

Sử dụng nội dung do sinh viên tạo trong giảng dạy truyền thông

Nguyễn Thị Phước
Trường Đại học Văn Hiến

TÓM TẮT

Trong bối cảnh hiện nay, sinh viên đa phần là công chúng thường xuyên của các hoạt động truyền thông hướng đối tượng, thông điệp được tạo ra và truyền tải dựa trên nhu cầu khán giả, khán giả thích tương tác và chia sẻ. Sinh viên đến lớp cũng mong muốn là khán giả hoạt động truyền thông giảng dạy theo cách tương tự. Với góc tiếp cận truyền thông và giáo dục, bài viết nhằm quan sát quá trình giảng viên ngành truyền thông khai thác nội dung do sinh viên tạo như một phần của phương pháp giảng dạy trải nghiệm và xây dựng tri thức xã hội. Từ đó, tác giả đưa ra dự báo về xu hướng gia tăng nội dung do sinh viên tạo, đề xuất các bước khai thác hiệu quả dạng nội dung này trong giờ học ngành truyền thông.

Từ khóa: nội dung sinh viên tạo, dạy học tương tác, học tập trải nghiệm, ngành truyền thông

1. TỔNG QUAN

Trong bối cảnh hiện nay, sinh viên đa phần là công chúng thường xuyên của các hoạt động truyền thông hướng đối tượng (audience-oriented communication). Thông điệp truyền thông được tạo ra và truyền tải dựa trên nhu cầu, mong muốn và đặc điểm của khán giả.

Khán giả chủ động lựa chọn nguồn tin hợp với nhu cầu của bản thân, tiếp nhận thông điệp theo cách riêng. Trong quá trình tiếp nhận, khán giả có nhiều cơ hội tương tác với nhà truyền thông và công chúng quan tâm đến cùng chủ đề, chia sẻ với bạn bè những thông tin cùng quan tâm, lan tỏa thông tin và cảm xúc, tham gia cộng đồng [1]. Nói cách khác, mô hình truyền thông hướng đối tượng luôn đặt khán giả ở vị trí trung tâm (audience-centered).

Nội dung do người dùng tạo (User-generated content-UGC) là một phần quan trọng của hoạt động truyền thông hướng đối tượng. Trong phạm vi UGC có thể phát triển các đặc điểm của một hoạt động xã hội, UGC sẽ có khả năng giữ chân và động viên người tham gia tốt hơn [2]. Sự cho phép người dùng tạo UGC có thể cho phép người dùng trở thành nguồn thông tin mà không cần phải thông qua người có vai trò gác cổng. Nhờ đó, các hoạt động xã hội có thể trở nên sôi nổi với sự tham gia của nhiều bên.

Theo các nghiên cứu gần đây về thế hệ trẻ Việt Nam, giới trẻ coi trọng ý kiến của bạn bè, cộng đồng và luôn muốn góp tiếng nói vào các vấn đề mà họ quan tâm [3]. Truyền thông xã hội, hoạt động khai thác nhiều nội dung UGC, là hoạt động truyền thông quan trọng đối với giới trẻ.

Trong giảng dạy truyền thông, các phương pháp giảng dạy kích tương tác thường được ưu tiên. Các phương pháp tương tác trong giáo dục cho phép người học không chỉ có kiến thức và lòng trắc ẩn đối với người khác mà còn có thể đưa ra quyết định hợp lý trong mọi tình huống để phát triển các mô hình suy nghĩ, hành động và giao tiếp được chấp nhận nhất [4].

Trong phương pháp Constructivism (xây dựng tri thức), kiến thức không được truyền thụ một cách đơn thuần từ giảng viên đến sinh viên mà được xây dựng thông qua sự tương tác giữa cá nhân và môi trường học tập [5]. Phương pháp này nhấn mạnh vào việc tạo ra các hoạt động, nhiệm vụ và thảo luận để kích thích sinh viên xây dựng kiến thức mới từ trải nghiệm thực tiễn.

Mở rộng ra, phương pháp xây dựng tri thức xã hội (Social Constructivism) nhấn mạnh vào vai trò của cộng đồng trong quá trình xây dựng kiến thức [6]. Theo đó, kiến thức không chỉ được hình thành từ

Tác giả liên hệ: ThS. Nguyễn Thị Phước
Email: phuocnt@vhu.edu.vn

trải nghiệm cá nhân mà còn từ sự tương tác xã hội và giao tiếp với người khác. Phương pháp giảng dạy tương tác trong ngữ cảnh này thường tập trung vào việc thúc đẩy sự hợp tác, thảo luận và chia sẻ ý tưởng giữa sinh viên [7].

