

Đổi mới phương thức truyền thông về bảo vệ môi trường Thủ đô Hà Nội trong kỷ nguyên Bani

Innovating communication approaches to environmental protection in Hanoi in the BANI era

VŨ THỊ NGỌC TRÂM

Công ty quốc tế VNLIGHT; Email: vungoctram902@gmail.com

Ngày nhận bài: 24/03/2026

Ngày phản biện: 10/06/2026

Ngày duyệt đăng: 20/6/2026

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

Tóm tắt: Kỷ nguyên BANI đặt ra thách thức chưa từng có đối với quản trị đô thị và truyền thông chính sách. Trong bối cảnh hệ sinh thái Thủ đô đổi mới biến đổi dễ vỡ và phi tuyến tính, báo mạng điện tử đóng vai trò then chốt giải quyết bức xúc và minh bạch hóa vấn đề môi trường. Dựa trên khảo sát thực trạng thông tin tại VnExpress.net, Vietnamnet và Tuổi Trẻ Online (10/2024 - 10/2025), bài viết phân tích những hạn chế trong phương thức truyền thông bảo vệ môi trường Hà Nội. Kết quả chỉ ra các bài báo trình bày theo dạng văn bản và phản ánh bề nổi các vấn đề hiện đang chiếm vai trò chủ đạo với 68% mà thiếu vắng các giải pháp căn cơ và hình thức đa phương tiện như báo chí dữ liệu. Qua đó, nghiên cứu đề xuất giải pháp đổi mới toàn diện: chuyển tư duy từ phản ánh thụ động sang kiến tạo giải pháp, đẩy mạnh trực quan hóa dữ liệu và cá nhân hóa công chúng. Mục tiêu cốt lõi là xây dựng hệ sinh thái truyền thông linh hoạt, góp phần phát triển bền vững Thủ đô trong kỷ nguyên đầy biến động.

Từ khóa: truyền thông môi trường; kỷ nguyên BANI; báo mạng điện tử; báo chí dữ liệu, Hà Nội.

Abstract: The BANI era presents unprecedented challenges to urban governance and policy communication. As Hanoi's urban ecosystem faces increasing brittleness and nonlinearity, online newspapers play a critical role in addressing public concerns and enhancing transparency regarding environmental issues. Based on an analysis of environmental coverage published by VnExpress, Vietnamnet, and Tuoi Tre Online from October 2024 to October 2025, this article examines the limitations of current communication approaches to environmental protection in Hanoi. The findings reveal that 68% of the analyzed articles primarily employ text-based formats and focus on the surface manifestations of environmental issues while offering few fundamental solutions and making limited use of multimedia formats such as data journalism. Thereby, the study proposes a comprehensive transformation of communication practices by shifting from passive reporting to solution-oriented communication, promoting data visualization, and enhancing audience personalization. The ultimate goal is to build a flexible communication ecosystem that contributes to the sustainable development of Hanoi in an increasingly volatile era.

Keywords: environmental communication; the BANI era; online journalism; data journalism; Hanoi.

1. Đặt vấn đề

Trong nhiều thập kỷ, khái niệm biến động, bất định, phức tạp, mơ hồ, đã dẫn dắt tư duy quản trị. Tuy nhiên, trước những thách thức cực đoan của biến đổi khí hậu và áp lực đô thị hóa lên hệ sinh thái toàn cầu rất phức tạp, thế giới đã chuyển sang kỷ nguyên BANI. Đây là thuật ngữ do nhà tương lai học Jamais Cascio đề xuất, phản ánh bốn đặc tính: Dễ vỡ - các hệ thống có thể sụp đổ bất

ngờ; Lo lắng - con người luôn cảm thấy bất an; Phi tuyến tính - nguyên nhân và kết quả không còn tỉ lệ thuận; và Khó hiểu - dữ liệu quá lớn nhưng thiếu sự logic (Chương trình Định cư con người Liên Hợp Quốc, 2024).

Môi trường Thủ đô Hà Nội hiện nay bị tác động rất lớn bởi kỷ nguyên BANI, tương tự thách thức mà nhiều đô thị lớn như Paris đang phải đối mặt và lên kế hoạch hành động khẩn cấp (Hội đồng Thành phố Paris, 2024).

Yếu tố dễ vỡ thể hiện qua chất lượng không khí, yếu tố lo lắng trong tâm lý người dân về tác động môi trường tới sức khỏe cũng ảnh hưởng tới tâm thế tiếp nhận tin tức môi trường của công chúng (Viện Nghiên cứu Báo chí Reuters, 2025), yếu tố phi tuyến tính và sự khó hiểu của các chỉ số quan trắc, rác thải, nguồn nước... đặt ra yêu cầu cấp bách: phương thức truyền thông về bảo vệ môi trường không thể tiếp tục theo lối mòn cũ mà phải đổi mới để thích ứng với kỷ nguyên mới.

