. Bên cạnh đó, việc tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả tiếp nhận của công chúng đối với BCĐH cũng đã được thực hiện, bao gồm: yếu tố của BCĐH, yếu tố chủ quan và yếu tố khách quan. Ngoài ra, các biện pháp phù hợp cũng đã được đề xuất trong nghiên cứu nhằm giúp nâng cao chất lượng BCĐH, giúp thông tin được truyền tải hiệu quả, dễ tiếp cận hơn với nhiều đối tượng công chúng trong thời đại số.

**Từ khóa:** Báo chí đồ họa, chuyên mục Giáo dục, công chúng, hiệu quả tiếp nhận

### ABSTRACT

The study was conducted to analyze the effectiveness of public reception of graphic journalism, especially works published in the Education section on online newspapers in Vietnam today. In this paper, we have surveyed consumption habits, studying the public's appreciation of the advantages and limitations of graphic journalism in this section. In addition, the study of factors affecting the public's reception of graphic journalism has also been carried out, including elements of graphic journalism, subjective factors, and objective factors. In addition, appropriate measures have also been proposed in the study to help improve the quality of graphic journalism, helping information to be transmitted more effectively and easily accessible to a wide range of public audiences in the digital age.

**Keywords:** Education section, graphic journalism, public, reception efficiency

## 1. GIỚI THIỆU

Trước bối cảnh truyền thông số đang phát triển mạnh mẽ như hiện nay, báo điện tử (BĐT) không ngừng được đổi mới hình thức thể hiện nội dung nhằm đem lại chất lượng tác phẩm tốt hơn và giúp thu hút, cũng như giữ chân công chúng hiệu quả hơn. Một trong những xu hướng nổi bật là báo chí đồ họa (BCĐH), đó là việc kết hợp giữa hình ảnh đồ họa trực quan và thông tin súc tích nhằm truyền tải nội dung của tác phẩm báo chí một cách sinh động, dễ hiểu và nhanh chóng đối với công chúng. Hình thức này không chỉ phát huy tính thẩm mỹ và khả năng thị giác hóa thông tin mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp nhận thông tin của công chúng trong thời đại hiện nay. Điều này đặc biệt quan trọng trong lĩnh vực giáo dục, vốn gắn liền với lượng thông tin lý thuyết lớn, đôi khi khô khan và khó tiếp cận với đại đa số công chúng. Đặc biệt đối với chuyên mục *Giáo dục* thì việc ứng dụng BCĐH không chỉ giúp nâng cao hiệu quả truyền đạt thông tin về giáo dục mà còn góp phần mở rộng thêm nhiều đối tượng công chúng tiếp cận.

Tại Việt Nam, nhiều nghiên cứu đã được thực hiện nhằm tìm hiểu về thực trạng ứng dụng BCĐH và tìm hiểu về nhu cầu, cũng như xu hướng tiếp nhận thông tin của công chúng đối với tác phẩm báo chí. Trước hết là các nghiên cứu được thực hiện nhằm làm rõ việc phát triển của BCĐH trên BĐT, tiêu biểu như công trình: “*Sử dụng thông tin đồ họa trên báo điện tử hiện nay*” của Hà (2016), tác giả đã thực hiện khảo sát trên hai trang báo *Vnexpress* và *Vietnamplus*; “*Thông tin đồ họa trên báo điện tử Pháp và gợi ý cho Việt Nam*” của Linh (2018), ở công trình này tác giả đã thực hiện khảo sát các trang BĐT là *La Croix*, *20 Minutes*, *Quest-France*, đồng thời hai trang báo tại Việt Nam là *VnExpress* và *Vietnamplus* cũng đã được tác giả khảo sát;... Thứ hai là các nghiên cứu về BCĐH trên các loại hình báo chí khác cũng đã được thực hiện, bao gồm: nghiên cứu trên báo truyền hình như “*Sử dụng thông tin đồ họa trong các chương trình truyền hình hiện nay*” của Yến (2012), tác giả đã khảo sát một số chương trình truyền hình trong và ngoài nước như *Bản tin thời sự 19h* và *Bản tin Tài chính kinh doanh tối* (Việt Nam), *Bản tin thời sự Newlines* (Nhật Bản), kênh truyền hình *Arirang* (Hàn Quốc), *Bản tin thời sự Asia Today* (Singapore); “*Phương thức kể chuyện có sử dụng thông tin đồ họa (infographic) trên truyền hình*” của Hằng (2017), tác giả đã nghiên cứu qua các kênh truyền hình: *VTV1* và *Kinh tế tài chính VITV*;... Các nghiên cứu trên báo in như: “*Sử dụng thông tin đồ họa trên báo in Việt Nam*” của Quỳnh

(2016), tác giả đã khảo sát trên ba trang báo: *Lao động*, *Tuổi trẻ* và *Thời báo kinh tế Việt Nam*; v.v.

Thứ ba là các công trình nghiên cứu về việc tiếp nhận thông tin của công chúng đối với báo chí cũng đã được quan tâm nghiên cứu, một số công trình tiêu biểu được thực hiện như Tịnh (2012) trong “*Nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin phát thanh của công chúng nông thôn vùng đồng bằng sông Hồng hiện nay*” đã tìm hiểu về nhu cầu tiếp nhận thông tin phát thanh (nội dung, hình thức, xu hướng mới trong nhu cầu tiếp nhận) và điều kiện tiếp nhận thông tin phát thanh (điều kiện khách quan về môi trường, điều kiện về hệ thống phát thanh, điều kiện cá nhân; điều kiện thuận lợi và điều kiện không thuận lợi cho việc thỏa mãn nhu cầu tiếp nhận) của công chúng nông thôn tại đồng bằng sông Hồng. Trong “*Xu hướng ảnh hưởng của các yếu tố nhân khẩu học đến việc tiếp nhận sản phẩm báo chí của công chúng*” của Hà (2014), tác giả đã nghiên cứu mức độ ảnh hưởng của các yếu tố nhân khẩu (giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp) của công chúng đối với mức độ tiếp cận và nội dung tiếp nhận. Bên cạnh đó, Minh (2020) trong “*Xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay*” đã thực hiện nghiên cứu việc tiếp nhận của công chúng qua các nội dung: mức độ tiếp nhận, xu hướng tiếp nhận về mặt thể loại, xu hướng lựa chọn nội dung tiếp nhận và các yếu tố tác động biến đổi thói quen đọc báo in của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế. Tại công trình “*Nhu cầu của công chúng với sản phẩm truyền hình đa nền tảng hiện nay*”, Nga (2025) đã nghiên cứu về thói quen và nhu cầu của công chúng đối với các sản phẩm truyền hình đa nền tảng hiện nay, đồng thời tác giả đã tìm hiểu yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu và thói quen xem truyền hình của công chúng;... Ở phương diện lý thuyết, việc tiếp nhận của công chúng đã được quan tâm như: quá trình và tâm lý tiếp nhận (Hằng, 2013; Hằng, 2020), nhu cầu tiếp nhận (Huyền, 2025), v.v.

Thông qua việc tìm hiểu các công trình trên đã cho thấy được hiện nay đã có nhiều tác giả quan tâm nghiên cứu về thực trạng phát triển của BCĐH và tìm hiểu về việc tiếp nhận của công chúng. Tuy nhiên qua đó cũng cho thấy, việc thực hiện nghiên cứu về hiệu quả tiếp nhận (HQTN) của công chúng, đặc biệt là việc đánh giá của họ đối với cả ưu và nhược điểm của hình thức BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT đến nay vẫn còn hạn chế và chưa được thực hiện một cách toàn diện. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm tìm hiểu cụ thể và rõ ràng về HQTN của công chúng đối với BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam ở nhiều góc độ khác nhau. Bên cạnh đó, kết quả khảo

sát này cũng góp phần cung cấp cơ sở quan trọng cho việc đưa ra các biện pháp nhằm nâng cao chất lượng nội dung và hình thức của BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* nói riêng và BĐT nói chung, từ đó giúp HQTN của công chúng được hiệu quả hơn.

## 2. ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

*Về đối tượng nghiên cứu:* Trong bài báo này, đối tượng được nghiên cứu chính là các tác phẩm BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam. Để phục vụ cho việc nghiên cứu này, chúng tôi đã tiến hành khảo sát công chúng nhằm tìm hiểu HQTN của họ đối với tác phẩm BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam.

*Về phạm vi nghiên cứu:* Bài báo được giới hạn khảo sát HQTN của công chúng đối với các tác phẩm BCĐH được đăng tải ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam. Trong nghiên cứu này, hai nhóm công chúng đã được khảo sát đó là công chúng liên quan trong lĩnh vực giáo dục ("*Chuyên ngành*") và công chúng ngoài lĩnh vực giáo dục ("*Ngoài chuyên ngành*"). Ở mỗi nhóm công chúng thì chúng tôi đã tiến hành khảo sát 385 mẫu và tổng số mẫu cần có cho cả hai nhóm công chúng là 770 mẫu. Việc lựa chọn đa dạng đối tượng khảo sát nhằm đảm bảo tính toàn diện và khách quan cho kết quả đánh giá HQTN của công chúng đối với BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam.

*Về phương pháp nghiên cứu:* Đầu tiên là phương pháp phân tích, tổng hợp được sử dụng để phân tích các số liệu thu được từ khảo sát, từ đó tổng hợp lại để rút ra những nhận định chung. Thứ hai là phương pháp thống kê – phân loại, phương pháp này được áp dụng trong nghiên cứu với mục đích giúp hệ thống hóa thông tin theo các tiêu chí xác định. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng đã vận dụng các lý thuyết như: lý thuyết định khung, lý thuyết ký hiệu học, lý thuyết thiết kế thông tin và trực quan hóa dữ liệu,... nhằm hỗ trợ việc phân tích đặc điểm hình thức và nội dung của BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT. Các lý thuyết này cũng được sử dụng nhằm hỗ trợ giải thích cách công chúng hiểu và diễn giải BCĐH. Cuối cùng, trọng tâm trong nghiên cứu này là phương pháp khảo sát được áp dụng với việc xây dựng bảng hỏi nhằm thu thập ý kiến trực tiếp từ hai nhóm công chúng. Nhằm đảm bảo tính khách quan và cân bằng giữa hai nhóm, kích thước mẫu khảo sát của hai nhóm cùng được xác định theo công thức tính cỡ mẫu khi không xác định quy mô tổng thể Yamane (1967). Kết quả tính toán cho thấy, số mẫu cần khảo sát cho từng nhóm là 385 mẫu và tổng số

công chúng cần khảo sát cho hai nhóm là 770 công chúng.

$$n = 1.96^2 \frac{0.5 \times (1 - 0.5)}{0,05^2} = 384,16$$

## 3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

### 3.1. Cơ sở lý thuyết

#### 3.1.1. Báo điện tử

Thuật ngữ BĐT hiện nay được nhiều nhà nghiên cứu đưa ra với nhiều ý kiến khác nhau. Trước tiên, BĐT được quy định tại Luật Báo chí 2016 do Quốc hội Việt Nam (2016) ban hành đó là "*loại hình báo chí sử dụng chữ viết, hình ảnh, âm thanh, được truyền dẫn trên môi trường mạng, gồm báo điện tử và tạp chí điện tử*". Trong *Cơ sở lý luận báo chí, Dững* (2018, tr.173) đưa ra khái niệm của BĐT là "*loại hình báo chí - truyền thông tồn tại, phát triển trên mạng Internet toàn cầu*". Bên cạnh đó, Giang (2014, tr.53) trình bày BĐT là "*một loại hình báo chí được xây dựng dưới hình thức của một trang web và phát hành trên mạng Internet*", theo tác giả thì loại hình báo chí này trên thế giới và Việt Nam tồn tại nhiều cách gọi khác nhau như: BĐT, báo trực tuyến, báo chí Internet,... Ngoài ra, Sơn (2015, tr.70-71) đã đưa ra khái niệm này trong *Giáo trình Lý luận báo chí – truyền thông* là "*loại báo xuất hiện trên Internet*", với sự phát triển và bao trùm toàn cầu của Internet, thì công chúng "*có khả năng và điều kiện rất thuận lợi trong việc tiếp cận trực tiếp với các nguồn thông tin*". BĐT còn được Lam (2020, tr.14) nhắc đến trong công trình nghiên cứu của mình là "*cách gọi tắt của "báo mạng Internet"*".