Một phương pháp quan trọng khác là Experiential Learning (học trải nghiệm). Lý thuyết này cho rằng học tập hiệu quả diễn ra thông qua việc tiếp xúc với trải nghiệm thực tế và tự tạo ra kiến thức từ các kinh nghiệm này [8].

Phương pháp giảng dạy tương tác trong ngữ cảnh này thường bao gồm các hoạt động thực hành, dự án và nhiệm vụ thực tế để sinh viên có thể áp dụng những gì họ học được vào thực tế [7].

Sinh viên ngành truyền thông khi tham gia giờ học mong muốn là khán giả hoạt động truyền thông giảng dạy hướng khán giả. Tính tương tác và các nội dung do sinh viên tạo là một phần quan trọng giúp giờ học thu hút sinh viên.

Các chuyên ngành trong lĩnh vực truyền thông sáng tạo và thiết kế có tính sáng tạo cao, cần sự thể hiện và trải nghiệm của người học. Bằng cách tích hợp nội dung do người dùng tạo vào quá trình giảng dạy, giảng viên tạo ra cơ hội cho sinh viên thể hiện, tăng tương tác.

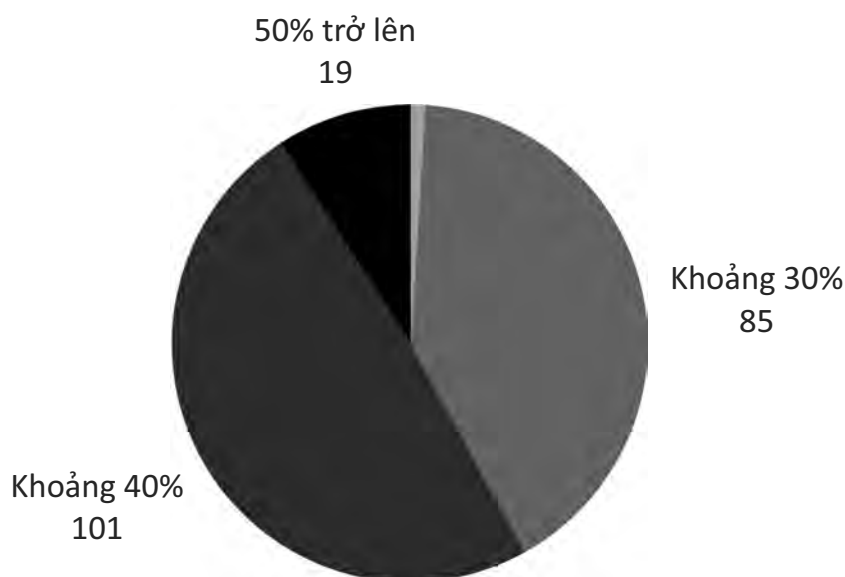
2. NỘI DUNG DO SINH VIÊN TẠO NHÌN TỪ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY

Để đạt được mục tiêu của nghiên cứu, chúng tôi

thực hiện phương pháp nghiên cứu định lượng và định tính, trong đó có 03 công cụ chủ yếu được sử dụng để thu thập và xử lý thông tin và dữ liệu là: (1) *Điều tra xã hội học*: để thu thập thông tin trong giảng viên và sinh viên về phương pháp giảng dạy, hiệu quả truyền thông của nội dung do sinh viên tạo trong giờ học cũng như những đánh giá của họ về sự hữu ích, độ tin cậy của phương pháp này. (2) *Phỏng vấn sâu và ghi chép quan sát*: để thu thập thông tin từ các đối tượng nghiên cứu, chúng tôi sẽ tiến hành các cuộc đối thoại có chủ định, cùng với việc thực hiện phương pháp quan sát – tham dự trong quá trình nghiên cứu. Để thực hiện đề tài này, chúng tôi thực hiện các cuộc phỏng vấn sâu giảng viên có thâm niên giảng dạy truyền thông; (3) *Hệ thống hóa và phân tích các tài liệu và thống kê sẵn có*: Chúng tôi tiến hành tập hợp các tài liệu, văn bản và số liệu thống kê để nghiên cứu và phân tích các dữ liệu này nhằm phục vụ cho cơ sở lý thuyết.