Mục tiêu cốt lõi của bài viết là xây dựng một hệ sinh thái truyền thông linh hoạt, góp phần kiến tạo sự phát triển bền vững cho Thủ đô trong một thế giới đầy biến động. Báo mạng điện tử với đặc tính tốc độ và tương tác là công cụ phù hợp nhất để đối phó với các đặc tính của BANI, bao gồm: Đối phó với sự dễ vỡ: Cung cấp thông tin cảnh báo sớm, giúp hệ thống quản trị và người dân phản ứng kịp thời. Giải tỏa sự lo lắng: Thay vì chỉ đưa tin tiêu cực, báo chí cần định hướng giải pháp để tạo niềm tin. Làm rõ sự phi tuyến tính: Phân tích các mối liên hệ phức tạp giữa đô thị hóa, xả thải và biến đổi khí hậu. Chuyển hóa sự khó hiểu: sử dụng báo chí dữ liệu để biến các con số khô khan thành thông điệp trực quan, dễ hiểu.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để đánh giá khách quan và toàn diện thực trạng báo chí, nghiên cứu tiến hành thiết kế hệ thống phương pháp với các tiêu chí cụ thể như sau:

Cách tiếp cận nghiên cứu: Bài viết kết hợp phương pháp nghiên cứu định lượng (thống kê tần suất, tỷ lệ phần trăm) và định tính (phân tích bối cảnh, chiều sâu nội dung) nhằm mang lại cái nhìn bao quát lẫn chiều sâu học thuật.

Phương pháp lấy mẫu: Nghiên cứu áp dụng phương pháp Chọn mẫu ngẫu nhiên phân tầng để bảo đảm tính khách quan tối đa. Khách thể nghiên cứu được phân chia thành 3 tầng tương ứng với 3 cơ quan báo mạng điện tử chủ lưu có lượng truy cập lớn nhất và có sức dẫn dắt dư luận cao đối với công chúng Thủ đô:

VnExpress.net, Vietnamnet, và Tuổi Trẻ Online. Khung mẫu được xác định thông qua bộ lọc từ khóa hệ thống (Hà Nội, ô nhiễm, môi trường, rác thải, không khí, bảo vệ môi trường) xuất hiện liên tục từ tháng 10 năm 2024 đến tháng 10 năm 2025. Tổng dung lượng mẫu (N = 375 bài) được phân bổ theo tỷ lệ khối lượng xuất bản và lưu lượng tương tác thực tế của từng báo trong năm khảo sát, bao gồm: VnExpress.net chiếm 125 bài (33,3%), Vietnamnet chiếm 110 bài (29,3%), và Tuổi Trẻ Online chiếm 140 bài (37,4%). Quy mô mẫu này

bảo đảm độ tin cậy và tính đại diện khoa học cho bức tranh truyền thông môi trường hiện nay.

Công cụ mã hóa dữ liệu: Để phân loại nội dung chính xác trong các bảng thống kê và đảm bảo tính đồng nhất loại trừ lẫn nhau, nghiên cứu thiết lập Khung mã trận mã hóa dữ liệu với hệ biến số được định nghĩa theo bốn nhóm chủ đề cốt lõi và bốn định dạng đóng gói thông tin chuyên biệt.

Trước hết, đối với hệ biến số phân tích chủ đề, nghiên cứu xác định nhóm bài viết thuộc mảng Ô nhiễm không khí khi nội dung tập trung phản ánh vấn đề bụi mịn PM2.5, chỉ số AQI vượt ngưỡng, hiện tượng sương mù quang hóa, khí thải giao thông và các hệ lụy trực tiếp đến sức khỏe đường hô hấp của cư dân tại Hà Nội. Nhóm bài về Rác thải / Xử lý nước được nhận diện qua các tuyến tin phản ánh thực trạng rác thải sinh hoạt, sự xuất hiện của các bãi rác tự phát, tình hình ô nhiễm nghiêm trọng tại các hệ thống sông hồ Thủ đô như sông Tô Lịch, hồ Tây, hoặc các thông tin vận hành của những nhà máy xử lý chất thải. Biến số về Ý thức cộng đồng bao hàm những bài viết phản ánh trực diện hành vi của người dân bao gồm cả mặt tích cực như phong trào sống xanh, phân loại rác tại nguồn, dọn rác công cộng và mặt tiêu cực như thói quen đốt rác tự phát hay vứt túi nilon bừa bãi khi tiễn Táo quân. Riêng mảng Chính sách & Giải pháp được khu biệt cho các bài viết truyền tải hệ thống văn bản chỉ đạo, chỉ thị, nghị quyết của Thành ủy, UBND Thành phố Hà Nội, hoặc các bài viết tập hợp ý kiến hiến kế từ giới chuyên gia vĩ mô về quy hoạch đô thị và ứng dụng mô hình kinh tế tuần hoàn.

