

Kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số: Góc nhìn tổng quan và hàm ý cho cơ quan quản lý văn hoá Việt Nam

Communication skills for intangible cultural heritage on digital platforms: an overview and implications for cultural management agencies in Vietnam

ThS. TRẦN LÂM BÁCH

Cục Di sản văn hóa; Email: bachtranlam@gmail.com

Ngày nhận bài: 10/03/2026

Ngày phản biện: 17/05/2026

Ngày duyệt đăng: 20/6/2026

Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí truyền thông

Tóm tắt: Di sản văn hóa phi vật thể, đặc biệt là di sản văn hoá phi vật thể được UNESCO ghi danh, là tài sản quý giá của mỗi quốc gia và của toàn nhân loại, đòi hỏi được bảo tồn và phát huy một cách bền vững. Trong bối cảnh chuyển đổi số, truyền thông trên nền tảng số trở thành công cụ quan trọng, giúp lan tỏa giá trị di sản, đồng thời, đặt ra yêu cầu về kỹ năng truyền thông phù hợp với đặc thù của di sản văn hóa phi vật thể. Bài viết tiếp cận theo hướng tổng quan một số nghiên cứu tiêu biểu liên quan đến kỹ năng truyền thông di sản trên nền tảng số, từ đó, đề xuất một số hàm ý đối với cơ quan quản lý văn hóa tại Việt Nam về kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số trong bối cảnh hiện nay.

Từ khóa: di sản văn hóa phi vật thể; nền tảng số; kỹ năng truyền thông; cơ quan quản lý văn hóa.

Abstract: Intangible cultural heritage, particularly elements inscribed by UNESCO, constitutes a valuable asset of each nation and of humanity as a whole, requiring sustainable preservation and promotion. In the context of digital transformation, communication through digital platforms has become an essential tool for disseminating the values of cultural heritage while also creating new demands for communication skills suited to the distinctive characteristics of intangible cultural heritage. This article provides an overview of representative studies on communication skills for heritage promotion on digital platforms. Accordingly, it proposes several implications for cultural management agencies in Vietnam regarding communication skills for intangible cultural heritage in the current context.

Keywords: intangible cultural heritage; digital platforms; communication skills; cultural management agencies.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, di sản văn hóa phi vật thể, đặc biệt là các di sản được UNESCO ghi danh, ngày càng được nhìn nhận như nguồn lực văn hóa - xã hội quan trọng, không chỉ cần được bảo tồn mà còn phải được truyền thông hiệu quả để duy trì sức sống trong đời sống đương đại. Việc lan tỏa giá trị di sản không còn dừng lại ở các hình thức truyền thống mà đòi hỏi phải thích ứng với môi trường số - nơi thông tin được sản xuất, phân phối và tiếp nhận theo những cách thức hoàn toàn mới.

Sự phát triển của các nền tảng số như website, mạng xã hội, video trực tuyến và các ứng dụng đa phương tiện

đã mở ra cơ hội lớn cho truyền thông di sản văn hóa phi vật thể. Tuy nhiên, môi trường này cũng đặt ra những yêu cầu mới về kỹ năng truyền thông, từ việc lựa chọn nội dung, cách thức kể chuyện, sử dụng ngôn ngữ, hình ảnh, đến khả năng tương tác và cá nhân hóa trải nghiệm công chúng. Đối với di sản văn hóa phi vật thể - vốn mang tính sống, gắn với cộng đồng và thực hành văn hóa - việc truyền thông trên nền tảng số càng đòi hỏi những kỹ năng đặc thù để vừa đảm bảo tính chân thực, vừa tăng khả năng tiếp cận và hấp dẫn đối với công chúng hiện đại.

Thực tiễn cho thấy, hoạt động truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số của các cơ quan

quản lý văn hóa, cụ thể tại Việt Nam (nền tảng số của Bộ Văn hoá - Thể thao và Du lịch), bên cạnh kết quả đạt được, vẫn còn nhiều hạn chế, không chỉ ở nội dung hay công nghệ mà còn ở chính năng lực và kỹ năng truyền thông. Điều này cho thấy, vấn đề không chỉ nằm ở chỗ "truyền thông cái gì" mà quan trọng hơn là "truyền thông như thế nào" - nghĩa là vấn đề về kỹ năng. Chính từ yêu cầu đó, kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số đã trở thành một chủ đề được nhiều học giả quan tâm nghiên cứu.