BĐT với các đặc điểm cũng như ưu thế vượt trội như tính tức thời và phi định kỳ, cập nhật thông tin liên tục, khả năng lưu trữ và tìm kiếm thông tin, tính tương tác, nổi bật là tính đa phương tiện, nhờ vào đó mà BĐT đã khẳng định vị thế của mình so với các loại hình báo chí khác (báo truyền hình, báo phát thanh, báo in,...). Như vậy, BĐT có thể hiểu là một loại hình báo chí vừa kế thừa từ báo chí truyền thống, vừa phát triển theo hướng số hóa, ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại để phục vụ cho việc sáng tạo và đăng tải tác phẩm báo chí. Điều này góp phần đáp ứng nhu cầu tiếp nhận thông tin nhanh, đa chiều và tương tác cao của công chúng hiện đại một cách hiệu quả.

#### 3.1.2. Báo chí đồ họa

BCĐH là một trong các xu hướng phát triển của báo chí bên cạnh các xu hướng báo chí khác như báo chí đa nền tảng, báo chí di động, báo chí xã hội, báo chí dữ liệu, báo chí đa phương tiện,... (Giang và ctv.,

2017). Theo Parker (2012), việc chuyển đổi nội dung từ các đoạn văn rườm rà sang hình thức biểu đồ ngắn gọn là giải pháp hiệu quả nhằm nâng cao khả năng tiếp nhận thông điệp của công chúng. Bên cạnh đó, Phương (2006) cho rằng hình thức này là việc trình bày thông tin về sự kiện hoặc vấn đề bằng hình vẽ, có thể kết hợp chữ viết và hình ảnh để truyền tải nội dung một cách đầy đủ và hoàn chỉnh. Hằng (2017, tr.16) cho rằng đó là “*dạng tin/bài trực quan sử dụng ngôn ngữ phi văn tự*”, “*thể hiện thông tin qua hình ảnh kết hợp hoặc không kết hợp với các yếu tố văn bản, hình ảnh chụp, tranh vẽ hoặc hình vẽ...*”, điều này “*giúp thông tin ngắn gọn, cô đọng, dễ gây ấn tượng với công chúng và tăng hiệu quả truyền thông tin trên báo chí*”. Hay Linh (2018, tr.18) bổ sung khái niệm này là “*một trong những công cụ đưa tin của báo chí có khả năng biến khối dữ liệu khổng lồ thành các hình ảnh đồ họa ở mọi chủ đề thông tin*”. Ngoài ra, Trang (2020, tr.228) trong công trình nghiên cứu của mình đã cho rằng đó là việc sử dụng “*đồ họa làm phương thức chính để biểu đạt và chuyển tải thông tin. Nghĩa là, thay vì sử dụng ngôn ngữ chữ viết trong tác phẩm để truyền tải thông tin đến với công chúng, người ta sử dụng những nét vẽ, nét khắc họa hoặc những mảng hình để thay thế chữ viết mang thông tin đến bạn đọc*”. Trong *Báo chí và truyền thông đa phương tiện*, Giang và ctv. (2017) đã tổng hợp và giới thiệu cụ thể về việc phân loại BCĐH, bao gồm: biểu đồ đơn, biểu đồ hỗn hợp, đồ họa liệt kê, đồ họa theo thời gian biểu, đồ họa chỉ phương thức thực hiện, đồ họa quy trình, đồ họa so sánh, đồ họa chỉ địa điểm, đồ họa nhiếp ảnh và đồ họa phân cấp. Theo các tác giả, cách phân loại này giúp phân biệt tác phẩm theo nội dung và mục đích thực hiện, đây là “*cách phân loại phổ biến trong các cơ quan báo chí*” (Giang và ctv., 2017, tr.176).

Như vậy có thể kết luận rằng BCĐH là một hình thức báo chí hội tụ sử dụng ngôn ngữ thị giác làm thành tố chủ đạo, kết hợp chặt chẽ với ngôn ngữ văn bản để trực quan hóa và truyền tải các dữ liệu, thông tin hoặc câu chuyện phức tạp nhằm giúp người đọc nhanh chóng nắm bắt được nội dung cốt lõi một cách trực quan, chính xác và có hệ thống, từ đó tối ưu hóa trải nghiệm đọc tin của công chúng.

### 3.1.3. Hiệu quả tiếp nhận

Khi đề cập đến HQTN, đặc biệt là HQTN đối với tác phẩm báo chí thì Hằng (2013, tr.23) cho rằng đó là “*sự kết hợp giữa tiếp nhận cá nhân và tiếp nhận cộng đồng, thể hiện sự hiểu biết, phạm vi lan truyền và khả năng tác động vào hệ thống hành vi xã hội sau khi đã trải qua quá trình tiếp thu thông tin từ*

*báo chí*”. Trong đó, quá trình tiếp nhận của công chúng bao gồm các vấn đề: *tính bất biến* (tiếp nhận các yếu tố bên ngoài và cảm thụ ngôn ngữ), *tính trình tự* (lĩnh hội các sự kiện và vấn đề trong thông tin) và *tính hòa hợp* của nhận thức (Hằng, 2013). Bên cạnh đó, thông qua mô hình tuyến tính được Huyền (2025) nhắc đến trong nghiên cứu của mình thì HQTN được thể hiện qua việc đo lường tác động trực tiếp của thông điệp lên công chúng, giúp đánh giá mức độ nắm bắt và hiểu thông tin của họ. Theo Minh (2020, tr.162) thì “*việc tiếp nhận của công chúng được thực hiện theo thói quen và sở thích*”. Như vậy có thể hiểu, HQTN của công chúng đối với tác phẩm báo chí chính là thước đo cho biết tác phẩm báo chí đó được công chúng hiểu, tiếp nhận, nhận thức và góp phần thay đổi hành vi của họ, từ đó giúp đánh giá được mức độ tác động của tác phẩm báo chí trong đời sống truyền thông và xã hội.

Để quá trình tiếp nhận được diễn ra, công chúng tiếp nhận thông tin phải trải qua hai bước: lựa chọn tác phẩm và xử lý thông tin. Theo Sơn (2015) thì để đạt được giá trị tiếp nhận, giá trị thực tiễn và ảnh hưởng tích cực đến công chúng thì cần đảm bảo: (1) thông tin có tính độc đáo để giúp thu hút và giữ sự chú ý của công chúng, (2) tính đại chúng và dễ hiểu nhằm tạo điều kiện để đa số người đọc có thể tiếp cận và lĩnh hội nội dung và (3) tính hợp thời, tức thông tin xuất hiện đúng lúc, đáp ứng nhu cầu nhận thức của công chúng trong bối cảnh cụ thể. Về mức căn cứ làm mức độ đo lường, đầu tiên theo Lợi (2025) thì trong quá nghiên cứu truyền thông thì hiệu quả được chia thành ba cấp độ: *nhận biết chia sẻ (nhận thức)*, *thái độ tình cảm (thái độ)* và *hành vi*. Cùng với đó, Anh và Nhi (2024) trong nghiên cứu của mình về hiệu quả truyền thông đã giới thiệu và đưa ra thang đo dựa trên các lý thuyết nền tảng: *lý thuyết lựa chọn hợp lý*, *lý thuyết hành vi hoạch định* và *lý thuyết về mô hình chấp nhận công nghệ* nhằm tìm hiểu một cách toàn diện về cảm nhận về sự hữu ích, cảm nhận dễ sử dụng, thái độ, lý do chọn, phương tiện sử dụng, sự thích ứng, hiệu quả,... Kết quả những công trình này đã góp phần giúp cho nghiên cứu này có được định hướng rõ ràng hơn trong việc xây dựng hệ thống câu hỏi khảo sát phù hợp, phản ánh đúng nhu cầu và hành vi của đối tượng nghiên cứu một cách toàn diện.

### 3.1.4. Chuyên mục Giáo dục và lợi ích khi phát triển BCĐH

Chuyên mục *Giáo dục* là một trong những chuyên mục quan trọng trên các trang báo và trong đời sống xã hội. Nội dung của chuyên mục này không chỉ cung cấp thông tin về các *chính sách giáo dục, đào tạo - tuyển sinh*,... mà còn phản ánh thực

trạng, vấn đề và xu hướng phát triển của nền giáo dục trong nước và ngoài nước. Trong bối cảnh xã hội phát triển, cùng với các chính sách của Đảng và Nhà nước đặc biệt quan tâm và chú trọng đến giáo dục thì báo chí đóng vai trò cầu nối giữa các cơ quan và công chúng giúp thông tin giáo dục được lan tỏa rộng rãi và kịp thời. Hiện nay, các trang BĐT đã và đang chú ý phát triển chuyên mục *Giáo dục*. Từ các trang báo thuộc các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Quốc hội như báo *VnExpress*, báo *Giáo dục và Thời đại*, báo *Công an nhân dân*,... đến các trang báo thuộc các tổ chức chính trị - xã hội như báo *Lao Động*, báo *Thanh Niên Online*, báo *Tiền Phong*,... và các trang BĐT địa phương như báo *Cần Thơ Online*, báo *An Giang Online*, báo *Hà Nội Mới*,... các trang báo này đều có và phát triển chuyên mục *Giáo dục*. Có thể nhận thấy, chuyên mục *Giáo dục* được cập nhật với tần suất đăng bài khá đều đặn và được đăng tải hằng ngày vào nhiều khung giờ khác nhau, điều này cho thấy đây là một mảng nội dung được các tòa soạn quan tâm đầu tư, nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin ngày càng cao của công chúng về lĩnh vực giáo dục. Vậy nên chuyên mục *Giáo dục* chiếm một vai trò và vị trí quan trọng trong việc cập nhật và định hướng giáo dục trong xã hội hiện nay.