Tiếp theo, đối với hệ biến số phân loại hình thức đóng gói thông tin, nghiên cứu chia tách thành bốn định dạng rõ rệt. Bài phản ánh hiện trạng là những tác phẩm dành trên 70% dung lượng để miêu tả, tường thuật hiện trường và cảnh báo rủi ro bề nổi, có kết cấu chủ yếu bằng ảnh tả thực và phỏng vấn tâm trạng bức xúc của người dân mà thiếu vắng các giải pháp triệt để. Ngược lại, Bài đề xuất giải pháp đòi hỏi phải dành tối thiểu 40% dung lượng để đi sâu bóc tách nguyên nhân gốc rễ, phỏng vấn các nhà khoa học, giới thiệu bài học quốc tế và đưa ra quy trình xử lý rõ ràng cho cơ quan quản lý. Về mặt công nghệ biểu đạt, định dạng Infographic / Báo chí dữ liệu được định nghĩa là những tác phẩm sử dụng đồ họa thông tin làm phương thức truyền tải chủ đạo, trong đó văn bản chữ chỉ chiếm dưới 40% dung lượng, còn lại là các biểu đồ cột, biểu đồ tròn, sơ đồ dòng chảy và bản đồ tương tác hiển thị dữ liệu trạm quan trắc. Cuối cùng, định dạng Mega Story / E-magazine được nhận

diện là các tác phẩm báo chí chất lượng cao, chạy trên các đường link riêng biệt với thiết kế giao diện tùy biến, tích hợp đa phương tiện mỹ thuật, ảnh tràn viền và chữ có hiệu ứng chuyển động tương tác khi công chúng cuộn chuột.

Đối tượng và phạm vi nghiên cứu: Khảo sát ngẫu nhiên 375 tin, bài viết có chủ đề về bảo vệ môi trường tại Hà Nội trên ba cơ quan báo mạng điện tử tiêu biểu: VnExpress.net, Vietnamnet và Tuổi Trẻ Online. Thời gian khảo sát được thực hiện liên tục từ tháng 10 năm 2024 đến tháng 10 năm 2025

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Phân tích định lượng: tần suất và cơ cấu chủ đề

Nhìn chung, cả ba cơ quan báo chí đều bám sát các chỉ đạo của Thành ủy, UBND Thành phố Hà Nội và dành dung lượng đáng kể cho đề tài môi trường Thủ đô. Tuy nhiên, cơ cấu chủ đề có sự phân hóa rõ rệt tùy theo tôn chỉ, mục đích của từng tờ báo.

Tổng hợp kết quả khảo sát từ tháng 10/2024 đến tháng 10/2025 trên cả ba cơ quan báo chí đạt quy mô 375 tin, bài. Trong đó, mảng đề tài về Ô nhiễm không khí chiếm tổng cộng 100 bài; nhóm nội dung Rác thải/Xử lý nước đạt tổng số 110 bài; mảng thông tin về Ý thức cộng đồng nhận được dung lượng khiêm tốn nhất với 55 bài; và mảng Chính sách và giải pháp ghi nhận số lượng 110 bài.

Đi sâu vào cơ cấu phân bố cụ thể của từng tòa soạn, dữ liệu thực chứng minh chứng rõ xu hướng phân hóa chính luận và dân sinh. Cụ thể, trên cơ quan báo mạng điện tử VnExpress.net với tổng số 125 bài khảo sát, mảng Ô nhiễm không khí chiếm ưu thế rõ rệt với 45 bài, tiếp theo là Chính sách và giải pháp với 35 bài, Rác thải/Xử lý nước với 30 bài, và cuối cùng là Ý thức cộng đồng với 15 bài.

Đối với báo điện tử Vietnamnet, trong tổng số 110 bài được quét dữ liệu, mảng Chính sách và giải pháp áp đảo hoàn toàn với 55 bài (chiếm 50% lượng bài của tờ này), trong khi các mảng Rác thải/Xử lý nước ghi nhận 25 bài, Ô nhiễm không khí chiếm 20 bài, và Ý thức cộng đồng chỉ dừng lại ở con số 10 bài.

Riêng tờ Tuổi Trẻ Online, với tổng dung lượng mẫu lớn nhất là 140 bài, cơ cấu lại nghiêng mạnh về mảng điều tra dân sinh và thực địa cơ sở; mảng Rác thải/Xử lý nước chiếm vị trí cao nhất với 55 bài, bám sát là Ô nhiễm không khí với 35 bài, Ý thức cộng đồng ghi nhận mức độ đầu tư cao nhất trong ba báo với 30 bài, và mảng Chính sách và giải pháp chiếm tỷ lệ thấp nhất với 20 bài.

Từ số liệu thực chứng nêu trên, có thể thấy rõ bản

sắc tiếp cận đề tài của từng tòa soạn: Vietnamnet bám sát định hướng chính luận vĩ mô; Tuổi Trẻ Online phát huy sức mạnh ở mảng phản ánh đời sống dân sinh thực tế tại cơ sở; trong khi đó, VnExpress.net cho thấy sự nhạy bén đặc biệt với vấn đề ô nhiễm không khí nhờ lợi thế kết nối dữ liệu cập nhật trực quan.

3.2. Phân tích định tính: chiều sâu nội dung và cách tiếp cận của báo chí

Để đánh giá chất lượng phương thức truyền thông, nghiên cứu đi sâu bóc tách nội dung của các nhóm chủ đề, đặc biệt là chủ đề Ô nhiễm không khí - vấn đề nóng bỏng nhất của Thủ đô hiện nay.