Kỹ năng là khả năng vận dụng những kiến thức thu nhận được trong một lĩnh vực nào đó vào thực tế (Hoàng Phê, 2001). Như vậy, kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số được hiểu là khả năng vận dụng kiến thức, kinh nghiệm truyền thông sáng tạo và các công cụ, nền tảng kỹ thuật số của chủ thể để truyền thông một cách sinh động, hấp dẫn về di sản văn hóa phi vật thể đến công chúng. Trên tinh thần đó, bài viết này tập trung tổng quan một số nghiên cứu tiêu biểu liên quan đến kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số, qua đó, làm rõ các kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số và thảo luận về kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số mà các chủ thể truyền thông tại các cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa Việt Nam nên áp dụng trong bối cảnh hiện nay.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng chủ yếu phương pháp nghiên cứu thứ cấp, bao gồm các phương pháp cụ thể:

Thứ nhất, phương pháp nghiên cứu tài liệu được sử dụng nhằm thu thập, lựa chọn một số công trình nghiên cứu tiêu biểu trong và ngoài nước liên quan trực tiếp đến kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số. Trên cơ sở đó, tác giả nhận diện các kỹ năng cần thiết trong truyền thông di sản văn hóa và mô tả các kỹ năng đó, làm tiền đề cho việc hình thành các kết luận phục vụ đề tài.

Thứ hai, phương pháp phân tích - tổng hợp được sử dụng nhằm xử lý và khai thác sâu nội dung các tài liệu tiêu biểu đã được thu thập, phân tích tính hợp lý của các kỹ năng truyền thông, tổng hợp thành các luận điểm khoa học phục vụ nghiên cứu đề tài.

Thứ ba, phương pháp suy luận và khái quát hóa được sử dụng để rút ra các nhận định mang tính lý luận và đề xuất một số hàm ý đối với việc nâng cao kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số cho các cơ quan quản lý văn hóa tại Việt Nam hiện nay.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

Qua tổng quan nghiên cứu một số công trình tiêu biểu trong và ngoài nước, có thể nhận thấy, các nhà nghiên cứu đã đề cập đến nhiều nhóm kỹ năng quan trọng trong truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số, bao gồm: kỹ năng truyền thông đa phương tiện về di sản văn hóa, kỹ năng số liên ngành, kỹ năng giao tiếp liên văn hóa và tạo đồng cảm, kỹ năng kể chuyện xuyên phương tiện, kỹ năng kể chuyện di sản gắn với huy động sự tham gia của cộng đồng, kỹ năng ứng dụng truyền thông sáng tạo. Trong phần này, do dung lượng có hạn của bài báo khoa học, nên tương ứng với mỗi kỹ năng, tác giả xin được chọn giới thiệu 1-2 công trình tiêu biểu.

Kỹ năng truyền thông đa phương tiện về di sản văn hóa

Nghiên cứu của JunJie Lai và Ying Bai (2021) trong *Sự kế thừa và truyền thông sáng tạo di sản văn hóa phi vật thể từ góc nhìn truyền thông phương tiện mới (Inheritance and Creative Communication of Intangible Cultural Heritage from the Perspective of New Media Communication)* cho thấy, truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số cần được triển khai theo hướng sáng tạo, đa dạng hóa hình thức biểu đạt và tích hợp nhiều loại hình truyền thông (JunJie Lai & Ying Bai, 2021):

(1) Lan tỏa sáng tạo các di sản văn hóa phi vật thể truyền thống: Việc lan tỏa sáng tạo di sản văn hóa phi vật thể truyền thống dựa trên các yếu tố của di sản gốc, kết hợp đa dạng các loại hình di sản, sử dụng các phương thức chuyển tải khác nhau, đồng thời, quy hoạch và xây dựng mô hình truyền thông một cách sáng tạo, mới mẻ.