Khi nói đến vai trò của BCĐH đối với việc phản ánh những thông tin của lĩnh vực giáo dục, chúng tôi đề cập đến những khía cạnh sau: *Thứ nhất là tác động đến khả năng tiếp nhận thông tin*, BCĐH giúp truyền tải thông tin một cách trực quan, thông qua việc kết hợp ngôn ngữ thị giác (đồ họa) và ngôn ngữ văn bản (text). Từ đó nội dung trở nên sinh động, dễ hiểu và thu hút hơn so với văn bản thuần túy, điều này giúp công chúng dễ tiếp nhận thông tin hơn, ghi nhớ lâu hơn và đồng thời có thể hiểu các mối quan hệ, xu hướng mà văn bản khó truyền đạt. *Thứ hai là tác động đến nhận thức của công chúng*, BCĐH phản ánh sinh động các vấn đề giáo dục từ đó giúp công chúng nhận diện rõ xu hướng và hiểu sâu hơn về lĩnh vực này. Lúc này BCĐH giúp họ nhận thức các vấn đề nổi bật đang diễn ra; thực trạng, nguyên nhân và tác động của những vấn đề; các chính sách mới,... từ đó góp phần giúp họ hiểu đúng và chính xác vấn đề giáo dục. Điều này cho thấy BCĐH không chỉ cung cấp thông tin mà còn định hướng cho công chúng cách hiểu thông tin. *Thứ ba là hỗ trợ thay đổi hành vi công chúng*, nhờ vào việc sử dụng hình ảnh sinh động, bố cục khoa học và dữ liệu minh bạch, BCĐH không chỉ làm thông tin dễ tiếp cận mà còn giúp hình thành thói quen tìm hiểu, dễ hình thành thái độ đúng đắn và điều chỉnh hành vi phù hợp qua các nội dung phản ánh vấn đề còn tồn tại trong giáo dục. Điều này giúp xây dựng một cộng

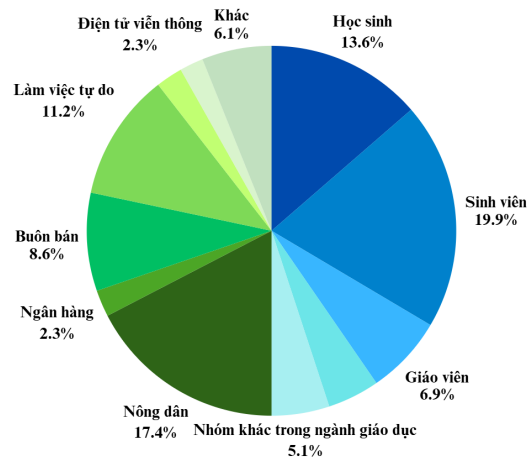
đồng có hiểu biết sâu sắc về các vấn đề giáo dục và xã hội, từ đó thúc đẩy sự phát triển chung. Như vậy, BCĐH đóng vai trò là hình thức truyền tải thông tin hiệu quả, góp phần định hướng giáo dục cộng đồng, nâng cao nhận thức và khuyến khích thay đổi hành vi theo hướng tích cực đối với công chúng.

Hiện nay, chuyên mục *Giáo dục* thường đề cập và đăng tải khá nhiều những vấn đề giáo dục khác nhau, vậy nên việc ứng dụng BCĐH đã trở thành một giải pháp hữu hiệu nhằm truyền tải thông tin một cách trực quan, sinh động và dễ hiểu hơn. Việc áp dụng BCĐH vào chuyên mục này không chỉ là xu hướng đổi mới trong báo chí, mà còn là một bước tiến quan trọng trong việc đưa những thông tin mới về vấn đề giáo dục đến gần hơn với công chúng.

### 3.2. Kết quả nghiên cứu HQTN của công chúng đối với BCĐH ở chuyên mục Giáo dục trên BĐT tại Việt Nam

#### 3.2.1. Sơ lược về đặc điểm mẫu nghiên cứu và thói quen tiếp nhận của công chúng

Việc khảo sát công chúng trong và ngoài ngành Giáo dục được thực hiện ngẫu nhiên nhằm đảm bảo tính đại diện, tính khách quan và giúp đem lại độ tin cậy cao cho kết quả nghiên cứu, đồng thời điều này góp phần nâng cao hiệu quả trong việc cung cấp cơ sở cho thống kê, phân tích của nghiên cứu. Sau khi nhóm công chúng đã được xác định, việc phân tích cụ thể các đối tượng công chúng cũng đã được tiến hành. Kết quả trình bày cụ thể qua Hình 1.



Hình 1. Đối tượng công chúng được khảo sát

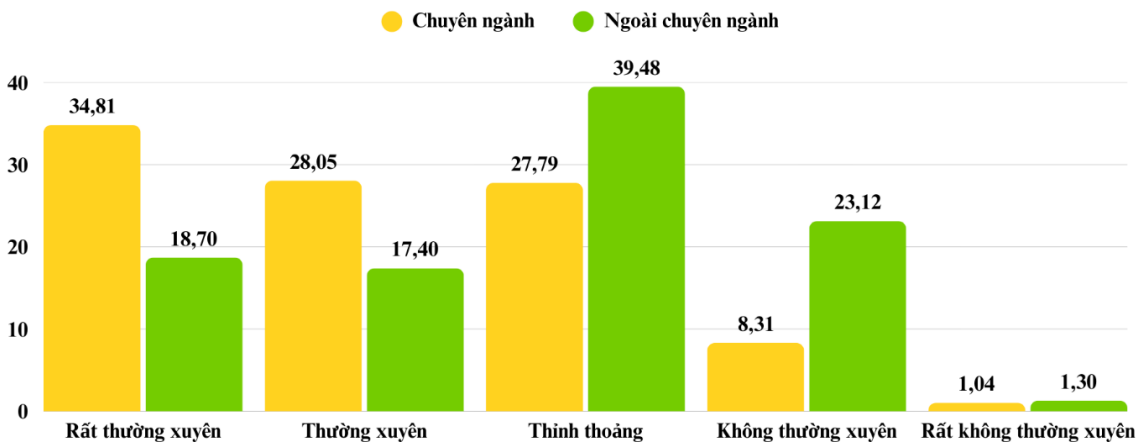
Trong nghiên cứu này, nhóm đối tượng được khảo sát thuộc “*Chuyên ngành*” chủ yếu bao gồm học sinh, sinh viên, giáo viên, giảng viên và cán bộ hoạt động trong lĩnh vực giáo dục – đó là những cá nhân có mối quan tâm trực tiếp, thường xuyên tiếp cận thông tin thuộc lĩnh vực giáo dục. Còn đối với

nhóm “*Ngoài chuyên ngành*” bao gồm các ngành nghề còn lại, là các đối tượng công chúng hoạt động ngoài ngành Giáo dục như nông dân, buôn bán, làm việc tự do,... Việc lựa chọn hai nhóm đối tượng này nhằm đảm bảo tính đa dạng, phản ánh đầy đủ góc nhìn từ cả những người có chuyên môn, có liên quan trong lĩnh vực và những người không chuyên nhưng vẫn có khả năng tiếp cận thông tin giáo dục qua BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam.

Bên cạnh đó, chúng tôi cũng ghi nhận một số đặc điểm khác của công chúng được khảo sát. *Về giới tính*, kết quả khảo sát ghi nhận: 401 công chúng Nam (trong đó: 184 công chúng “*Chuyên ngành*” và 217 công chúng “*Ngoài chuyên ngành*”), 369 công chúng Nữ (trong đó: 201 công chúng nhóm “*Chuyên ngành*” và 168 công chúng “*Ngoài chuyên ngành*”). *Về độ tuổi*, trong tổng 770 công chúng được khảo sát, kết quả ghi nhận: dưới 18 tuổi (56 công chúng - 7,27%), từ 18 đến 25 tuổi (227 công chúng - 29,48%), từ 26 đến 35 tuổi (187 công chúng -

24,29%), từ 36 đến 45 tuổi (239 công chúng - 31,04%) và trên 45 tuổi (61 công chúng - 7,92%). Từ đó, kết quả giúp thể hiện sự đa dạng trong đối tượng được khảo sát và điều này cũng giúp cung cấp những dữ liệu thiết thực cho việc phân tích, đánh giá và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng truyền tải thông tin giáo dục bằng BCĐH trên BĐT.

Sau khi đặc điểm công chúng được thu thập, việc khảo sát tần suất truy cập của công chúng đối với BCĐH cũng đã được thực hiện và kết quả được trình bày tại Hình 2. Kết quả cho thấy nhóm “*Chuyên ngành*” có xu hướng truy cập thường xuyên hơn, thể hiện qua tỷ lệ cao ở các mức “*rất thường xuyên*” và “*thường xuyên*”. Trong khi đó, nhóm “*Ngoài chuyên ngành*” lại tập trung nhiều ở mức “*thỉnh thoảng*” và “*không thường xuyên*” cho thấy sự quan tâm kém ổn định hơn. Điểm khác biệt nổi bật là mức “*thỉnh thoảng*”, đây là lựa chọn phổ biến nhất của nhóm “*Ngoài chuyên ngành*” nhưng lại ít được chọn hơn bởi nhóm “*Chuyên ngành*”.



Hình 2. Tần suất truy cập của công chúng

Nhìn chung, kết quả khảo sát tần suất truy cập giữa hai nhóm công chúng này đã góp phần phản ánh sự khác biệt trong nhu cầu và mức độ quan tâm của họ đến BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT. Bên cạnh đó, sự khác biệt rõ rệt này đã cho thấy rằng BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam hiện nay được công chúng có chuyên môn, công việc liên quan đến lĩnh vực giáo dục quan tâm và tiếp cận thường xuyên hơn. Đồng thời, kết quả này cũng giúp phản ánh những xu hướng tiếp

nhận đa chiều, tạo nền tảng cho quá trình đánh giá hiệu quả của BCĐH.

### 3.2.2. Kết quả đánh giá của công chúng về ưu điểm và hạn chế của BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam

Phần thứ nhất là đánh giá ưu điểm của công chúng đối với BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam. Kết quả khảo sát được trình bày tại Bảng 1 như sau:

**Bảng 1. Thể hiện tỷ lệ phần trăm ý kiến của công chúng về ưu điểm của BCDH**

Nội dung đánh giá	Mức độ đánh giá									
	RDY		ĐY		TB		KDY		RKDY	
	CN	NCN	CN	NCN	CN	NCN	CN	NCN	CN	NCN
a. Giúp hiểu nội dung dễ dàng và nhanh chóng hơn	55,33	46,23	29,35	43,12	15,32	10,13	0,00	0,52	0,00	0,00
b. Giúp thông tin trở nên sinh động, hấp dẫn hơn	63,64	60,26	25,19	26,75	11,17	12,73	0,00	0,26	0,00	0,00
c. Dễ dàng tiếp cận nội dung hơn	52,47	48,31	25,45	22,34	13,25	24,93	8,83	4,42	0,00	0,00
d. Thu hút sự chú ý nhanh chóng và hiệu quả hơn	68,83	53,51	22,08	29,08	8,05	14,81	1,04	2,08	0,00	0,52
e. Thể hiện các số liệu, thống kê,... một cách trực quan và dễ ghi nhớ hơn	81,04	68,57	8,57	20,26	4,94	3,64	5,45	5,45	0,00	2,08
f. Phù hợp phù hợp với nhiều đối tượng độc giả, đặc biệt là đối tượng độc giả trẻ	62,86	77,14	17,40	8,31	15,32	11,17	4,42	3,38	0,00	0,00
g. Hỗ trợ giáo dục trực tuyến và truyền đạt kiến thức một cách ngắn gọn, dễ tiếp thu	51,16	40,52	17,40	5,45	24,94	43,38	3,38	8,05	3,12	2,60

Ghi chú: CN = “Chuyên ngành”, NCN = “Ngoài chuyên ngành”; RDY = rất đồng ý, ĐY = đồng ý, TB = trung bình, KDY = không đồng ý, RKDY = rất không đồng ý.