Trong tổng số 100 bài viết về ô nhiễm không khí được khảo sát, cách tiếp cận của báo chí bộc lộ sự mất cân đối:

Nhóm bài viết phản ánh hiện trạng và tác động (chiếm khoảng 68% - 68 bài): Đa số các bài báo tập trung vào việc mô tả hiện tượng [bề nổi] Nội dung chủ yếu xoay quanh việc cập nhật chỉ số chất lượng không khí (AQI) ở mức [tím] [nâu]; mô tả cảnh lớp sương mù dày đặc bao phủ Thủ đô; và cảnh báo tác động tiêu cực đến sức khỏe người dân (các bệnh hô hấp). Ví dụ: Các tiêu đề mang tính báo động như [Hà Nội chìm trong sương mù độc hại, bụi mịn PM2.5 vượt ngưỡng nhiều lần]

Nhóm bài viết đề xuất giải pháp (chiếm khoảng 32% - 32 bài): Số lượng bài viết đi sâu tìm kiếm giải pháp căn cơ còn khá mỏng. Hầu hết các giải pháp được nêu ra mang tính chất đối phó tạm thời đối với người dân (như: khuyến cáo đeo khẩu trang, hạn chế ra đường, mua máy lọc không khí) hoặc trích dẫn các giải pháp vĩ mô từ chuyên gia (như: di dời nhà máy, hạn chế xe cá nhân) nhưng thiếu các tuyến bài theo dõi, đôn đốc quá trình thực thi các giải pháp vĩ mô này từ phía cơ quan quản lý.

Phân tích sâu chiều hướng thông tin thông qua lăng kính lý thuyết kỷ nguyên BANI bộc lộ những đứt gãy nghiêm trọng giữa phương thức phản ánh truyền thông của báo chí và tâm thế tiếp nhận của công chúng Thủ đô:

- Hóa giải sự dễ vỡ bằng tư duy cảnh báo sớm:

Đặc tính [dễ vỡ] của hệ sinh thái Hà Nội (chất lượng không khí sụt giảm đột ngột, hạ tầng thoát nước quá tải khi mưa lớn) đòi hỏi báo chí phải đóng vai trò là hệ thống dự báo rủi ro mang tính kiến tạo. Tuy nhiên, kết quả khảo sát cho thấy báo chí hiện nay mới dừng lại ở việc đưa tin [hậu sự vụ] - tức là khi ô nhiễm đã xảy ra mới tiến hành mô tả. Phương thức truyền thông thụ động này làm gia tăng tính dễ sụp đổ của hệ thống quản

trị rủi ro đô thị do thiếu vắng các thông tin cảnh báo sớm có tính định hướng hành vi hành động trước cho người dân.

- Gia tăng sự lo lắng do thiếu vắng giải pháp: Với 68% số lượng bài viết chỉ tập trung mô tả hiện trạng tiêu cực, báo chí đang vô tình tạo ra hiệu ứng "khủng hoảng tâm lý số". Trong kỷ nguyên BANI, công chúng tiếp nhận thông tin môi trường với một tâm thế bất an thường trực. Việc báo chí liên tục lặp lại các dòng tít giật gân, báo động về "sương mù độc hại", "bụi mịn vượt ngưỡng nguy hiểm" mà không đưa ra các giải pháp căn cơ (chỉ chiếm 32%) đã khoét sâu thêm hội chứng lo lắng thái quá của cộng đồng. Lỗi truyền thông này làm triệt tiêu động lực hành động, chuyển hóa sự lo lắng thành sự thờ ơ hoặc bất lực mang tính tập thể của công chúng Thủ đô.

- Sự bất tương thích trước tính phi tuyến tính: Các sự cố môi trường hiện nay không còn tuân theo quy luật nguyên nhân - kết quả đơn giản, thẳng hàng mà là sự tích tụ phức tạp của quá trình đô thị hóa, mật độ giao thông và biến đổi khí hậu vĩ mô. Tuy nhiên, cách tiếp cận của ba báo điện tử được khảo sát vẫn có xu hướng đơn giản hóa hoặc cô lập nguyên nhân (đổ lỗi cho đốt rác tự phát, khí thải xe máy cục bộ). Sự thiếu hụt các tuyến bài điều tra chuyên sâu, phân tích đa chiều khiến báo chí chưa thể bóc tách được các mối liên hệ phi tuyến tính, làm giảm năng lực giám sát và phản biện xã hội của nhà báo đối với công tác quy hoạch đô thị.

- Sự bất lực trước tính khó hiểu do lạm dụng văn bản tñnh: Bản chất của dữ liệu môi trường (chỉ số PM2.5, nồng độ AQI, các hạt kim loại nặng) là cực kỳ trừu tượng và khó tiếp thu đối với đại bộ phận công chúng. Việc các tòa soạn áp dụng định dạng bài văn bản chữ thuận tủy (chiếm từ 65% - 75%) đã tạo ra một "rào cản nhận thức" lớn. Các con số khô khan nằm rải rác trong bài viết không giúp công chúng hiểu được mức độ nguy hiểm thực tế. Điểm sáng duy nhất thuộc về VnExpress.net với 20% Infographic dữ liệu tương tác, chứng minh rằng chỉ có trực quan hóa dữ liệu theo thời gian thực mới có thể chuyển hóa sự "khó hiểu" thành tri thức hành động trực tiếp cho người dân.