(2) Lan tỏa sáng tạo thông qua hoạt động: Sự lan tỏa sáng tạo thông qua hoạt động đề cập đến việc áp dụng các kỹ thuật sáng tạo để triển khai các hoạt động văn hóa lễ hội trên thực tiễn đời sống cộng đồng.

(3) Lan tỏa sáng tạo thông qua sản phẩm: Tạo ra hiệu ứng truyền thông tốt cho di sản văn hóa phi vật thể thông qua sáng tạo sản phẩm đặc thù.

(4) Lan tỏa sáng tạo thông qua kiến trúc cảnh quan: Đề cập đến sức sáng tạo nghệ thuật và văn hóa để tạo nên những cảnh quan văn hóa độc đáo, từ đó, truyền tải các di sản văn hóa phi vật thể đặc sắc của địa phương đến với mọi người thông qua những cảnh quan này.

Kỹ năng số liên ngành

Jing Liu (2022) trong nghiên cứu *Bảo vệ và phổ biến di sản văn hóa phi vật thể trong kỷ nguyên công nghệ*

thông tin bằng công nghệ số (*Digitally Protecting and Disseminating the Intangible Cultural Heritage in Information Technology Era*) cho rằng, "Việc bảo tồn các di sản bền vững trên môi trường số đòi hỏi một đội ngũ các nhà phát triển nội dung số có tay nghề cao. Họ không chỉ phải có khả năng tạo ra dữ liệu chuẩn xác mà còn cần có kiến thức về văn hóa và năng lực quản lý hiệu quả. Dựa trên nhu cầu ứng dụng và phát triển đang hiện nay đối với việc bảo vệ di sản văn hóa số, kỹ năng và hoạt động đào tạo liên quan cũng cần được mở rộng. Đội ngũ nhân viên thực hiện bảo vệ di sản văn hóa chính là lực lượng then chốt trong công cuộc bảo tồn các di sản văn hóa trên không gian số" (Jing Liu, 2022).

Kỹ năng giao tiếp liên văn hóa và tạo đồng cảm

Xiumei Lang, Jinfan Wang và Lin Ma (2023), trong nghiên cứu *Nghiên cứu về chiến lược đồng cảm của các video ngắn về di sản văn hóa phi vật thể từ góc nhìn truyền thông liên văn hóa* (Research on the Empathy Strategy of Intangible Cultural Heritage Short Videos from the Perspective of Cross-cultural Communication), nhấn mạnh vai trò của kỹ năng giao tiếp liên văn hóa và tính linh hoạt trong giao tiếp của người làm truyền thông văn hóa. Các tác giả cho rằng, sự nhạy cảm liên văn hóa giúp người truyền thông hiểu và thích ứng với các nhóm công chúng khác nhau trong bối cảnh toàn cầu hóa. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các chiến lược như so sánh văn hóa, sử dụng yếu tố cảm xúc và tăng cường tương tác trong video ngắn có khả năng nâng cao sự đồng cảm, cảm giác tham gia và mức độ gắn kết của khán giả đối với nội dung di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số.

Kỹ năng kể chuyện xuyên phương tiện (Transmedia Storytelling)

Kỹ năng kể chuyện xuyên phương tiện (Transmedia Storytelling) được Henry Jenkins (2006) trình bày trong cuốn *Văn hóa hội tụ: Nơi truyền thông cũ và mới giao thoa* (*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*). Theo tác giả, "Hội tụ truyền thông không chỉ là sự tích hợp công nghệ mà còn là một chuyển dịch văn hóa, trong đó, công chúng chủ động tìm kiếm thông tin và kiến tạo ý nghĩa từ các nội dung phân tán trên nhiều nền tảng khác nhau" và, "Một câu chuyện xuyên phương tiện được triển khai trên nhiều nền tảng truyền thông khác nhau, trong đó, mỗi văn bản mới đều đóng góp một phần riêng biệt và có giá trị cho tổng thể câu chuyện" (Henry Jenkins, 2006).