Trong một tác phẩm truyền thông, khi được sáng tạo thì tác giả phải quyết định chọn yếu tố nào, bố yếu tố nào và nhấn mạnh yếu tố nào (Gamson, 1985). Đối với BCDH, chúng thường được lựa chọn các thông tin trọng tâm, điều chỉnh cách diễn đạt, làm nổi bật hoặc giảm nhẹ chi tiết,... điều này nhằm hướng công chúng tập trung vào một khía cạnh cụ thể của vấn đề mà tác phẩm báo chí muốn truyền tải. Chính những yếu tố này đã góp phần tạo ra một tác phẩm BCDH hiệu quả, giúp định hướng trong việc xây dựng tin tức, nhằm thay đổi cách nhìn, suy nghĩ và hành động của công chúng. Điều này được thể hiện nổi bật qua kết quả khảo sát, khi một số nội dung được ghi nhận mức độ đồng thuận cao và nổi bật từ cả hai nhóm công chúng “Chuyên ngành” và “Ngoài chuyên ngành” với tỷ lệ lựa chọn các mức độ “rất đồng ý” và “đồng ý” chiếm ưu thế ở hầu hết các tiêu chí, kết quả này đã giúp phản ánh mức độ tin tưởng cao của công chúng vào BCDH.

Một trong những điểm mạnh rõ ràng nhất của BCDH là “Giúp hiểu nội dung dễ dàng và nhanh chóng hơn”. Kết quả ghi nhận cả hai nhóm được khảo sát đều thể hiện sự đồng tình cao với tiêu chí này, dù nhóm “Ngoài chuyên ngành” có tỷ lệ “rất đồng ý” thấp hơn. Điều này phản ánh rằng BCDH

đã có tác động tích cực đến khả năng đơn giản hóa thông tin, nhưng vẫn còn khoảng cách nhất định về mức độ dễ hiểu đối với công chúng. Đáng chú ý, tiêu chí “Thể hiện các số liệu, thống kê,... một cách trực quan và dễ ghi nhớ hơn” nhận được tỷ lệ ủng hộ cao nhất trong toàn bộ các tiêu chí khảo sát. Đây là minh chứng rõ ràng cho việc BCDH đặc biệt hiệu quả trong các nội dung học thuật, dữ liệu, thống kê, những phần mà văn bản truyền thông thường khiến công chúng cảm thấy khô khan hoặc khó tiếp thu. Đối với hai tiêu chí trên được đánh giá cao có thể được lý giải thông qua việc khi một tác phẩm BCDH được xây dựng thì thông tin được trình bày một cách trực quan hóa, bao gồm việc trình bày hình ảnh, bảng,... một cách hệ thống trên cùng một ảnh duy nhất (Gilbert, 2005), lúc này việc thiết kế được thực hiện hiệu quả để đảm bảo sự khám phá và truyền tải dữ liệu phức tạp thông qua hình ảnh một cách tốt nhất (Tufle, 1983), chính điều này giúp công chúng hiểu và đánh giá cao nội dung được trình bày ở BCDH hơn.

Ngoài ra, yếu tố hấp dẫn về mặt thị giác như “Giúp thông tin trở nên sinh động, hấp dẫn hơn” hay “Thu hút sự chú ý nhanh chóng và hiệu quả hơn” đều ghi nhận tỷ lệ đồng thuận rất cao, đặc biệt từ

nhóm “*Chuyên ngành*”. Điều này cho thấy yếu tố thị giác trong BCDH không chỉ giúp nâng cao tính thẩm mỹ mà còn giữ chân người đọc tốt hơn. Yếu tố đánh giá về thị giác cũng có thể được tác động từ ấn tượng ban đầu – là một yếu tố quan trọng trong trải nghiệm của mỗi người (Thu, 2014). Bên cạnh đó, điều này cũng phù hợp với nghiên cứu của Phương (2025) về việc phân tích ký hiệu học trong truyền thông, trong một tác phẩm BCDH bao gồm các yếu tố tiêu đề bài viết, cách dùng từ, hình minh họa và bố cục đều mang ý nghĩa ký hiệu riêng và những yếu tố này đều tác động đến việc tiếp nhận của công chúng. Khi đó mỗi màu sắc, biểu tượng, bố cục,... của BCDH trong thiết kế không chỉ thể hiện giá trị thẩm mỹ mà còn mang những thông điệp sâu sắc và ý nghĩa biểu tượng. Điều này giúp nâng cao hiệu quả thông tin và thu hút hơn đối với việc tiếp nhận của công chúng. Vai trò của yếu tố thị giác (màu sắc, biểu tượng, bố cục,...) cũng được Hiền (2025, tr.244) nhắc đến trong nghiên cứu vai trò của thiết kế đồ họa trong truyền thông môi trường, trong đó tác giả cho rằng các yếu tố này giúp “*gợi cảm xúc, tạo sự đồng cảm và thúc đẩy hành vi*”. Như vậy, có thể thấy yếu tố thị giác trong một tác phẩm, đặc biệt là trong tác phẩm BCDH có vai trò hết sức quan trọng. Nó không chỉ góp phần tạo nên ấn tượng ban đầu mà đóng vai trò không thể thiếu trong việc truyền tải nội dung, tăng cường hiệu quả biểu đạt và giá trị thẩm mỹ của tác phẩm.

Nhờ cách trình bày trực quan, thông tin trở nên dễ hiểu và dễ lưu lại trong trí nhớ hơn. Ngược lại, tiêu chí “*Hỗ trợ giáo dục trực tuyến và truyền đạt kiến thức ngắn gọn, dễ tiếp thu*” lại nhận được mức đánh giá thấp nhất, đặc biệt từ nhóm trong và ngoài chuyên ngành. Điều này gợi ý rằng, trong khi BCDH được xem là công cụ hỗ trợ giáo dục tiềm năng, thì hiệu quả thực tế vẫn cần được kiểm chứng rõ ràng hơn ở nhóm “*Ngoài chuyên ngành*”. Ở ưu điểm “*Phù hợp phù hợp với nhiều đối tượng độc giả, đặc biệt là đối tượng độc giả trẻ*” cũng nhận được sự đánh giá cao, đặc biệt từ nhóm “*Ngoài chuyên ngành*”. Điều này phù hợp với xu hướng thị trường hiện nay, khi công chúng có xu hướng ưa chuộng các hình thức truyền tải trực quan. Kết quả này có thể được củng cố bởi kết quả nghiên cứu của Hà (2014) khi ghi nhận giới trẻ có thời lượng tiếp cận, nhu cầu thông tin và có khả năng thuận tiện đọc báo

chí cao hơn độ tuổi khác. Tuy nhiên một điểm cần chú ý đó là ở tiêu chí này thì nhóm “*Ngoài chuyên ngành*” đánh giá “*rất đồng ý*” cao hơn. Điều này có thể lý giải rằng nhóm “*Ngoài chuyên ngành*” nhận thấy tính hấp dẫn, thân thiện của hình thức BCDH, trong khi nhóm “*Chuyên ngành*” có thể đánh giá BCDH bao quát hơn và khách quan hơn.

Bên cạnh sự đồng thuận cao thì đáng chú ý là vẫn có ý kiến “*không đồng ý*” và “*rất không đồng ý*” của nhóm “*Ngoài chuyên ngành*”, đặc biệt tại các tiêu chí như “*Dễ tiếp cận nội dung hơn*” và “*Hỗ trợ giáo dục trực tuyến và truyền đạt kiến thức ngắn gọn, dễ tiếp thu*”. Điều này có thể xuất phát từ việc công chúng “*Ngoài chuyên ngành*” có thể chưa quen hoặc chưa tiếp cận thường xuyên với hình thức BCDH, dẫn đến việc tiếp nhận vẫn còn hạn chế. Bên cạnh đó vẫn còn một vấn đề quan tâm, đó là vẫn còn một nhóm nhỏ công chúng “*Chuyên ngành*” đánh giá “*không đồng ý*” và “*rất không đồng ý*”. Điều này cho thấy BCDH dù có nhiều ưu điểm nổi bật nhưng chúng vẫn cần hoàn thiện thêm để tiếp tục đáp ứng tốt hơn kỳ vọng của những công chúng quen thuộc với lĩnh vực giáo dục và góp phần thu hút nhiều hơn đối với các đối tượng công chúng ngoài lĩnh vực giáo dục.

Như vậy, kết quả khảo sát này có thể cho thấy sự chênh lệch trong mức độ đồng thuận giữa hai nhóm công chúng, điều này có thể xuất phát từ sự khác nhau trong mức độ tiếp cận, nền tảng kiến thức vốn có và khả năng giải mã thông tin trên tác phẩm BCDH của từng nhóm công chúng. Từ những phân tích trên, kết quả cũng đã cho thấy rằng tác phẩm BCDH đã mang lại nhiều lợi thế trong việc truyền tải thông tin trong lĩnh vực giáo dục một cách ngắn gọn, dễ hiểu và hấp dẫn hơn. Bên cạnh đó, sự khác biệt trong phản hồi từ việc khảo sát của giữa hai nhóm công chúng “*Chuyên ngành*” và “*Ngoài chuyên ngành*” không chỉ là một dấu hiệu rõ ràng về khoảng cách trong việc tiếp nhận thông tin, mà còn là cơ sở quan trọng để có những cải thiện và hoàn thiện hơn nữa việc ứng dụng BCDH trong thực tiễn truyền thông và giáo dục hiện nay trên BĐT.

Thứ hai là đánh giá hạn chế của công chúng đối với BCDH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam. Kết quả khảo sát được trình bày tại Bảng 2 như sau:

**Bảng 2. Thể hiện tỷ lệ phần trăm ý kiến của công chúng về hạn chế của BCDH**

Nội dung đánh giá	Mức độ đánh giá									
	RDY		ĐY		TB		KDY		RKDY	
	CN	NCN	CN	NCN	CN	NCN	CN	NCN	CN	NCN
a. Nội dung đồ họa đôi khi quá đơn giản, chưa đủ truyền tải đủ chiều sâu về giáo dục	57,40	72,21	34,29	26,49	6,23	1,30	2,08	0,00	0,00	0,00
b. Thiếu dẫn giải chi tiết hoặc ví dụ cụ thể, đôi khi gây khó hiểu với nội dung phức tạp	60,26	49,87	36,88	31,43	2,86	18,70	0,00	0,00	0,00	0,00
c. Người đọc lớn tuổi hoặc ít sử dụng công nghệ gặp khó khăn khi tiếp cận	46,23	52,20	22,60	30,13	19,48	12,73	11,69	3,12	0,00	1,82
d. Tốc độ truyền tải nhanh, dễ làm người đọc “lướt qua” mà không nắm được thông tin sâu sắc	89,09	64,67	9,09	19,48	1,82	14,03	0,00	0,78	0,00	1,04
e. Đôi khi thiếu sự cân bằng giữa hình ảnh và nội dung chữ, gây rối mắt hoặc khó tiếp nhận toàn diện	50,65	57,92	16,10	23,90	22,86	15,32	10,39	2,86	0,00	0,00

Ghi chú: CN – “Chuyên ngành”, NCN – “Ngoài chuyên ngành”; RDY = rất đồng ý, ĐY = đồng ý, TB = trung bình, KDY = không đồng ý và RKDY = rất không đồng ý.