Khi đặt kết quả khảo sát này vào thế đối sánh với các công trình nghiên cứu truyền thông môi trường và báo chí khí hậu tại Việt Nam giai đoạn 2020 - 2023, chúng ta nhận thấy một sự vận động có tính quy luật nhưng cũng bộc lộ những khoảng trống mới dưới tác động của kỷ nguyên BANI. Các nghiên cứu trước đây về báo chí biến đổi khí hậu tại Việt Nam đều thống nhất nhận định rằng, báo chí Việt Nam có thể mạnh rất lớn

trong việc chuyển tải nhanh chóng các thông điệp chính sách một chiều và phản ánh sinh động các sự vụ ô nhiễm dân sinh. Tuy nhiên, đóng góp mới mang tính khác biệt của bài nghiên cứu này là chỉ ra rằng: trong bối cảnh kỷ nguyên BANI, lỗi truyền thông phản ánh sự vụ truyền thông (chiếm đến 68% trong mẫu khảo sát) đã hoàn toàn mất đi hiệu lực định hướng hành vi. So với giai đoạn 2020 - 2023, công chúng hiện nay đối mặt với trạng thái lo lắng cực đoan hơn trước các chỉ số không khí tiêu cực. Sự thiếu hụt các định dạng báo chí dữ liệu trực quan (hiện chỉ chiếm từ 5% đến 20%) và sự mỏng mảnh của các tuyến bài giải pháp phản biện (32%) chính là nguyên nhân cốt lõi khiến truyền thông báo chí rơi vào trạng thái thụ động, chưa thể đóng vai trò kiến tạo cơ chế phản ứng rủi ro đô thị như kỳ vọng của các lý thuyết quản trị hiện đại.

Tổng hợp từ 375 bài viết, bức tranh truyền thông đang nghiêng hẳn về việc mô tả "Hiện trạng" và truyền đạt "Chính sách hiện hành". Các bài báo thường rơi vào lối mòn "thông tin chưa đi đến cùng", thiếu đi sự truy vấn, phản biện sâu sắc của nhà báo về năng lực quản trị rủi ro. Đặc biệt, mảng thông tin về Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trên báo mạng nước ta phần lớn mang tính chất Quan hệ công chúng bề nổi, thiếu vắng sự minh bạch hóa các dữ liệu xả thải cốt lõi như cách thức mà báo chí môi trường ở một số nước đang làm rất tốt như Tokyo, Nhật Bản (Bộ Môi trường Nhật Bản, 2024) hay London, Vương quốc Anh (Chính quyền Thành phố London, 2024).

Nhìn chung, các nội dung bài báo khảo sát cho thấy, các tờ báo làm rất tốt việc xác định các nguyên nhân trực quan liên quan tới ô nhiễm như: người dân đốt rác tự phát, khí thải từ lượng các phương tiện giao thông, xả thải ra sông hồ... Đặc biệt, một số tờ báo như Vietnamnet truyền tải thông tin rất nhanh chóng, đầy đủ về chính sách như: Nghị quyết, Chỉ thị của Thành ủy, UBND Thành phố về BVMT.

Tuy nhiên, như đã đề cập ở trên, các bài báo hiện nay mới chỉ dừng lại ở việc nêu vấn đề, mô tả thực trạng, những vấn đề nổi cộm và bức xúc, mà chưa đi đến giải pháp triệt để, đồng bộ và cụ thể. Các bài báo thường chốt lại bằng trích dẫn lời phỏng vấn của lãnh đạo địa phương một cách chung chung như: sắp tới sẽ tăng cường kiểm tra, xử lý nghiêm, hoặc sẽ có nghiên cứu, khắc phục... mà thiếu đi sự truy vấn, phản biện sâu sắc của nhà báo về năng lực quản trị rủi ro và các giải pháp đổi mới sáng tạo như ứng dụng kinh tế tuần hoàn, công nghệ xử lý rác hiện đại.

3.3. Thảo luận về cách thức đóng gói và trình bày thông tin

Bên cạnh chiều sâu nội dung, cách thức đóng gói và trình bày thông tin là yếu tố quyết định để báo mạng điện tử thu hút công chúng Thủ đô, đặc biệt là trong việc diễn giải những số liệu môi trường phức tạp.

Kết quả khảo sát thực chứng trên tổng số 375 tác phẩm báo chí về môi trường Hà Nội đã bộc lộ sự phân hóa rõ rệt trong việc ứng dụng các định dạng công nghệ biểu đạt đa phương tiện giữa ba tòa soạn.

Cụ thể, tại cơ quan báo mạng điện tử VnExpress.net, xu hướng công nghệ hóa được thể hiện rõ nét nhất khi định dạng bài viết chữ cơ bản (kèm ảnh minh họa) chỉ chiếm 65% dung lượng. Tòa soạn này dành tới 20% thời lượng sản xuất cho các tác phẩm Infographic và biểu đồ dữ liệu tương tác. Bên cạnh đó, các định dạng chuyên sâu đòi hỏi nguồn lực lớn như Mega Story/E-magazine chiếm tỷ lệ khiêm tốn với 5%, và các sản phẩm âm thanh, hình ảnh động như Video/Podcast chiếm 10% trong tổng số mẫu khảo sát.