Từ kết quả nghiên cứu này có thể thấy, truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số cần được xây dựng theo hướng tương tác đa chiều, triển khai nội dung

đồng bộ trên nhiều nền tảng như website, mạng xã hội, video trực tuyến, đồng thời khuyến khích công chúng tham gia đồng sáng tạo nội dung di sản. Điều này đặc biệt phù hợp với đặc trưng "sống" của di sản văn hóa phi vật thể trong bối cảnh truyền thông số hiện nay.

Kỹ năng kể chuyện di sản và huy động sự tham gia của cộng đồng

Manish Shakya và Gianluca Vagnarelli (2024), trong nghiên cứu *Creating value from intangible cultural heritage - the role of innovation for sustainable tourism and regional rural development*, nhấn mạnh vai trò của kể chuyện số và sự tham gia của cộng đồng trong hoạt động truyền thông di sản. Các tác giả cho rằng việc ghi chép, lựa chọn và chuyển tải các câu chuyện gắn với lịch sử, bản sắc và cảm xúc cộng đồng giúp mở rộng khả năng tiếp cận công chúng đối với di sản văn hóa phi vật thể.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, kể chuyện kỹ thuật số kết hợp với sự tham gia của cộng đồng có khả năng gia tăng tính chân thực, sức hấp dẫn và trải nghiệm cảm xúc của công chúng đối với nội dung di sản. Đồng thời, các hoạt động truyền thông gắn với trải nghiệm thực tế và du lịch văn hóa cũng góp phần nâng cao giá trị kinh tế - xã hội của di sản văn hóa phi vật thể.

Tương tự, Kittichai Kasemsarn và Farnaz Nickpour (2025), trong nghiên cứu *An Exploratory Study of Social Media Storytelling Framework for Cultural Heritage Tourism Among Youth*, cho rằng truyền thông di sản trên mạng xã hội cần được triển khai dựa trên phương thức kể chuyện số (digital storytelling) nhằm tăng khả năng tiếp cận giới trẻ. Nghiên cứu chỉ ra, tính xác thực văn hóa là yếu tố quan trọng nhất trong truyền thông di sản trên nền tảng số. Bên cạnh đó, cấu trúc kể chuyện rõ ràng, nội dung ngắn gọn và hình thức video ngắn được xem là những yếu tố phù hợp với thói quen tiếp nhận thông tin của công chúng trẻ trên mạng xã hội. Nghiên cứu cũng cho thấy sự tham gia trực tiếp của cộng đồng địa phương trong quá trình sáng tạo nội dung giúp tăng tính xác thực và sức hấp dẫn của nội dung truyền thông di sản.

Ứng dụng truyền thông sáng tạo

Tại Việt Nam, trong bối cảnh chuyển đổi số, truyền thông sáng tạo ngày càng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động quảng bá và lan tỏa giá trị di sản văn hóa. Theo bài viết *Ứng dụng truyền thông sáng tạo trong quảng bá di sản văn hóa tại Việt Nam* trên Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông (Lương Phương Diệp & Đoàn Thị Hồng Ngọc, 2024), hoạt động truyền thông di sản đòi hỏi nhiều kỹ năng chuyên môn nhằm nâng

cao khả năng tiếp cận và thu hút công chúng. Các tác giả nhấn mạnh vai trò của kỹ năng xây dựng nội dung trên mạng xã hội, kỹ năng kể chuyện văn hóa, ứng dụng công nghệ số như VR, AR, mô hình 3D và triển lãm trực tuyến trong hoạt động quảng bá di sản. Qua bài viết cho thấy, việc kết hợp giữa công nghệ số, storytelling và các hoạt động trải nghiệm sáng tạo giúp gia tăng mức độ tương tác của công chúng, đặc biệt là giới trẻ, đồng thời mở rộng khả năng lan tỏa giá trị di sản văn hóa trong môi trường truyền thông số.