2.1. Các dạng nhiệm vụ, bài tập kích nội dung do sinh viên tạo

Tháng 3/2024, chúng tôi khảo sát trên 207 sinh viên truyền thông tại một số trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh và kết quả cho thấy hầu hết các ý kiến mong đợi giảng viên dành 30-40% thời lượng buổi học cho sinh viên tham gia tạo nội dung, hoạt động trong buổi học:



Hình 1. Biểu đồ thời lượng mà sinh viên mong muốn giảng viên dành cho các nội dung do sinh viên tạo.

Bảng 1. Thống kê ý kiến về thời lượng mà sinh viên mong muốn giảng viên dành cho các nội dung do sinh viên tạo

| Thời lượng nội dung SV tạo/tổng thời lượng buổi học | Số SV lựa chọn |
|---|----------------|
| 20% trở xuống | 2 |
| Khoảng 30% | 85 |
| Khoảng 40% | 101 |
| 50% trở lên | 19 |

Trong giảng dạy truyền thông, giảng viên thường đưa sinh viên vào vai trò chủ động, khuyến khích họ tham gia thảo luận, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề, và tự tạo ra nội dung mới. Từ đó, tạo ra một môi trường học tập tích cực khuyến khích sự tương tác và hợp tác giữa sinh viên với nhau và giữa sinh viên với giáo viên, giúp tạo ra một cộng đồng học tập.

Thảo luận nhóm trao đổi ý kiến liên quan đến các vấn đề thực tế liên quan đến ngành truyền thông. Sinh viên áp dụng kiến thức của họ và nguồn tài liệu từ bài giảng của giảng viên hoặc tài liệu tham khảo để đưa ra ý kiến đóng góp. Điều này giúp sinh viên áp dụng kiến thức học được vào các tình huống thực tế và phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề.

Các bài tập thảo luận nhóm muốn thu hút sự chú ý của sinh viên và kích nội dung do sinh viên tạo cần có chủ đề mới, hấp dẫn, được quan tâm trên mạng xã hội hoặc các phương tiện truyền thông. Những chủ đề thịnh hành trong giới trẻ thường đã được sinh viên biết đến gần đây, có sự quan tâm và muốn chia sẻ góc nhìn của mình về chủ đề với bạn bè cùng lớp.

Các nội dung do sinh viên tạo trong dạng bài tập này có thể là infographic, mind map, bài viết ngắn, bài đăng tương tác trên group nhóm học tập, bài thuyết trình dạng video hoặc thực hiện trực tiếp tại lớp.

Phân tích sản phẩm truyền thông như phim, quảng cáo, tác phẩm báo chí. Sinh viên có thể áp dụng các khái niệm và kỹ năng truyền thông để phân tích các sản phẩm thực tế và đưa ra nhận xét.

Các sản phẩm truyền thông được chọn để phân tích là các sản phẩm đã có danh tiếng, có sự thành công hoặc ở hướng ngược lại, không thành công như mong đợi của người sáng tạo. Việc sinh viên phân tích lý do thành công hay thất bại và những điều học được từ đó góp phần giúp sinh viên tiếp cận các kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp liên quan đến việc sáng tạo sản phẩm.

Qua đó, sinh viên cũng có thể đưa ra ý kiến của mình về các khía cạnh của vấn đề, bộc lộ cá tính

sáng tạo về loại sản phẩm đó để chia sẻ, lan truyền với bạn bè trong lớp học.

Các nội dung do sinh viên tạo trong dạng bài tập này có thể là infographic, bài viết ngắn, bài đăng tương tác trên group nhóm học tập, bài thuyết trình dạng video hoặc thực hiện trực tiếp tại lớp, kịch bản sản phẩm, video ngắn nêu quan điểm, biểu đồ hoặc đồ thị về hiệu ứng xã hội của sản phẩm, bộ sưu tập hình ảnh hoặc video tư liệu.

Giải quyết tình huống, qua tình huống giả định hoặc học từ các case-study, sinh viên áp dụng kiến thức và kỹ năng của họ.

Việc sinh viên phân tích tình huống được giảng viên giả định hoặc tình huống có thực, đã từng xảy ra là cơ hội để sinh viên tập hợp những kiến thức liên quan đến hoạt động truyền thông trong tình huống đó, cùng nhau phân tích các khả năng, cơ hội và thách thức, điểm mạnh và điểm yếu của các phương án giải quyết tình huống, vấn đề. Việc sử dụng sự tranh luận, phản biện giữa sinh viên với nhau và giữa các nhóm và giảng viên cũng tăng sự chú ý và thu hút sinh viên bộc lộ năng lực của họ.