Một trong những hạn chế nổi bật nhất và nhận được sự đồng thuận cao từ cả hai nhóm là “Tốc độ truyền tải nhanh, dễ làm người đọc “lướt qua” mà không nắm được thông tin sâu sắc”. Đây là tiêu chí có tỷ lệ “rất đồng ý” cao nhất trong toàn bộ các tiêu chí khảo sát về hạn chế của BCDH, đặc biệt là từ nhóm “Chuyên ngành”. Điều này có thể được lý giải thông qua việc khi công chúng bị cuốn vào hiệu ứng thị giác và cuộn trang nhanh khiến thông tin không được tiếp nhận một cách sâu sắc. Bên cạnh đó, tiêu chí “Nội dung đồ họa đôi khi quá đơn giản, chưa đủ truyền tải đủ chiều sâu về giáo dục” cũng nhận được sự đồng thuận rộng rãi. Cả hai nhóm công chúng đều cho rằng sự đơn giản hóa về mặt nội dung dễ khiến tác phẩm BCDH thiếu đi sự phân tích, điều này có thể dẫn giải cần thiết để tạo ra tác động giáo dục rõ ràng. Đây là một hạn chế đáng chú ý, cho thấy BCDH chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu tìm hiểu sâu của công chúng. Ngoài ra, ở ý kiến “Thiếu dẫn giải chi tiết hoặc ví dụ cụ thể, đôi khi gây khó hiểu với nội dung phức tạp” trong các sản phẩm BCDH cũng là một hạn chế được nêu bật. Theo kết quả khảo sát thì tiêu chí này được ghi nhận là có sự đồng tình cao và khá tương đồng giữa hai nhóm công

chúng được khảo sát. Điều này có thể được giải thích là khi nội dung quá phức tạp mà không được giải thích hoặc minh họa rõ ràng thì đôi khi dễ khiến cho công chúng bị mất phương hướng hoặc hiểu sai thông tin mà tác phẩm BCDH muốn truyền tải.

Tuy nhiên, một số tiêu chí lại không có sự đồng thuận tuyệt đối, tiêu biểu là tiêu chí “Người đọc lớn tuổi hoặc ít sử dụng công nghệ gặp khó khăn khi tiếp cận” với BCDH. Dù vẫn có tỷ lệ cao “rất đồng ý” và “đồng ý”, nhưng mức chọn “trung bình” và “không đồng ý” cũng khá đáng kể, đặc biệt ở nhóm “Chuyên ngành”. Sự chênh lệch này có thể là do sự phân hóa trong quan điểm, trải nghiệm cá nhân, môi trường sinh hoạt – làm việc,... của từng đối tượng công chúng, có thể bắt nguồn từ việc khoảng cách công nghệ đang dần được rút ngắn ở một số đối tượng người lớn tuổi. Bên cạnh đó, kết quả chưa có đồng thuận giữa hai nhóm công chúng thì có thể là do nhóm người cao tuổi mà từng đối tượng được khảo sát tiếp cận cũng khác nhau, điều này cũng đã dẫn đến sự chênh lệch trong việc đánh giá tiêu chí này. Cuối cùng, tiêu chí “Đôi khi thiếu sự cân bằng giữa hình ảnh và nội dung chữ, gây rối mắt hoặc khó tiếp nhận toàn diện” cũng được đánh giá là một

yếu tố cần cải thiện. Sự mất cân đối trong việc trình bày của tác phẩm BCĐH không chỉ gây rối mắt mà còn ảnh hưởng đến khả năng tiếp nhận thông tin một cách toàn diện của công chúng. Từ kết quả khảo sát, mức độ đồng thuận cao cho thấy công chúng đang ngày càng đòi hỏi sự chín chu, hài hòa giữa yếu tố thẩm mỹ và tính truyền tải thông tin trong BCĐH. Điều này có thể được lý giải rằng khi màu sắc, bố cục và các yếu tố thị giác khác không phù hợp hay thiếu sự tương thích, chúng dễ khiến công chúng khó tiếp nhận thông tin và thậm chí dẫn đến hiểu lầm (Trang, 2024). Sự chênh lệch trong đánh giá giữa hai nhóm “Chuyên ngành” và “Ngoài chuyên ngành” về các hạn chế của BCĐH phản ánh khác biệt rõ nét trong năng lực tiếp cận, thói quen tiếp nhận thông tin và đôi khi là sự kỳ vọng của họ về tác phẩm BCĐH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam.

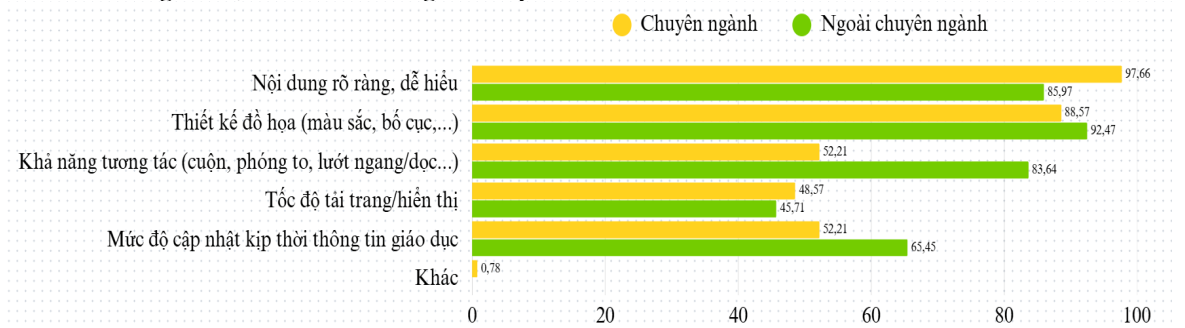
Chẳng hạn, với hạn chế “*Tốc độ truyền tải nhanh, dễ làm người đọc “lướt qua” mà không nắm được thông tin sâu sắc*”, nhóm “Chuyên ngành” lại có tỷ lệ “*rất đồng ý*” cao hơn. Điều này có thể lý giải do công chúng “Chuyên ngành” thường xuyên tiếp cận nhiều loại hình thông tin khác nhau nên họ nhạy bén hơn trong việc nhận ra rủi ro về sự thiếu chiều sâu khi nội dung được trình bày quá vội hoặc thiên về thị giác. Trong khi đó, ở tiêu chí “*Nội dung đồ họa đôi khi quá đơn giản, chưa đủ truyền tải đủ chiều sâu về giáo dục*” thì nhóm “Ngoài chuyên

ngành” lại thể hiện mức đồng thuận cao hơn. Nguyên nhân có thể bắt nguồn từ việc họ cần thêm dẫn giải để hiểu đúng hơn vấn đề và đôi khi cũng có thể là do vấn đề về chuyên môn. Điều này đặt ra vấn đề khi nội dung quá đơn giản thì khó có thể để truyền tải trọn vẹn thông tin và việc làm nổi bật nội dung cốt lõi cũng hạn chế (Arslan & Toy, 2015). Bên cạnh đó, hạn chế này được đồng thuận cao còn có thể là do một lượng lớn công chúng vẫn tìm kiếm những nội dung chuyên sâu, hữu ích, giàu tính tri thức và phục vụ tốt cho việc tham khảo (Diệu, 2023), tuy nhiên đôi khi BCĐH chưa truyền tải đủ thông tin họ cần về lĩnh vực giáo dục. Ngoài ra, các yếu tố như trình độ công nghệ, độ tuổi và mức độ quen thuộc với phương tiện truyền thông hiện đại cũng ảnh hưởng đến cách đánh giá về tính trực quan và khả năng tiếp cận của BCĐH. Sự khác biệt này đặt ra yêu cầu cần điều chỉnh nội dung tác phẩm BCĐH sao cho phù hợp với từng nhóm công chúng cụ thể.

Như vậy, BCĐH dù là một hình thức truyền thông hiện đại và hiệu quả nhưng chúng vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế cần phải lưu ý và có những biện pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng BCĐH.

### 3.2.3. Đánh giá của công chúng về các yếu tố ảnh hưởng đến HQTN

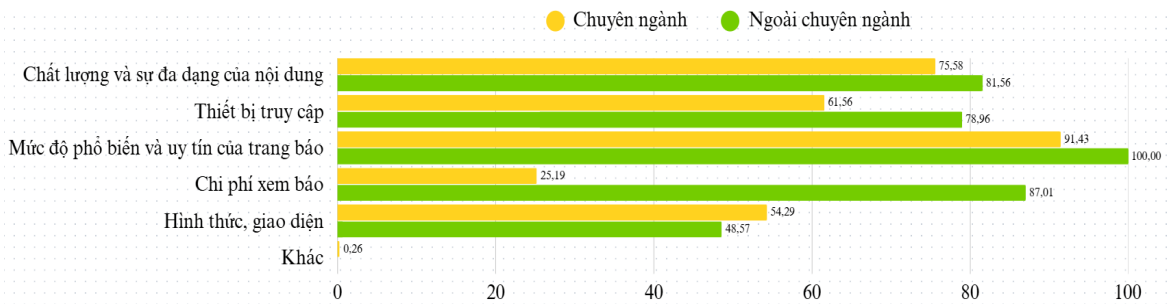
Thứ nhất là những yếu tố của BCĐH ảnh hưởng đến HQTN của công chúng. Kết quả khảo sát được thể hiện ở Hình 3.



Hình 3. Những yếu tố của BCĐH ảnh hưởng đến HQTN của công chúng (tỷ lệ %)

Kết quả cho thấy một số yếu tố cốt lõi của BCĐH có ảnh hưởng rõ rệt đến HQTN thông tin của công chúng. Yếu tố được đánh giá cao nhất là “*Nội dung rõ ràng, dễ hiểu*”, điều này khẳng định rằng, bất kể hình thức trình bày có trực quan đến đâu, yếu tố then chốt quyết định HQTN vẫn là chất lượng và độ rõ ràng của nội dung. Tiếp theo là yếu tố “*Thiết kế đồ họa (màu sắc, bố cục...)*” cũng được nhóm “Chuyên ngành” và “Ngoài chuyên ngành” đánh giá cao. Điều này phản ánh vai trò thiết yếu của yếu tố thị

giác trong việc thu hút sự chú ý, định hướng thông tin và hỗ trợ ghi nhớ, đặc biệt trong môi trường giáo dục nơi tính trực quan đóng vai trò quan trọng. Các yếu tố công nghệ như khả năng tương tác hay tốc độ tải trang có mức đánh giá thấp hơn và thể hiện sự khác biệt giữa hai nhóm, cho thấy trải nghiệm người dùng vẫn còn phụ thuộc vào đối tượng. Ngoài ra, yếu tố “*Mức độ cập nhật kịp thời thông tin giáo dục*” cũng được đánh giá tích cực, phản ánh yêu cầu thích ứng với môi trường giáo dục luôn thay đổi.