3.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Hiện nay, tại Việt Nam, công tác bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa phi vật thể và truyền thông di sản văn hóa phi vật thể được Đảng và Nhà nước quan tâm sát sao. Trong *Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 07/01/2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hoá Việt Nam*, Đảng khẳng định, văn hoá là □nguồn lực nội sinh quan trọng hun đúc trí tuệ, tâm hồn, khí phách và bản lĩnh người Việt Nam□, đồng thời nhấn mạnh yêu cầu phục hồi, bảo tồn và phát huy di sản văn hoá phi vật thể; đẩy mạnh chuyển đổi số trong lĩnh vực văn hoá; mở rộng quảng bá văn hoá Việt Nam ra thế giới và tăng cường xây dựng sức mạnh mềm quốc gia thông qua văn hoá. Điều này cho thấy, Đảng không chỉ quan tâm đến khả năng lan tỏa của truyền thông số mà còn đặc biệt chú trọng vai trò định hướng giá trị, bảo vệ bản sắc văn hoá dân tộc và bảo đảm tính chuẩn xác của thông tin di sản trong môi trường mạng.

Để thực thi định hướng của Đảng, thời gian qua, các cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa, đặc biệt là Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch đã tích cực truyền thông di sản văn hóa trên các nền tảng, trong đó có nền tảng số.

Từ các kết quả tổng quan tại mục 3.1, tác giả thảo luận một số kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể - hàm ý áp dụng cho chủ thể truyền thông tại các cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa Việt Nam hiện nay:

Thứ nhất, áp dụng kỹ năng truyền thông đa phương tiện, chuyển dịch từ mô hình truyền thông đơn tuyến sang mô hình truyền thông tích hợp, đa hình thức. Các nghiên cứu chỉ ra rằng việc lan tỏa di sản không chỉ dừng lại ở nội dung thông tin mà cần được □tái mã hóa□ thành các trải nghiệm đa dạng thông qua hình ảnh, video, hoạt động thực tế và sản phẩm văn hóa sáng tạo. Hàm ý đặt ra đối với các cơ quan quản lý văn hóa Việt Nam là cần chuyển từ tư duy □cung cấp thông tin□ sang □thiết kế trải nghiệm truyền thông□. Điều này đòi hỏi đội ngũ làm truyền thông không chỉ biết viết tin, bài mà phải có năng lực sản xuất nội dung đa phương tiện, biết

khai thác các định dạng phù hợp với từng nền tảng như video ngắn, livestream, infographic hay podcast. Đồng thời, cần xây dựng chiến lược nội dung tích hợp, trong đó mỗi hình thức truyền thông đảm nhiệm một vai trò riêng trong việc dẫn dắt công chúng tiếp cận và hiểu sâu hơn về di sản.

Thứ hai, truyền thông di sản của các cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa phải gắn với số hóa di sản, lưu trữ và tái hiện di sản trên không gian số. Hàm ý quan trọng ở đây là các cơ quan quản lý văn hóa cần tái cấu trúc nguồn nhân lực theo hướng liên ngành, thay vì tách biệt giữa cán bộ văn hóa và cán bộ kỹ thuật. Cần hình thành các nhóm làm việc tích hợp gồm nhà nghiên cứu văn hóa, chuyên gia công nghệ, nhà thiết kế và người làm truyền thông. Đồng thời, cần chú trọng đào tạo kỹ năng số cho đội ngũ cán bộ văn hóa, đặc biệt là các kỹ năng về dữ liệu số, thiết kế nội dung số, quản trị nền tảng và phân tích hành vi người dùng. Đây là điều kiện tiên quyết để đảm bảo tính chính xác, tính bền vững và hiệu quả của hoạt động truyền thông di sản trên môi trường số.