Các nội dung do sinh viên tạo trong dạng bài tập này có thể là kế hoạch truyền thông, infographic, bài viết ngắn, bài đăng tương tác trên group nhóm học tập, bài thuyết trình dạng video hoặc thực hiện trực tiếp tại lớp, video ngắn nêu quan điểm, biểu đồ, đồ thị, bộ sưu tập hình ảnh hoặc video tư liệu, báo cáo phân tích, kịch bản hành động.

Bài tập cho sinh viên tự tạo ra nội dung mới. Đây là bài tập phù hợp với các môn sáng tạo sản phẩm truyền thông như viết bài, sản xuất sản phẩm video, audio hoặc các sản phẩm truyền thông đa phương tiện khác. Đối với sinh viên học truyền thông sáng tạo, đây là dạng bài tập có khả năng kích nội dung do sinh viên tạo hiệu quả nhất.

Tùy theo yêu cầu của từng môn học, giảng viên giao bài tập phù hợp, với các quy mô từ thực hiện một phần quy trình sáng tạo đến sản xuất ra một sản phẩm hoàn chỉnh, các mức độ từ dễ đến nâng cao.

Các nội dung do sinh viên tạo trong dạng bài tập này có thể là kịch bản, đề cương, infographic, bài viết, video, audio, podcast, phim ngắn... phù hợp yêu cầu sáng tạo của từng môn học.

Dù là dạng bài tập nào, để kích được nhiều nội dung do sinh viên tạo và góp phần tạo ra môi trường giảng dạy, học tập giàu tương tác, bài tập đều phải đáp ứng được một số yêu cầu.

- Thứ nhất, các ý kiến trả lời hoặc phản hồi cho bài tập của các nhóm hoặc cá nhân sinh viên có thể được đóng gói trong ít nhất một sản phẩm truyền thông đa phương tiện. Các sản phẩm này được lan truyền trong lớp học qua những kênh truyền thông phù hợp để các nhóm hoặc cá nhân sinh viên truy cập và cập nhật dễ dàng từ bất cứ thiết bị nào.
- Thứ hai, các bài tập tạo cơ hội cộng tác và tương tác. Khả năng cộng tác giúp sinh viên làm việc đồng thời, rút ngắn thời gian chuẩn bị hoặc hoàn thiện nội dung ở các nhóm và cả lớp. Tương tác tạo sự sôi động cho lớp học, phù hợp với tâm lý sinh viên thích tương tác. Nội dung do người học tạo một khi trở thành UGC hút tương tác trong hoạt động truyền thông giáo dục sẽ tạo cơ hội để mỗi thành viên trong lớp học đều đóng được hai vai, chủ thể sáng tạo ở đầu nguồn quy trình truyền thông và khách thể tiếp nhận ở đầu đích quy trình truyền thông. Hai vai trò này tạo cơ hội để sinh viên nhìn vấn đề đa chiều, đa góc độ hơn.
- Thứ ba, các bài tập có thể lưu trữ lâu dài về sau như một phần học liệu của lớp học. Điều đó kích thích sinh viên cố gắng trong các nhiệm vụ để trở thành người có ảnh hưởng trong lớp học, thu hút nhiều sự chú ý, kích thích sự tương tác từ bạn học và giảng viên lớp học.

2.2. Hiệu quả sử dụng nội dung do sinh viên tạo trong hoạt động giảng dạy ngành truyền thông

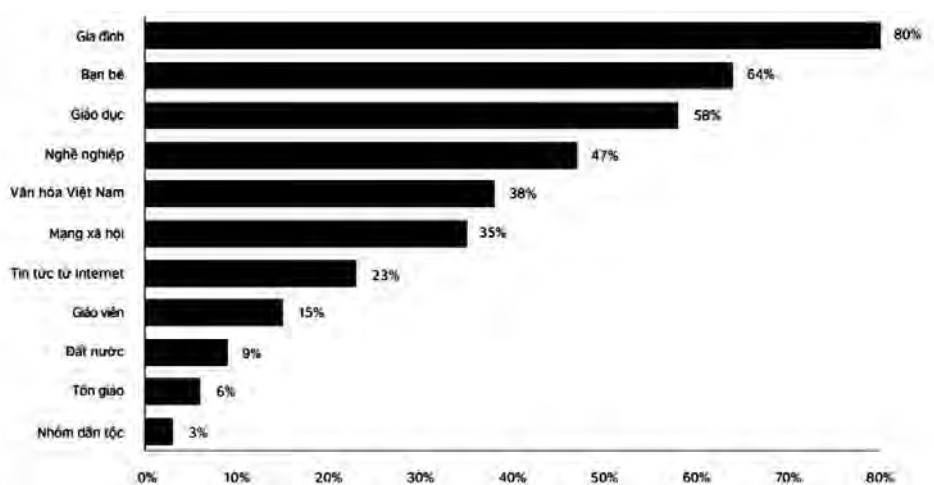
Dạng nội dung do người dùng tạo UGC có hiệu quả truyền thông cao trong hoạt động truyền thông hướng đến khán giả là giới trẻ.