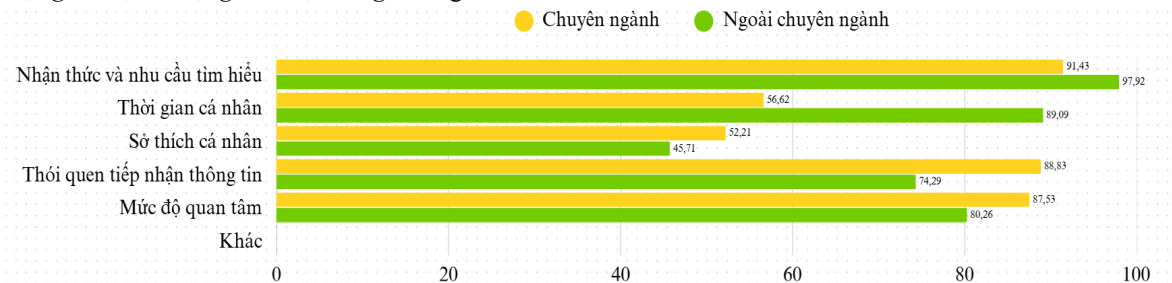
**Hình 4. Những yếu tố khách quan ảnh hưởng đến HQTN của công chúng (tỷ lệ %)**

Thứ hai là những yếu tố yếu tố khách quan (bên ngoài công chúng) ảnh hưởng đến HQTN của công chúng đối. Kết quả khảo sát được trình bày cụ thể ở Hình 4 như sau:

Kết quả khảo sát cho thấy yếu tố khách quan có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến HQTN đối với BCDH là “Mức độ phổ biến và uy tín của trang báo”, với tỷ lệ lựa chọn lên tới 91,43%, đặc biệt đạt tuyệt đối 100% ở nhóm “*Ngoài chuyên ngành*”. Điều này cho thấy thương hiệu và độ tin cậy của cơ quan báo chí đóng vai trò định hướng quan trọng trong hành vi tiếp nhận thông tin giáo dục, nhất là với đối tượng không có chuyên môn sâu. Đây là nền tảng tạo ra sự tin tưởng và thúc đẩy công chúng chủ động tương tác với nội dung. Điều này phù hợp với quan điểm của Hằng (2013) trong *Giáo trình Tâm lý học báo chí*, khi tác giả cho rằng công chúng tin tưởng vào các tờ báo có thương hiệu tốt và tác giả này cũng khẳng định vai trò quan trọng việc xây dựng thương hiệu của BDT của nước ta hiện nay. Yếu tố “*Chất lượng và sự đa dạng của nội dung*” đứng thứ hai,

phản ánh nhu cầu rõ rệt của công chúng đối với thông tin có chiều sâu, đa dạng và thiết thực. Sự khác biệt giữa hai nhóm “*Chuyên ngành*” và “*Ngoài chuyên ngành*” là không đáng kể, cho thấy đây là kỳ vọng chung của đa số độc giả. Trong khi đó, “*Thiết bị truy cập*” được đánh giá cao ở nhóm “*Chuyên ngành*” (61,56%), cho thấy khả năng tiếp cận công nghệ có ảnh hưởng tiếp nhận của công chúng đối với BCDH. Ngược lại, yếu tố “*Chi phí xem báo*” lại là mối quan tâm lớn nhất của nhóm “*Ngoài chuyên ngành*” (87,01%), nhưng chỉ ở mức rất thấp với nhóm “*Chuyên ngành*” (25,19%). Điều này thể hiện sự khác biệt rõ rệt về mức độ sẵn sàng đầu tư vào thông tin giữa các nhóm đối tượng. Nhìn chung, các yếu tố khách quan cần được các cơ quan báo chí chú trọng nhằm tối ưu hóa hiệu quả truyền tải thông tin lĩnh vực giáo dục trong tác phẩm BCDH.

Thứ ba là những yếu tố yếu tố chủ quan (thuộc về bản thân công chúng) ảnh hưởng đến HQTN của công chúng. Kết quả khảo sát được trình bày tại Hình 5.



**Hình 5. Những yếu tố chủ quan ảnh hưởng đến HQTN của công chúng (tỷ lệ %)**

Trong số các yếu tố chủ quan ảnh hưởng đến việc tiếp nhận BCDH của công chúng, “*Nhận thức và nhu cầu tìm hiểu*” được đánh giá là yếu tố quan trọng nhất và đạt được sự đồng thuận cao nhất từ cả hai nhóm đối tượng khảo sát. Tỷ lệ lên tới 91,43% ở nhóm “*Chuyên ngành*” và 97,92% ở nhóm “*Ngoài chuyên ngành*” cho thấy, khi công chúng có nhận thức rõ ràng về giá trị của BCDH và nhu cầu tiếp cận thông tin, họ sẽ chủ động tìm hiểu và tiếp thu

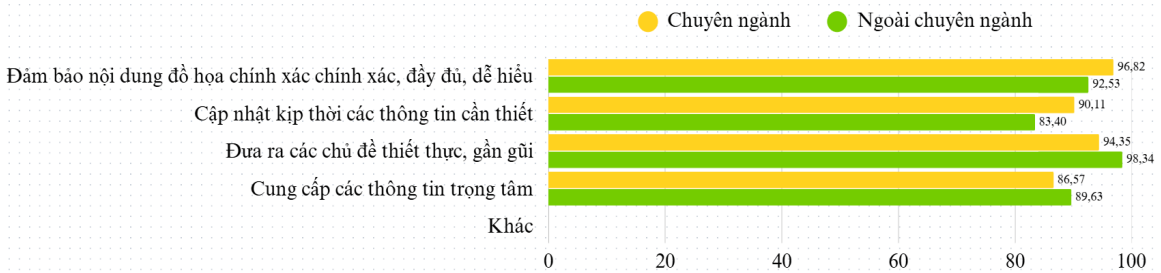
hiệu quả hơn. Bên cạnh đó, các yếu tố như “*Thời gian cá nhân*”, “*Thói quen tiếp nhận thông tin*” và “*Mức độ quan tâm*” cũng có ảnh hưởng đáng kể, cho thấy sự tiếp nhận BCDH không chỉ phụ thuộc vào nội dung mà còn gắn liền với hoàn cảnh và hành vi thường nhật của từng cá nhân. Tuy nhiên, yếu tố “*Sở thích cá nhân*” lại được lựa chọn với tỷ lệ thấp nhất, chỉ khoảng một nửa số người khảo sát bày tỏ sự yêu

thích với hình thức này. Điều này cho thấy BCĐH vẫn chưa thực sự hấp dẫn với một số công chúng.

Như vậy từ kết quả này đã góp phần cung cấp thực trạng các yếu tố từ yếu tố của BCĐH, yếu tố chủ quan và khách quan ảnh hưởng đến HQTN của công chúng. Đây là kết quả quan trọng, giúp các cơ quan báo chí có thể điều chỉnh chiến lược nhằm phù hợp với nhu cầu của từng đối tượng công chúng khác nhau.

### 3.3. Biện pháp nâng cao HQTN của công chúng đối với BCĐH ở chuyên mục Giáo dục trên BDT tại Việt Nam

Trước tiên là biện pháp phát triển ở phương diện nội dung của BCĐH ở chuyên mục Giáo dục trên BDT tại Việt Nam. Phương diện nội dung là một phương diện quan trọng, có thể nói đây là yếu tố cốt lõi, quyết định chất lượng cũng như sức ảnh hưởng của một tác phẩm báo chí nói chung và tác phẩm BCĐH nói riêng. Kết quả khảo sát của công chúng về các biện pháp phát triển ở phương diện nội dung được trình bày tại Hình 6



Hình 6. Biện pháp phát triển BCĐH ở phương diện nội dung

Ghi chú: Kết quả được ghi nhận dựa trên việc khảo sát từ 283/385 công chúng nhóm “Chuyên ngành” và 241/385 công chúng nhóm “Ngoài chuyên ngành” chọn phương án “Cải thiện về mặt nội dung” và phương án “Cải thiện về mặt nội dung và hình thức”.

Kết quả cho thấy biện pháp “*Đảm bảo nội dung chính xác, đầy đủ và dễ hiểu*” được đánh giá cao nhất. Với các chủ đề giáo dục thường liên quan đến chính sách giáo dục, đào tạo - tuyển sinh,... do đó tính chính xác không chỉ đảm bảo độ tin cậy mà còn giúp công chúng tiếp thu hiệu quả, tránh sai lệch trong nhận thức về vấn đề mà công chúng quan tâm, theo dõi. Vì vậy, các cơ quan báo chí nên xây dựng quy chuẩn biên tập nội dung BCĐH riêng cho chuyên mục *Giáo dục* để mang lại chất lượng cũng như hiệu quả truyền tải thông tin tốt nhất cho công chúng. Biện pháp này được củng cố bởi quan điểm của Hiền (2025), tác giả đã cho rằng thông điệp được truyền tải ngắn gọn, chính xác, dễ hiểu và phù hợp với bối cảnh thì nó giúp nâng cao mức độ tiếp nhận cũng như hiệu quả thay đổi hành vi của công chúng. Bên cạnh đó, biện pháp về việc “*Cập nhật kịp thời các thông tin cần thiết*” cũng nhận được sự đồng thuận cao từ hai nhóm. Với đặc thù của lĩnh vực giáo dục thường xuyên thay đổi như quy chế tuyển sinh, chương trình học, kỳ thi,... BCĐH cần được vận hành trên một quy trình linh hoạt, tích hợp công nghệ cập nhật dữ liệu tự động, giúp đưa thông tin đến đúng thời điểm, phục vụ nhu cầu tra cứu nhanh của công chúng. Để làm được điều này, ngoài việc phát huy những điều đã và đang thực hiện thì các cơ quan báo chí có thể xác định các thông tin giáo dục

cần cập nhật thường xuyên, liên kết với các cơ sở giáo dục để kịp thời cung cấp các vấn đề giáo dục. Bên cạnh đó, các cơ quan báo chí cần định kỳ kiểm tra và thực hiện đánh giá hiệu quả của BCĐH để có thể cập nhật và điều chỉnh kịp thời nhằm đem lại tác phẩm hiệu quả, đáp ứng được nhu cầu tiếp nhận thông tin ngày càng cao của công chúng.