Đối với báo điện tử Vietnamnet, tư duy đóng gói thông tin truyền thống vẫn chiếm vai trò chủ đạo khi định dạng bài văn bản chữ cơ bản kèm ảnh chiếm tỷ lệ áp đảo lên tới 75%. Khoảng trống dành cho các định dạng đổi mới sáng tạo còn tương đối hẹp với chỉ 10% các bài viết sử dụng Infographic hay báo chí dữ liệu. Đồng thời, các định dạng nội dung số như Mega Story/E-magazine và Video/Podcast đều đồng loạt dừng lại ở mức phân bổ 10% cho mỗi loại hình.

Khảo sát tại tòa soạn Tuổi Trẻ Online cho thấy một bức tranh tích hợp công nghệ mang bản sắc thực địa mạnh mẽ. Định dạng văn bản tĩnh kết hợp ảnh truyền thống chiếm 70% tổng số tin bài. Điểm khác biệt lớn của Tuổi Trẻ Online nằm ở việc bắt nhịp nhanh chóng với xu hướng nghe nhìn khi dần đầu tư định dạng Video/Podcast với tỷ lệ 15%. Ngoài ra, mảng tác phẩm chất lượng cao Mega Story/ E-magazine ghi nhận tỷ lệ xuất hiện 10%, trong khi việc ứng dụng các bản đồ số hóa Infographic hay báo chí dữ liệu lại tương đối dè dặt khi chỉ chiếm mức thấp nhất trong ba báo với 5%.

Từ số liệu khảo sát thực tế nêu trên, có thể đánh giá thực trạng như sau: Dữ liệu chứng minh sự lấn át mạnh mẽ của các bài viết định dạng văn bản tĩnh trong phương thức truyền thông về bảo vệ môi trường thủ đô Hà Nội. Việc định dạng bài viết chữ kèm một đến hai ảnh minh họa chiếm tỷ lệ áp đảo (dao động từ 65% đến 75%) phản ánh một thực tế: tư duy tổ chức sản xuất tin bài hằng ngày của các tòa soạn vẫn mang đậm dấu ấn của báo in truyền

thống. Việc tiếp tục áp dụng phương thức văn bản để trình bày các báo cáo, thông tư, hay các diễn biến môi trường dài dòng khiến thông tin trở nên khô khan, khó tiếp cận đối với độc giả trẻ tuổi và làm giảm đi lợi thế cạnh tranh của báo mạng (Nguyễn Thị Trường Giang, 2017).

Sự chênh lệch trong ứng dụng báo chí dữ liệu giữa các tờ báo vẫn còn lớn. Trong khi *VnExpress.net* cho thấy sự vượt trội khi dành tới 20% định dạng cho Infographic và biểu đồ dữ liệu. Đây là một điểm sáng rất lớn. Chẳng hạn, thay vì viết một bài dài 1,000 chữ về nồng độ bụi mịn, *VnExpress.net* sử dụng các bản đồ màu tương tác với các màu đỏ, tím, nâu để cập nhật theo thời gian thực tại từng trạm quan trắc ở Hà Nội. Điều này giúp giải quyết triệt để tính "khó hiểu" của các thông số khoa học, giúp người dân nắm bắt rủi ro chỉ trong vài giây. Các tờ báo khác như *Tuổi Trẻ Online* và *Vietnamnet* hiện còn khá dè dặt với định dạng này với chỉ từ 5-10% các bài viết ứng dụng.

Khoảng trống của các bài báo đa phương tiện như Mega Story / E-magazine: Tờ báo mạng điện tử làm điều này rất tốt là *The New York Times* tiêu biểu bài báo "Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek" một bài phóng sự đa phương tiện của phóng viên John Branch trên tờ *New York Times* về vụ lở tuyết ở Tunnel Creek năm 2012. Mặc dù đây là những "vũ khí hạng nặng" của báo mạng để trình bày các vấn đề vĩ mô, nhưng tỷ lệ xuất hiện đang rất thấp, chỉ từ 5% - 10%. Bảo vệ môi trường Thủ đô là một bài toán quy hoạch phức tạp bao gồm yếu tố lịch sử, kinh tế, xã hội. Phương thức truyền thông hiện rất cần những tác phẩm Mega Story có sự đầu tư lớn về giao diện, đồ họa số để mang lại trải nghiệm trực tiếp, ấn tượng cho độc giả. Sự thiếu hụt các phương thức truyền thông này cho thấy sự thiếu hụt trong đầu tư nguồn lực cho những tác phẩm truyền thông môi trường có giá trị lưu trữ và định hướng chiến lược.

Bắt nhịp với xu hướng video ngắn, *Tuổi Trẻ Online* đang dẫn đầu ở mảng này (15%) khi thường xuyên cắt các clip ngắn dưới 3 phút, quay lại cảnh xả thải trộm, hoặc phỏng vấn nhanh bức xúc của người dân tại hiện trường để lồng ghép vào bài viết. Đây là cách làm rất hiệu quả để tăng tính chân thực và tính chiến đấu của tác phẩm báo chí.