Theo các báo cáo kỹ thuật số từ các công ty tư vấn mạng xã hội như We Are Social và Hootsuite, những người sử dụng mạng xã hội đã tăng hơn gấp đôi từ 37% dân số trong năm 2016 lên 78.1% trong năm 2022 [9].

Có thể nhận thấy, các kênh truyền thông số, nhất là mạng xã hội đã được ứng dụng rộng rãi trong các hoạt động của giới trẻ. Với sự rộng khắp, tiện dụng của Internet, giống như các nước khác trên toàn cầu, đời sống số đã thâm nhập sâu vào đời sống của người Việt, nhất là người Việt trẻ nhạy bén với công nghệ theo nhiều cách.

Theo Báo cáo nghiên cứu thế hệ trẻ của Hội đồng Anh, gần một phần ba số người họ khảo sát (35%) cho biết mạng xã hội đóng vai trò định hình họ là ai ngày nay. Nhóm 16-19 tuổi (43%) có xu hướng thừa nhận điều này nhiều hơn nhóm đáp viên lớn tuổi - 33% với nhóm 20-24 tuổi và 32% với nhóm 25-30 tuổi [3].

Việc kết nối với thế giới thông qua các nền tảng mạng xã hội như TikTok, Facebook và Zalo trở thành hoạt động được giới trẻ yêu thích. Theo khảo sát của chúng tôi, để đưa ra các quyết định quan trọng trong cuộc sống như chọn trường, chọn ngành học, lên kế hoạch học tập, mạng xã hội và Internet là nguồn thông tin quan trọng của giới trẻ. Giới trẻ dành nhiều giờ mỗi ngày để khai thác thông tin và tham gia các hoạt động trên các nền tảng số. Bạn bè, trong đó có bạn học, ảnh hưởng rất lớn đến giới trẻ.

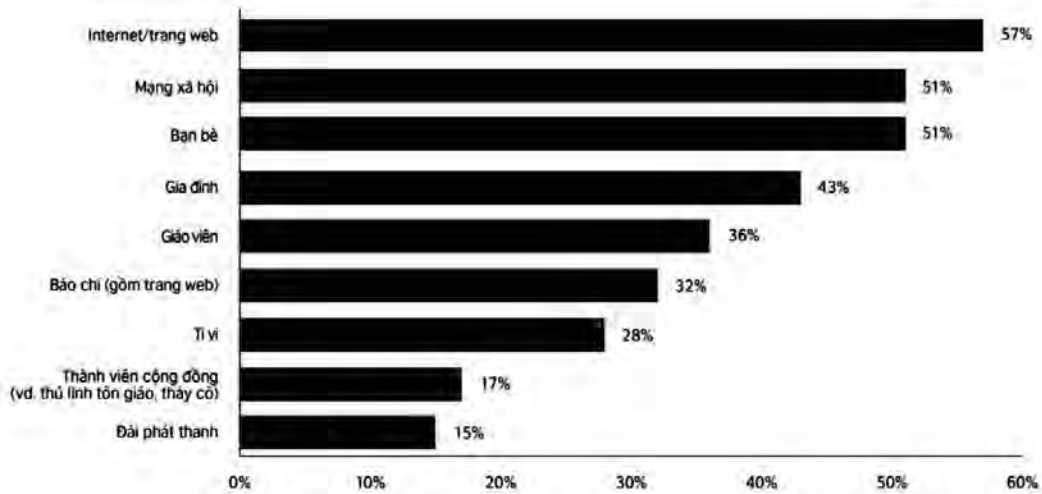


Hình 2. Biểu đồ tỉ lệ người trả lời khảo sát về một trong năm yếu tố hàng đầu định hình nên họ hiện tại. (n = 1.200) [3]

Trong biểu đồ trên, bạn bè được các bạn trẻ xếp ở vị trí thứ 2 trong các yếu tố hàng đầu định hình nên họ hiện tại. Trong khi đó, giáo viên chỉ được

xếp ở vị trí thứ 8.