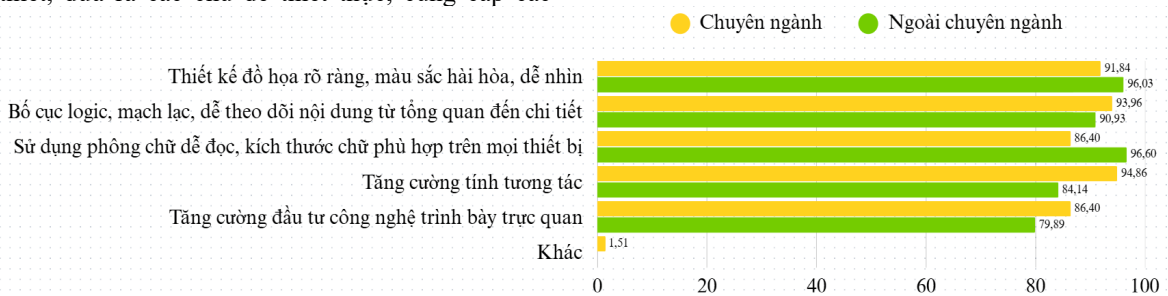
Một biện pháp quan trọng là “*Đưa ra các chủ đề thiết thực, gần gũi*”. Điều này đòi hỏi BCĐH trong chuyên mục *Giáo dục* phải phản ánh được hơi thở đời sống học đường thông qua những câu chuyện “*người thật, việc thật*”. Nội dung trong tác phẩm BCĐH khi được sáng tạo cần bám sát các vấn đề thực tế như kỳ thi, tuyển sinh, học phí, chính sách giáo dục,... Để làm được điều này các cơ quan báo chí cần khảo sát nhu cầu và mối quan tâm của công chúng trong và ngoài lĩnh vực giáo dục. Việc ưu tiên chủ đề theo tiêu chí vừa thiết thực, vừa gần gũi nhưng có giá trị thông tin là điều rất cần thiết. Sau đó, nội dung cần được xem xét để chuyển hóa thành tác phẩm BCĐH hấp dẫn. Bên cạnh đó, các cơ quan báo chí cần theo dõi, tương tác và điều chỉnh nội dung của tác phẩm BCĐH theo phản hồi của công chúng. Cuối cùng, trong bối cảnh người đọc thường tiếp cận thông tin nhanh, biện pháp “*Cung cấp các thông tin trọng tâm*” càng trở nên quan trọng. Với nội dung giáo dục thường dễ gây khô khan, giải

pháp là ứng dụng kỹ thuật kể chuyện bằng đồ họa, kết hợp nhân vật, hình ảnh thực tế và số liệu trực quan. Cơ quan báo chí có thể xác định đúng “trọng tâm” của mỗi chủ đề. Điều này không chỉ giúp thông tin dễ hiểu mà còn tạo ra sự hứng thú và thúc đẩy người học tự khám phá các thông tin của BCĐH. Khi thông tin được truyền đạt cô đọng, đúng trọng tâm, dễ hiểu thì được xem như một phương tiện truyền thông hiệu quả, giúp phát huy khả năng tham gia xã hội của công chúng (Hananto, 2020, trích dẫn bởi Hiền, 2025).

Như vậy, kết quả này đã cho thấy việc thực hiện các biện pháp phát triển ở phương diện nội dung của tác phẩm BCĐH, bao gồm: việc đảm bảo nội dung chính xác, đầy đủ dễ hiểu; cập nhật các thông tin cần thiết, đưa ra các chủ đề thiết thực, cung cấp các

thông tin trọng tâm,... sẽ góp phần nâng cao chất lượng nội dung của tác phẩm BCĐH. Việc thực hiện hiệu quả các biện pháp này sẽ góp phần đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng.

Thứ hai là biện pháp phát triển ở phương diện hình thức. Bên cạnh phương diện nội dung thì phương diện hình thức trên tác phẩm báo chí cũng rất quan trọng, đặc biệt đối với tác phẩm BCĐH. Hình thức giữ vai trò trong việc hỗ trợ và nâng cao hiệu quả truyền tải nội dung của tác phẩm. Trong một tác phẩm BCĐH, nếu nội dung là “cái lõi” thì hình thức chính là cách nội dung được trình bày để đến với công chúng. Kết quả khảo sát của công chúng ở phương diện hình thức được trình bày tại Hình 7.



**Hình 7. Biện pháp phát triển BCĐH ở phương diện hình thức**

*Ghi chú: Kết quả được ghi nhận dựa trên việc khảo sát từ 331/385 công chúng nhóm “Chuyên ngành” và 353/385 công chúng nhóm “Ngoài chuyên ngành” chọn phương án “Cải thiện về mặt hình thức” và phương án “Cải thiện về mặt nội dung và hình thức”.*

Kết quả khảo sát cho thấy biện pháp “*Thiết kế đồ họa rõ ràng, màu sắc hài hòa và dễ nhìn*” được đánh giá cao vì không chỉ tạo ấn tượng ban đầu mà còn giúp người đọc tập trung và ghi nhớ nội dung tốt hơn. Để thực hiện điều này, các đơn vị sản xuất BCĐH nên nghiên cứu xu hướng màu sắc hiện đại phù hợp với từng đối tượng công chúng, có thể xây dựng bộ quy chuẩn màu sắc nhất quán cho từng loại chủ đề. Song song với đó, việc tổ chức các khóa đào tạo sẽ giúp đội ngũ thiết kế để nâng cao tính thẩm mỹ. Về bố cục, sự sắp xếp thông tin logic, mạch lạc cũng được đánh giá rất cao, bởi nó giúp người đọc dễ theo dõi và tiếp nhận nội dung. Để đạt được điều này, biên tập viên và nhà thiết kế cần phối hợp chặt chẽ từ bước lập kế hoạch nội dung, xác định rõ trọng tâm và luồng thông tin theo thứ tự hợp lý. Việc áp dụng các nguyên tắc thiết kế như bố cục “*Z-pattern*”, “*F-pattern*”,... cũng là bước quan trọng, đồng thời việc bố trí tiêu đề, đồ họa,... đúng vị trí nhằm tạo trải nghiệm mạch lạc, liền mạch. Biện pháp “*Sử dụng phông chữ dễ đọc với kích thước phù hợp trên mọi thiết bị*” cũng được coi là then chốt,

bởi công chúng ngày nay tiếp cận thông tin trên nhiều thiết bị khác nhau. Để đáp ứng yêu cầu này, đội ngũ thiết kế cần lựa chọn font chữ hợp lý, dễ đọc và thử nghiệm giao diện trên điện thoại, máy tính bảng, máy tính để bàn để đảm bảo tính tương thích. Bên cạnh đó, việc xây dựng quy chuẩn về cỡ chữ, màu sắc,... cũng giúp tối ưu hóa trải nghiệm, tăng khả năng tiếp nhận thông tin của công chúng.

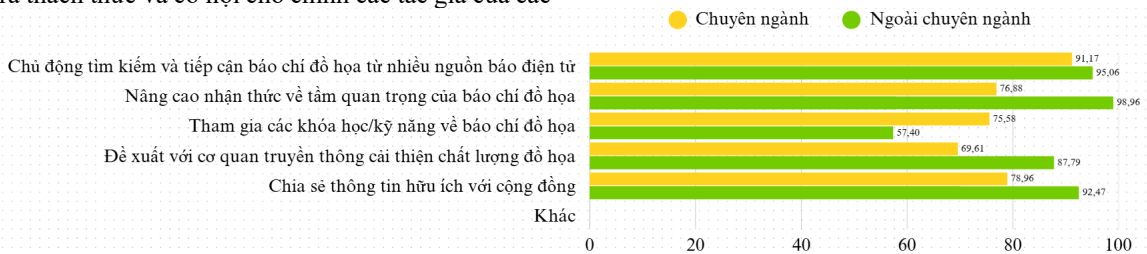
Còn đối với biện pháp “*Tăng cường tính tương tác*” được nhóm “*Chuyên ngành*” đặc biệt nhấn mạnh như một cách tăng sức hấp dẫn và thúc đẩy người đọc chủ động khám phá nội dung. Việc tích hợp các yếu tố đồ họa động, đồ họa tương tác nên được thực hiện qua lựa chọn công cụ và nền tảng phù hợp, phối hợp với bộ phận kỹ thuật để đảm bảo tốc độ tải trang nhanh và trải nghiệm mượt mà. Đồng thời, cần thu thập phản hồi từ người dùng để điều chỉnh và nâng cấp các tính năng sao cho phù hợp nhất với nhu cầu thực tế. Cuối cùng với “*Tăng cường đầu tư vào công nghệ trình bày trực quan*” là biện pháp thiết yếu để hiện đại hóa BCĐH. Các đơn vị cần đầu tư phần mềm thiết kế chuyên nghiệp,

đồng thời có thể áp dụng trí tuệ nhân tạo để tự động hóa quy trình và cá nhân hóa nội dung theo thói quen người đọc. Đào tạo liên tục cho đội ngũ kỹ thuật và thiết kế cũng là bước không thể thiếu nhằm duy trì năng lực đổi mới, nâng cao chất lượng hình thức và đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của công chúng.

Như vậy, việc thực hiện các biện pháp ở phương diện hình thức, bao gồm: thiết kế rõ ràng, màu sắc hài hòa, dễ nhìn; bố cục mạch lạc, logic; phong chữ dễ đọc; kích thước chữ phù hợp; tăng cường tính tương tác; đầu tư công nghệ trình bày trực quan;... sẽ góp phần nâng cao hiệu quả truyền tải thông tin, tăng cường sức hấp dẫn, từ đó hỗ trợ và làm nổi bật giá trị của nội dung của tác phẩm BCDH. Việc thực hiện hiệu quả các biện pháp này cũng sẽ góp phần đáp ứng nhu cầu về thẩm mỹ ngày càng cao của công chúng. Bên cạnh đó, các biện pháp trên đã đặt ra thách thức và cơ hội cho chính các tác giả của các

tác phẩm báo chí, họ phải sử dụng một cách đầy đủ nhất những thủ pháp đã có sẵn và được vận dụng trong bối cảnh sáng tạo cụ thể (Prokhorop, 2004). Chính sự sáng tạo, cả trong nội dung lẫn cách thể hiện là yếu tố cốt lõi tạo nên sự “độc nhất vô nhị” của tác phẩm báo chí. Đặc biệt đối với BCDH thì việc sáng tạo được xem là yếu tố quan trọng, nó góp phần quyết định sự thành công và hiệu quả của tác phẩm. Khi tác phẩm BCDH được sáng tạo thì thông tin sẽ trở nên trực quan hơn, đồng thời cũng trở nên hấp dẫn và dễ hiểu hơn, từ đó nâng cao giá trị truyền thông của báo chí hiện đại.

Thứ ba là biện pháp ở chính bản thân công chúng. Bên cạnh biện pháp phát triển ở phương diện nội dung và phương diện hình thức thì biện pháp ở chính bản thân công chúng cũng giữ vai trò rất quan trọng. Kết quả khảo sát được trình bày tại Hình 8.