Có thể thấy, phương thức thông tin bảo vệ môi trường trên báo mạng điện tử hiện nay vẫn chưa phát huy hết tiềm năng của truyền thông hội tụ. Sự mất cân đối giữa một bên là vấn đề môi trường đang ngày càng phức tạp, đòi hỏi sự trực quan hóa cao độ, với một bên là hình thức truyền tải văn bản tĩnh khô khan chính là

rào cản lớn làm giảm hiệu quả thay đổi nhận thức và hành vi của công chúng Thủ đô.

3.4. Thảo luận một số giải pháp đổi mới phương pháp truyền thông

Đề chuyên hóa các khuyến nghị mang tính hàn lâm thành các hành động thực tiễn có khả năng ứng dụng cao, hệ thống giải pháp đổi mới phương thức truyền thông về bảo vệ môi trường Thủ đô Hà Nội cần được vận hành đồng bộ thông qua các mô hình tổ chức phân định rõ ràng về lộ trình triển khai, chủ thể chịu trách nhiệm chính và nguồn lực thực thi bắt buộc cho từng nhóm chiến lược cụ thể.

Nhóm giải pháp trọng tâm thứ nhất hướng vào việc Đổi mới tư duy nội dung sang Kiến tạo giải pháp và Phản biện. Chủ thể chịu trách nhiệm chính vận hành giải pháp này thuộc về Ban Biên tập các tòa soạn báo chủ lưu (VnExpress, Vietnamnet, Tuổi Trẻ Online) phối hợp chặt chẽ cùng các Phòng phóng viên chuyên trách mảng nội chính và dân sinh. Về lộ trình triển khai, trong ngắn hạn từ 1 đến 3 tháng, các tòa soạn cần kiên quyết chấm dứt các tuyến bài đưa tin chỉ số AQI bề nổi mang tính chất giật gân, báo động thuần túy; bước sang giai đoạn trung hạn từ 6 đến 12 tháng, cần tập trung xây dựng chuyên mục độc lập mang tên □Kiểm chứng trách nhiệm xã hội doanh nghiệp□và tổ chức các tuyến bài phản biện vĩ mô sâu sắc. Nguồn lực thực thi bắt buộc để vận hành nhóm giải pháp này là nguồn lực con người, đòi hỏi các tòa soạn phải thành lập và bồi dưỡng một nhóm phóng viên chuyên trách có phong tri thức hệ sinh thái chuyên sâu, nắm vững các quy định của Luật Bảo vệ môi trường và xu hướng ứng dụng kinh tế tuần hoàn.

Nhóm giải pháp then chốt thứ hai là Tối ưu hóa công nghệ số và Báo chí dữ liệu trực quan. Vai trò chủ trì thực hiện được giao cho Bộ phận Kỹ thuật Công nghệ phối hợp đồng bộ cùng Phòng Thiết kế Đồ họa của từng tòa soạn. Trong ngắn hạn từ 3 đến 6 tháng, các đơn vị cần tiến hành chuẩn hóa các bộ template Infographic tĩnh để tăng tốc độ sản xuất; trong trung hạn từ 6 đến 12 tháng, cần tập trung nguồn lực phát triển các hệ thống API kết nối trực tiếp dữ liệu từ các trạm quan trắc môi trường mở của Thành phố Hà Nội nhằm lập bản đồ nhiệt tương tác hiển thị theo thời gian thực. Yêu cầu về nguồn lực tài chính và công nghệ đi kèm là việc tòa soạn phải đầu tư ngân sách mua sắm các phần mềm xử lý dữ liệu lớn và bản quyền các công cụ trực quan hóa thông tin chuyên nghiệp như: Tableau, Flourish hay Infogram.

Nhóm giải pháp chiến lược thứ ba tập trung vào việc Cá nhân hóa công chúng bằng Trí tuệ nhân tạo. Trách

nhiệm thực thi thuộc về Bộ phận quản trị phân tích số liệu độc giả và Đội ngũ phát triển mạng xã hội của cơ quan báo chí. Lộ trình triển khai được phân định rõ: trong trung hạn từ 6 đến 12 tháng, ứng dụng thuật toán AI để phân tích sâu sắc hành vi độc, nhu cầu thông tin chuyên biệt của từng nhóm cư dân nội đô và ngoại thành Hà Nội; bước sang dài hạn từ 1 đến 2 năm, tiến hành tự động hóa quy trình gợi ý tin bài môi trường dựa trên tọa độ vị trí địa lý thực tế của độc giả. Nguồn lực dữ liệu bắt buộc phải khai thác là hệ thống Google Analytics 4 kết hợp cùng các công cụ lắng nghe mạng xã hội để bám sát dòng chảy tâm lý đám đông.

Nhóm giải pháp nền tảng cuối cùng là Xây dựng Hệ sinh thái Truyền thông chính sách chủ động. Đây là giải pháp đòi hỏi sự hiệp lực vĩ mô giữa UBND Thành phố Hà Nội (Sở Thông tin và Truyền thông phối hợp cùng Sở Tài nguyên và Môi trường) và các cơ quan báo chí chủ lưu trên địa bàn. Lộ trình thực hiện đặt ra trong ngắn hạn từ 1 đến 3 tháng là thiết lập cơ chế phát ngôn công khai và cung cấp thông tin môi trường sạch định kỳ cho báo chí; về dài hạn, thành phố cần vận hành liên tục cổng dữ liệu mở về môi trường đô thị nhằm tạo nguồn khai thác minh bạch cho nhà báo. Nguồn lực cơ chế đóng vai trò quyết định, cụ thể là việc ban hành và thực thi nghiêm túc Quy chế phối hợp phản ứng nhanh giữa cơ quan quản lý đô thị và báo chí khi xảy ra các cuộc khủng hoảng truyền thông môi trường.