Bạn bè (trong đó có bạn học), là nguồn tin được người trẻ ưu tiên hơn cả giáo viên:



Hình 3. Biểu đồ tỉ lệ người trả lời khảo sát về nguồn được tin cậy nhất cho việc làm và giáo dục (n = 1.200) [3]

Bạn bè được giới trẻ chọn với tỉ lệ 51%, đồng tỉ lệ với mạng xã hội, cả hai chỉ xếp sau internet/trang web. Giáo viên được chọn với tỉ lệ 36%, xếp ở vị trí thứ 5 trong top nguồn được tin cậy nhất cho việc làm và giáo dục.

Dưới góc độ truyền thông, trong môi trường truyền thông hiện đại, sự tương tác và tham gia của cộng đồng khán giả là rất quan trọng [9].

Các nội dung chất lượng do sinh viên tạo được giảng viên tạo cơ hội lan tỏa trong buổi học sẽ góp phần quan trọng giúp người học đạt được mục tiêu đầu ra của buổi học.

Khi sinh viên cảm thấy rằng họ có thể đóng góp vào quá trình học tập, họ có xu hướng tham gia tích cực hơn. Việc tạo ra nội dung trong buổi học đòi hỏi sự sáng tạo từ sinh viên, khuyến khích họ tự tin hơn và tích cực tích lũy kiến thức. Việc lan tỏa nội dung đòi hỏi sinh viên phải truyền đạt thông điệp của mình một cách rõ ràng và hiệu quả, từ đó giúp sinh viên phát triển kỹ năng truyền thông.

Về đóng góp các nội dung do sản phẩm cho sinh viên tạo, có thể sử dụng các “cuộc hội thoại” trực tiếp tại lớp học hoặc trên các nền tảng trực tuyến như mạng xã hội, nhóm học tập để khuyến khích sinh viên chia sẻ ý kiến, kinh nghiệm và ý tưởng của họ về các chủ đề liên quan đến môn học. Điều này giúp sinh viên trở thành nguồn thông tin cho nhau và tạo ra một môi trường học tập tích cực.

Giảng viên cũng có thể yêu cầu sinh viên tạo ra các

bài thuyết trình, video về các chủ đề để chia sẻ với lớp học. Điều này giúp sinh viên phát triển kỹ năng giao tiếp và trình bày, đồng thời tạo ra các tài liệu học tập phong phú và đa dạng.

2.3. Các bước triển khai thu thập, công bố nội dung do sinh viên tạo

Từ kết quả phỏng vấn sâu các giảng viên truyền thông có nhiều năm kinh nghiệm, chúng tôi đề xuất các giai đoạn trong buổi học có nội dung do sinh viên tạo có thể triển khai như sau:

Giảng viên khởi đầu: Đây là giai đoạn bắt đầu của buổi học, giảng viên thiết lập kênh giao tiếp với sinh viên và giao nhiệm vụ cũng như trang bị đủ thông tin cần thiết để thực hiện nhiệm vụ. Trong giai đoạn này, giảng viên giới thiệu chủ đề, mục tiêu học tập, và quy tắc của buổi học, cung cấp thông tin cơ bản và kiến thức liên quan đến chủ đề của buổi học. Thông tin này có thể được trình bày dưới dạng bài giảng, bài thảo luận, hoặc các tài liệu học tập. Các học liệu cho sinh viên đều được số hóa và chia sẻ cho sinh viên dễ dàng truy cập từ bất cứ thiết bị nào. Các hướng dẫn và lời kêu gọi hành động cần rõ ràng. Giảng viên cung cấp format, template cho câu trả lời nếu cần để sinh viên thống nhất cách thức trình bày câu trả lời.

Sinh viên tạo nội dung: Sau khi có thông tin cơ bản, sinh viên tham gia vào các hoạt động thảo luận, đối thoại, hoặc làm việc nhóm. Sinh viên có thể trao đổi ý kiến, chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm, và đặt

câu hỏi cho nhau và cho giáo viên. Bên cạnh các nội dung trao đổi trực tiếp, khuyến khích sinh viên tạo nội dung có thể dễ dàng lưu trữ và chia sẻ như text, infographic, media...

Sinh viên trình bày: Trong giai đoạn này, sinh viên có cơ hội áp dụng kiến thức và kỹ năng đã học vào các tình huống thực tế hoặc bài tập. Giảng viên khích lệ sinh viên thể hiện, trình bày đa phương tiện, kết hợp thuyết trình trực tiếp với chia sẻ các nội dung đã tạo dạng text, infographic, media.