Thứ ba, kỹ năng giao tiếp liên văn hóa và tạo đồng cảm cho thấy truyền thông di sản không chỉ là truyền tải thông tin mà còn là quá trình kiến tạo ý nghĩa và cảm xúc trong bối cảnh toàn cầu hóa. Các cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa cần phát triển năng lực □dịch chuyển văn hóa□ trong truyền thông, tức là khả năng diễn giải các giá trị di sản theo cách dễ hiểu, gần gũi và phù hợp với từng nhóm công chúng. Việc sử dụng các chiến lược như so sánh văn hóa, kể chuyện cảm xúc hay tăng cường tương tác không chỉ giúp công chúng hiểu di sản mà còn tạo sự đồng cảm và gắn kết. Đặc biệt, trong môi trường mạng xã hội, nơi cảm xúc đóng vai trò quan trọng trong việc lan tỏa nội dung, kỹ năng này trở thành yếu tố quyết định hiệu quả truyền thông.

Thứ tư, kỹ năng kể chuyện xuyên phương tiện thể hiện một bước phát triển cao hơn của truyền thông di sản trong kỷ nguyên hội tụ. Theo cách tiếp cận này, nội dung di sản không được trình bày trên một nền tảng duy nhất mà được triển khai đồng bộ trên nhiều nền tảng khác nhau, mỗi nền tảng đóng góp một phần nội dung riêng, tạo thành một hệ sinh thái kể chuyện hoàn chỉnh. Cơ quan quản lý văn hóa Việt Nam là cần xây dựng chiến lược nội dung xuyên nền tảng thay vì vận hành rời rạc các kênh truyền thông. Quan trọng hơn, cần tạo điều kiện để công chúng tham gia vào quá trình kể chuyện, thông qua việc chia sẻ trải nghiệm, sáng tạo nội dung hoặc tương tác trực tuyến. Điều này không chỉ gia

tăng mức độ lan tỏa mà còn góp phần "làm sống" di sản trong môi trường số.

Thứ năm, kỹ năng kể chuyện di sản gắn với sự tham gia của cộng đồng nhấn mạnh vai trò trung tâm của cộng đồng chủ thể trong truyền thông di sản. Các nghiên cứu cho thấy việc đề chính cộng đồng kể câu chuyện về di sản của mình sẽ làm tăng tính xác thực và sức hấp dẫn của nội dung. Hàm ý đặt ra là các cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa là cần chuyển từ vai trò "người phát ngôn" sang "người điều phối" trong truyền thông di sản. Thay vì độc quyền sản xuất nội dung, cần xây dựng cơ chế khuyến khích và hỗ trợ cộng đồng tham gia sáng tạo nội dung số, từ đó hình thành hệ sinh thái truyền thông đa chủ thể. Đồng thời, cần chú trọng yếu tố "tính xác thực văn hóa" như một tiêu chí cốt lõi trong truyền thông, tránh tình trạng thương mại hóa hoặc làm sai lệch giá trị di sản.

Thứ sáu, kỹ năng ứng dụng truyền thông sáng tạo cho thấy xu hướng kết hợp giữa công nghệ và sáng tạo trong việc nâng cao trải nghiệm của công chúng. Các công nghệ như thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), mô hình 3D hay triển lãm trực tuyến không chỉ giúp tái hiện di sản mà còn tạo ra những trải nghiệm mới mẻ, hấp dẫn. Hàm ý đối với các cơ quan quản lý là cần đầu tư có trọng điểm vào các giải pháp công nghệ phù hợp, đồng thời gắn kết chặt chẽ với nội dung văn hóa để tránh tình trạng "công nghệ hóa hình thức". Bên cạnh đó, cần phát triển các sản phẩm truyền thông sáng tạo như tour trải nghiệm số, trò chơi hóa (gamification) hay sự kiện văn hóa trực tuyến nhằm mở rộng khả năng tiếp cận và tương tác của công chúng, đặc biệt là giới trẻ.

4. Kết luận

Trong bối cảnh chuyển đổi số, yêu cầu đối với kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số đang có sự thay đổi rõ rệt theo hướng mở rộng và tích hợp. Các kỹ năng truyền thông không còn dừng lại ở những năng lực cơ bản như viết tin, cung cấp thông tin, mà đòi hỏi người làm truyền thông phải có kỹ năng thiết kế nội dung đa nền tảng, khai thác công nghệ số và thúc đẩy sự tương tác, tham gia của công chúng. Hệ thống kỹ năng, vì vậy, được mở rộng theo hướng liên ngành, kết hợp giữa tri thức về di sản văn hóa, năng lực công nghệ, tư duy sáng tạo và khả năng tổ chức truyền thông số.