**Hình 8. Biện pháp ở phía bản thân công chúng**

Trước hết, biện pháp “*Chủ động tìm kiếm và tiếp cận báo chí đồ họa từ nhiều nguồn báo điện tử*” được đánh giá rất cao. Điều này cho thấy công chúng cần mở rộng kênh thông tin, đa dạng hóa nguồn tiếp cận để có cái nhìn toàn diện. Với biện pháp này, chúng tôi đề xuất một số bước để công chúng có thể thực hiện: (1) chủ động theo dõi các chuyên mục *Giáo dục* sử dụng BCDH, (2) sử dụng công cụ tìm kiếm để tra cứu các chủ đề giáo dục kèm theo từ khóa như đồ họa thông tin và (3) công chúng có thể lưu trữ và phân loại BCDH mà công chúng đánh giá hữu ích để tham khảo lại khi cần. Thứ hai là nâng cao nhận thức về vai trò của BCDH trong giáo dục. Để làm được điều này, công chúng có thể bắt đầu từ việc (1) tìm hiểu về lợi ích của BCDH qua sách (đặc biệt là sách chuyên khảo), báo chí, tài liệu học thuật, (2) quan sát cách đồ họa hỗ trợ hiểu nội dung trong tác phẩm BCDH, (3) so sánh giữa bài báo bằng văn bản truyền thống và bài báo là BCDH để thấy rõ sự khác biệt về khả năng truyền tải cũng như nhu cầu tiếp nhận thông tin. Thứ ba là công chúng có thể tham gia các khóa học hoặc khóa đào tạo về BCDH. Việc biết cách đọc, phân tích đồ họa hay hiểu các nguyên tắc thị giác sẽ giúp người đọc xử lý thông tin nhanh và chính xác hơn. Một số bước mà công

chúng có thể tham khảo như: (1) đăng ký các khóa online về kỹ năng thiết kế, tìm hiểu về BCDH, (2) nghiên cứu để nhận diện các loại BCDH, (3) áp dụng kỹ năng này vào việc phân tích nội dung giáo dục phức tạp như số liệu thống kê.

Thứ tư là công chúng có thể tham gia vào quá trình truyền thông hai chiều, tương tác bằng cách góp ý, đề xuất cải tiến BCDH với cơ quan báo chí. Đây có thể xem là một biện pháp mang tính xây dựng, giúp các cơ quan báo chí điều chỉnh tác phẩm BCDH sao cho phù hợp hơn với nhu cầu của công chúng. Để thực hiện điều này, công chúng có thể (1) gửi nhận xét hoặc góp ý qua email, hòm thư góp ý trên trang BĐT, (2) đánh giá tính dễ hiểu và trực quan của BCDH trong phần bình luận và (3) công chúng còn có thể đề xuất những chủ đề giáo dục nên được thể hiện bằng BCDH để tăng tính hấp dẫn. Cuối cùng, việc chia sẻ các nội dung BCDH hữu ích đến đến cộng đồng là cách thiết thực để lan tỏa thông tin và hình thành thói quen tiếp nhận thông tin trực quan trong xã hội. Công chúng có thể (1) chia sẻ tác phẩm BCDH qua mạng xã hội, nhóm bạn bè, người thân, nhóm học tập,... (2) giới thiệu các trang BĐT có thể mạnh đối với BCDH cho người khác, bên cạnh đó thì công chúng còn có thể (3) tham gia,

trao đổi và thảo luận với người khác để cùng phân tích và hiểu sâu nội dung mà BCDH mang lại.

Như vậy, việc phát triển biện pháp về phương diện hình thức, nội dung và bản thân công chúng sẽ giúp nâng cao HQTN của họ đối với BCDH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam.

#### 4. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu về HQTN của công chúng đối với BCDH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam cho thấy sự quan tâm ngày càng lớn đối với hình thức này. Kết quả khảo sát từ hai nhóm công chúng trong và ngoài chuyên ngành Giáo dục đã giúp phân ánh sự khác biệt rõ rệt về mức độ tiếp cận và mức độ đánh giá đối với BCDH về cả phương

diện ưu điểm và hạn chế. Cả hai nhóm đều đánh giá cao các ưu điểm của BCDH như: khả năng trình bày thông tin trực quan, dễ hiểu, hấp dẫn, đồng thời hỗ trợ ghi nhớ hiệu quả. Bên cạnh đó, một số hạn chế cũng được ghi nhận và có sự đồng thuận cao như tốc độ truyền tải nhanh dễ gây lướt qua thông tin, nội dung đôi khi còn đơn giản dẫn đến hạn chế trong việc hiểu sâu nội dung. Tuy nhiên kết quả cũng cho thấy sự chênh lệch ở một số ý kiến giữa công chúng trong và ngoài chuyên ngành, đây là điểm cũng cần chú ý thêm. Ngoài ra, trong nghiên cứu này một số biện pháp cụ thể về phương diện nội dung - phương diện hình thức của BCDH và biện pháp cho bản thân công chúng đã được đề xuất nhằm giúp nâng cao HQTN của công chúng đối với BCDH ở chuyên mục *Giáo dục* trên BĐT tại Việt Nam

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Arslan, D., & Toy, E. (2015). The visual problems of infographics. *Global Journal on Humanities & Social Sciences*, 01, 409-414.
- Anh, T. H., & Nhi, N. T. Y. (2024). Đo lường hiệu quả của việc truyền thông qua mạng xã hội trong học tập của sinh viên Trường Đại học An Giang. *Tạp chí Kinh tế và Quản trị Kinh doanh*, 31(2024), 59-70
- Dững, N. V. (2018). *Cơ sở lý luận báo chí*. NXB Thông tin và Truyền thông.
- Diệu, T. Q. (2023). *Công chúng truyền thông trong bối cảnh truyền thông số ở Việt Nam*. <https://lyluanchinhtri.vn/cong-chung-truyen-thong-trong-boi-can-h-truyen-thong-so-o-viet-nam-2086.html>
- Gamson, W. A. (1985). Goffman's Legacy to Political Sociology. *Theory and Society*, 14(5), 605-622. <https://doi.org/10.1007/BF00160018>
- Gilbert, J. K. (2005). Visualization: A Metacognitive Skill in Science and Science Education. In J. K. Gilbert (Ed.), *Visualization in Science Education* (Vol. 1, pp. 9-27). Dordrecht: Springer. [https://doi.org/10.1007/1-4020-3613-2\\_2](https://doi.org/10.1007/1-4020-3613-2_2)
- Giang, N. T. T. (2014). *Báo mạng điện tử - những vấn đề cơ bản*. NXB Chính trị Quốc gia.
- Giang, N. T. T., Anh, Đ. H., Lan, T. T. P., Trâm, T. H., Anh, V. T., Hòa, Đ. T. X., & Ngọc, N. B., Yến, N. T. B., Hường, N. T. T., Minh, L. Q., Thuật, H., Thu, N. T. H., Hằng, Đ. T. T., Anh, T. V., Nga, N. T. T., & Chi, Đ. L. (2017). Các xu thế phát triển của báo chí trong kỷ nguyên kỹ thuật số. Trong N. T. T. Giang (Chủ biên), *Báo chí và truyền thông đa phương tiện* (trang 91-209). NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Hằng, Đ. T. T. (2013). *Giáo trình Tâm lý học báo chí*. NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Hà, L. T. (2014). Xu hướng ảnh hưởng của các yếu tố nhân khẩu đến việc tiếp nhận sản phẩm báo chí của công chúng. *Tạp chí Thông tin Khoa học xã hội*, 6, 2014, 35-41.
- Hà, N. T. (2016). *Sử dụng thông tin đồ họa trên báo điện tử hiện nay* (Luận văn Thạc sĩ). Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Hằng, T. T. (2017). *Phương thức kể chuyện có sử dụng thông tin đồ họa (infographic) trên truyền hình* (Luận văn Thạc sĩ). Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Hằng, Đ. T. T. (2020). Tâm lý tiếp nhận và kỹ năng viết báo thuyết phục công chúng. <https://lyluanchinhtrivatruyen-thong.vn/tam-ly-tiep-nhan-va-ky-nang-viet-bao-thuyet-phuc-cong-chung-p23995.html>
- Huyền, N. T. (2025). *Một số lý thuyết vận dụng nghiên cứu nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí*. <https://lyluanchinhtrivatruyen-thong.vn/mot-so-ly-thuyet-van-dung-nghien-cuu-nhu-cau-tiep-nhan-thong-tin-bao-chi-p29420.html>
- Hiền, N. T. A. (2025). Vai trò của thiết kế đồ họa trong hoạt động truyền thông môi trường (qua nghiên cứu tại miền Trung, Việt Nam). *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội*, số đặc biệt 8A - tháng 11 năm 2025, 243-250. <https://doi.org/10.59266/houj.2025.876>
- Linh, L. T. (2018). *Thông tin đồ họa trên báo điện tử pháp và gợi ý cho Việt Nam* (Luận văn Thạc sĩ). Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.

- Lam, T. V. T. G. (2020). Xu hướng phát triển của báo điện tử ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp*, 9(6), 114-120.  
<https://doi.org/10.52714/dthu.9.6.2020.837>
- Lợi, N. T. (2025). Bàn về việc đánh giá hiệu quả truyền thông trong môi trường hội tụ truyền thông. *Tạp chí Việt Nam Hội nhập*, 362 – tháng 5/2025, 32-38.
- Minh, L. Q. (2020). Xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay. *Tạp chí khoa học và công nghệ, Trường Đại học khoa học, ĐH Huế*, 16(3), 161-169.
- Nga, N. T. Q. (2025). *Nhu cầu của công chúng với sản phẩm truyền hình đa nền tảng hiện nay* (Luận án Tiến sĩ). Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Prokhorop, E. P. (2004). *Cơ sở lý luận của báo chí (Tập 2)* (Đào T. A., & Thoa, Đ. T. K, Dịch). NXB Thông tấn.
- Phượng, H. H. (2006). *Tổ chức nội dung và thiết kế, trình bày báo in*. NXB Lý luận Chính trị.
- Parker, R. C. (2012). *Thiết kế, tạo mẫu và dàn trang. Design and layout - Volume 1*. NXB Trẻ.
- Phuong, V. T. (2025). Ký hiệu học trong truyền thông đại chúng: Giải mã hình ảnh và ngôn ngữ. *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, số 602, tháng 4-2025, 124-128.
- Quốc hội Việt Nam. (2016). *Luật Báo chí* (Luật số: 103/2016/QH13).  
<https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2016/05/103.signed.pdf>
- Quỳnh, T. T. (2016). *Sử dụng thông tin đồ họa trên báo in Việt Nam* (Luận văn Thạc sĩ). Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Son, D. X. (2015). *Giáo trình Lý luận báo chí – truyền thông*. NXB Giáo dục Việt Nam.
- Tufle, E. R. (1983). *The Visual Display of Quantitative Information*. Graphics Press, Cheshire.
- Tịnh, P. T. T. (2012). *Nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin phát thanh của công chúng nông thôn vùng đồng bằng sông Hồng hiện nay* (Luận án Tiến sĩ). Học viện Báo chí và Truyền thông.
- Thư, N. T. K. (2014). Đo lường nỗi ấn tượng ban đầu trong nhận thức về sản phẩm mới theo cách tiếp cận thực nghiệm. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng*, 4(77), 145-148
- Trang, H. T. D. (2020). Phương thức thể hiện của tin đồ họa trên báo điện tử Việt Nam hiện nay. *Tạp chí khoa học và công nghệ - Trường đại học Khoa học - Đại học Huế*, 15(3), 227 – 237.
- Trang, N. T. (2024). Áp dụng môn học Màu sắc và hình tự nhiên vào chuyên ngành Thiết kế đồ họa. *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, 575, 105-108.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd Edition). Harper and Row, New York.
- Yến, N. T. (2012). *Sử dụng thông tin đồ họa trong các chương trình truyền hình hiện nay* (Luận văn Thạc sĩ). Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.