Giảng viên và sinh viên phản hồi, đánh giá: Sinh viên nhận phản hồi từ giáo viên và từ lẫn nhau về nội dung do mình tạo ra trong buổi học. Phản hồi này giúp sinh viên hiểu rõ hơn về điểm mạnh và điểm yếu của mình, tiếp thu kiến thức và hệ thống trải nghiệm trên nền kiến thức đó. Các phản hồi này không chỉ trực tiếp tại lớp mà còn trên các kênh số như siêu văn bản, nhóm học tập trên mạng xã hội... để tiện lưu trữ và thống kê thông tin, khích lệ sinh viên tương tác.

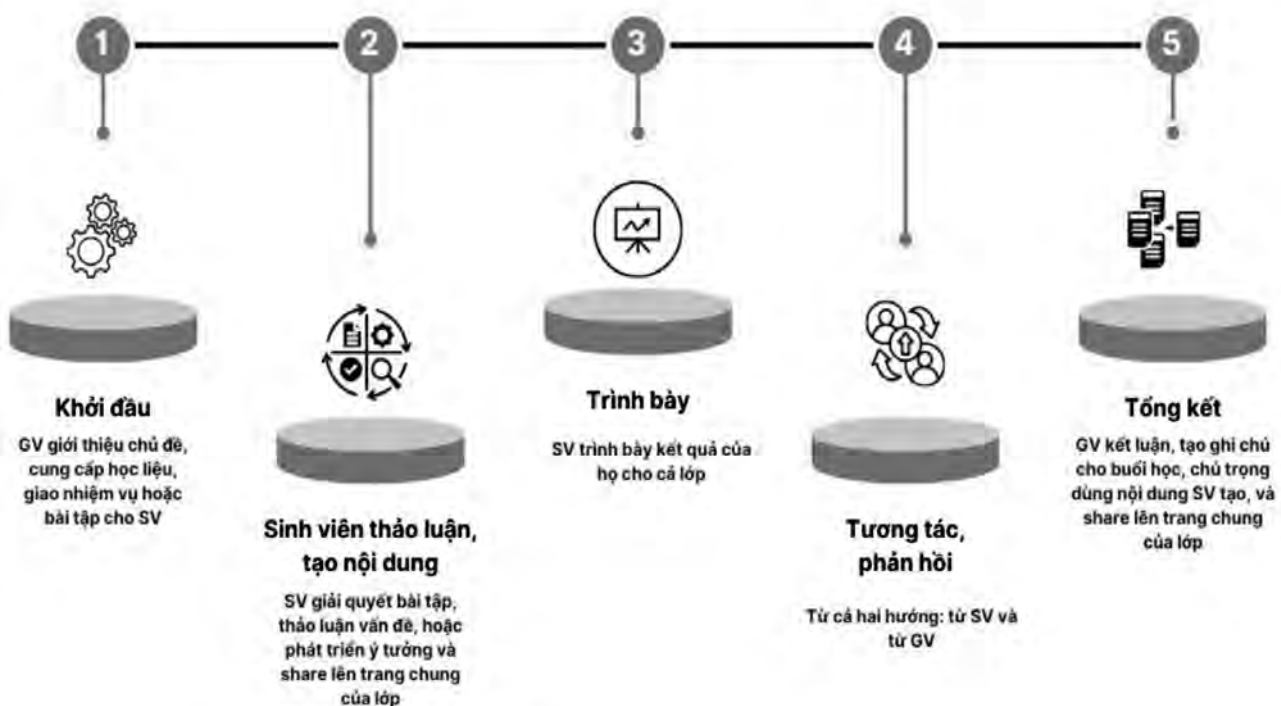
Giảng viên tổng kết: Giai đoạn này thiết kế giống

như một “bãi đáp” những kiến thức rải rác trong buổi học, trong đó có những kiến thức do sinh viên góp phần phân tích, trình bày. Giảng viên cần khích lệ và ghi nhận để sinh viên cảm thấy được lắng nghe và quan tâm. Một trong những điều quan trọng là giảng viên cần chọn lọc các nội dung chất lượng do sinh viên tạo và xem như một phần quan trọng trong học liệu của môn học. Điều đó kích thích sinh viên tham gia và tạo cho họ cảm giác có thành tựu.