Kết quả tổng quan cho thấy một số nhóm kỹ năng cốt lõi đã được các học giả đề cập tương đối thống nhất, bao gồm: kỹ năng truyền thông đa phương tiện; kỹ năng số liên ngành; kỹ năng giao tiếp liên văn hóa và tạo đồng

cảm; kỹ năng kể chuyện xuyên/đa phương tiện; kỹ năng kể chuyện di sản gắn với sự tham gia của cộng đồng; kỹ năng ứng dụng truyền thông sáng tạo. Các kỹ năng này không tồn tại riêng lẻ mà có mối quan hệ hỗ trợ, tương tác, tạo thành một hệ năng lực tổng hợp nhằm đáp ứng đặc trưng của môi trường truyền thông số và bản chất "sống", "mang tính cộng đồng" của di sản văn hóa phi vật thể. Trên cơ sở đó, có thể khẳng định, kỹ năng truyền thông di sản trên nền tảng số cần chuyển dịch từ tư duy "truyền tải thông tin" sang "thiết kế trải nghiệm" từ truyền thông đơn tuyến sang truyền thông đa nền tảng, xuyên phương tiện; từ kỹ năng truyền thông một chiều sang kỹ năng tương tác, đồng sáng tạo với công chúng.

Với cơ quan quản lý văn hoá, việc phát triển các kỹ năng này cần được đặt trong một chiến lược tổng thể, gắn với chuyển đổi số văn hóa, phát triển nguồn nhân lực liên ngành và xây dựng hệ sinh thái truyền thông di sản mở, tương tác và bền vững. Đây chính là nền tảng quan trọng để hình thành một hệ thống kỹ năng truyền thông di sản văn hóa phi vật thể trên nền tảng số của các cơ quan quản lý văn hoá Việt Nam trong bối cảnh hiện nay./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Hoàng Phê (chủ biên). (2006). *Từ điển Tiếng Việt*, Nhà xuất bản Đà Nẵng - Trung tâm Từ điển học, tr 520.
- Jenkins, H (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press, p.3, tr. 97-98.
- Kasemsam, K., & Nickpour, F. (2025). An Exploratory Study of Social Media Storytelling Framework for Cultural Heritage Tourism Among Youth. *Heritage* 2025, 8(9), Article 395, pp. 6 - 15. <https://doi.org/10.3390/heritage8090395>.
- Lai, J., & Bai, Y. (2021). Inheritance and Creative Communication of Intangible Cultural Heritage from the Perspective of New Media Communication. *International Journal of Frontiers in Sociology*, 3(9), 36-43. <https://doi.org/10.25236/IJFS.2021.030907>.
- Lang, X., Wang, J., & Ma, L. (2023). Research on the Empathy Strategy of Intangible Cultural Heritage Short Videos from the Perspective of Cross-cultural Communication. *International Journal of Education and Humanities*, 9(2), tr165-169. <https://doi.org/10.54097/ijeh.v9i2.9906>.
- Liu, J. (2022). Digitally Protecting and Disseminating the Intangible Cultural Heritage in Information technology era. *Mobile Information Systems*, 2022, Article 1115655. <https://doi.org/10.1155/2022/1115655>.
- Lương Phương Diệp, & Đoàn Thị Hồng Ngọc (2024), Ứng dụng truyền thông sáng tạo trong quảng bá di sản văn hóa tại Việt Nam, *Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông*, <https://lyluanchinhtrivatruyen-thong.vn/ung-dung-truyen-thong-sang-tao-trong-quang-ba-di-san-van-hoa-tai-viet-nam-p28666.html>.
- Shakya, M., & Vagnarelli, G. (2024). Creating value from intangible cultural heritage - the role of innovation for sustainable tourism and regional rural development. *European Journal of Cultural Management and Policy*, 14, Article 12057. <https://doi.org/10.3389/ejcmp.2024.12057>.