Các giai đoạn này có thể tổ chức tuần tự hoặc lặp lại trong suốt buổi học tùy thuộc vào chủ đề, cách tổ chức và thiết kế của giảng viên và nhu cầu học tập của sinh viên. Tuy nhiên, cần lưu ý quá trình triển khai có thể gặp phải một số khó khăn, từ phía sinh viên là tổ chức làm việc nhóm, từ phía giảng viên là quản lý thời gian. Các cuộc phỏng vấn sâu giảng viên truyền thông cho thấy thường có sự chênh lệch trong khả năng đáp ứng của sinh viên đối với nhiệm vụ, bài tập, dẫn đến thời gian giảng dạy kéo dài hơn dự kiến.

Các giai đoạn tổ chức buổi học

Khuyến khích sinh viên tạo nội dung và đóng góp cho buổi học, tăng cường sự tương tác, đa góc nhìn cho giờ giảng.



Hình 4. Biểu đồ các giai đoạn tổ chức buổi học có nội dung do sinh viên tạo

3. KẾT LUẬN

Trong hoạt động giảng dạy truyền thông hiện nay, nhất là truyền thông sáng tạo và thiết kế, cần có các phương pháp giảng dạy giàu tương tác và kích thích sự sáng tạo của người học, tạo cơ hội học tập thông qua trải nghiệm.

Nhìn hoạt động giảng dạy như là hoạt động truyền

thông mà thông điệp chính là tri thức và sự khích lệ người học sáng tạo, cần tạo cơ hội và thời lượng buổi học cho các nội dung do sinh viên tạo ra. Điều này tạo dựng cộng đồng sinh viên, giúp sinh viên trở thành nguồn thông tin cho nhau và tạo ra một môi trường học tập tích cực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Alessandro Delfanti & Adam Arvidsson, *Introduction to Digital Media*, H.: Wiley, 2018.
- [2] Kevin Crowston, Isabelle Fagnot, *Stages of Motivation for Contributing User-Generated Content: A Theory and Empirical Test*, <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2017.08.005>, 2018 (truy cập ngày 20/7/2024).
- [3] British Council, *Báo cáo nghiên cứu thể hệ trẻ Việt Nam*, <https://www.britishcouncil.vn/sites/default/files/nghien-cuu-the-he-tre-viet-nam.pdf>, 2020 (truy cập ngày 20/3/2024).
- [4] Madona Giorgdze, Marine Dgebuadze, *Interactive teaching methods: Challenges and perspectives*, <http://ijaedu.ocerintjournals.org/en/download/article-file/390165>, 2017, (truy cập ngày 20/7/2024).
- [5] Dr. BADA, Steve Olusegun, *Constructivism Learning Theory: A Paradigm for Teaching and Learning*, IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME) e-ISSN: 2320-7388, p- ISSN: 2320-737X Volume 5, Issue 6 Ver. I (Nov. - Dec. 2015), PP 66-70 www.iosrjournals.org, 2015 (truy cập ngày 20/7/2024).
- [6] Amna Saleem, Huma Kausar, Farah Deeba, *Social Constructivism: A New Paradigm in Teaching and Learning Environment*, DOI:10.52700/pjh.v2i2.86, 2021 (truy cập ngày 20/7/2024).
- [7] Phan Trọng Ngộ, Lê Minh Nguyệt, “*Kinh nghiệm và học trải nghiệm trong dạy học*”, 13/8/2017, http://vjes.vnies.edu.vn/sites/default/files/146_2017-8-13.pdf, (truy cập ngày 20/3/2024).
- [8] Lara Gittings, Ross Taplin, Rosemary Kerr *Experiential learning activities in university accounting education: A systematic literature review*, <https://doi.org/10.1016/j.jaccedu.2020.100680>, 2020 (truy cập ngày 20/7/2024).
- [9] Mark Colwell, “*The user generated content creator's handbook: How to Turn Your Passion for UGC content into a Successful Career*”, H.: KDP, 2022.

Utilizing student-generated content in teaching and learning communication studies

Nguyen Thi Phuoc

ABSTRACT

In the current context, most students are audiences of audience-centered communication that messages are created and transmitted based on the audience's needs, and audiences tend to engage in interactive behaviors and disseminate content to others. Students would like to be audiences in educational communications in a similar way. With the approaches of communication studies and education studies, the article aims to observe the process of Communication Studies lecturers utilizing student-generated content as a part of interactive teaching methods and experiential learning.

Therefore, the article provides a forecast of increasing student-generated content and proposes procedures to effectively exploit this kind of content in Communication Studies lesson plans.

Keywords: *student-generated content, interactive teaching method, experiential learning, communication studies*

Received: 15/05/2024

Revised: 22/07/2024

Accepted for publication: 23/07/2024