Nội hàm luận chứng chính sách chi tiết cho 4 nhóm giải pháp:

Thứ nhất, Đổi mới tư duy nội dung: Từ truyền thông sự vụ sang □Báo chí giải pháp□ Các tòa soạn báo điện tử cần kiên quyết từ bỏ lối đưa tin giật gân, khai thác nỗi sợ hãi của công chúng trước các thảm họa môi trường. Thay vào đó, cần áp dụng mô hình Báo chí giải pháp làm kim chỉ nam. Nội hàm của giải pháp này là mỗi khi phản ánh một thực trạng ô nhiễm tại Hà Nội, nhà báo bắt buộc phải trả lời câu hỏi: □Đâu là phản ứng hiệu quả để giải quyết vấn đề này?□ Báo chí phải thiết lập các tuyến bài điều tra, phản biện sâu sắc về năng lực quản trị rủi ro của chính quyền địa phương, đồng thời xây dựng chuyên mục độc lập về □Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp□ Nhóm bài này sẽ đóng vai trò như một cơ chế kiểm chứng độc lập, đấu tranh trực diện với hiện tượng □tẩy xanh□, buộc các cơ sở sản xuất công nghiệp vùng ven đô phải công khai minh bạch dữ liệu xả thải cốt lõi theo Luật Bảo vệ môi trường 2020 (Số 72/2020/QH14, 2020).

Thứ hai, tối ưu hóa công nghệ và báo chí dữ liệu

tương tác. Đổi mới hình thức đóng gói thông tin từ văn bản tĩnh sang các định dạng đồ họa chuyển động và báo chí dữ liệu thời gian thực. Các cơ quan báo chí cần đầu tư ngân sách để tích hợp API (giao diện lập trình ứng dụng) từ Công dữ liệu trạm quan trắc môi trường mở của Thành phố Hà Nội. Từ nguồn dữ liệu lớn này, đội ngũ đồ họa sẽ thiết lập các bản đồ nhiệt, biểu đồ tương tác hiển thị ô nhiễm không khí và nguồn nước theo thời gian thực tại từng quận, huyện. Phương thức truyền thông trực quan hóa cao độ này không chỉ hóa giải tính □khó hiểu□ của khoa học môi trường mà còn tạo ra sự hấp dẫn, kích thích nhu cầu tương tác và chia sẻ thông tin của nhóm công chúng trẻ (Gen Z, Millennials) trên các nền tảng số.

Thứ ba, cá nhân hóa công chúng: Ứng dụng AI phân khúc nội dung theo tọa độ địa lý. Trong kỷ nguyên truyền thông số hội tụ, công chúng không còn là một khối đại chúng đồng nhất. Nhu cầu thông tin môi trường của cư dân nội đô (quan tâm đến bụi mịn giao thông, tiếng ồn đô thị) hoàn toàn khác biệt với cư dân ven đô (quan tâm đến rác thải làng nghề, ô nhiễm nước tưới tiêu). Do đó, các báo điện tử cần ứng dụng các thuật toán Trí tuệ nhân tạo và Machine Learning để phân tích hành vi, đo lường dữ liệu đọc và lắng nghe mạng xã hội. Từ đó, hệ thống sẽ tự động cá nhân hóa luồng tin bài, đề xuất các định dạng phù hợp như video ngắn dưới 3 phút cho độc giả lướt mạng xã hội, hoặc Podcast chuyên sâu cho nhóm độc giả trí thức khi di chuyển trên xe buýt, ô tô.

Thứ tư, xây dựng hệ sinh thái truyền thông chính sách chủ động. Giải pháp mang tính nền tảng cốt lõi là chuyển dịch mô hình tuyên truyền chính sách một chiều từ trên xuống thành một Hệ sinh thái truyền thông đa bên, trong đó báo chí đóng vai trò là □đối tác chiến lược□ kết nối Chính quyền Thành phố - Doanh nghiệp - Các nhà khoa học và Người dân Thủ đô. UBND Thành phố Hà Nội (Sở Thông tin & Truyền thông phối hợp Sở Tài nguyên & Môi trường) cần chủ động vận hành một cổng thông tin môi trường mở, cung cấp nguồn tin sạch, chính thống và minh bạch cho các tòa soạn từ sớm nhằm thiết lập cơ chế □phản ứng nhanh□ trước tin giả hoặc khủng hoảng truyền thông môi trường. Song song đó, các tòa soạn phải định kỳ bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên sâu và đạo đức sinh thái cho đội ngũ phóng viên, bảo đảm nhà báo nắm vững các quy chuẩn pháp lý và xu hướng công nghệ xanh để định hướng dư luận xã hội một cách chuẩn xác.

4. Kết luận

Trong giai đoạn phát triển hiện nay, đổi mới phương thức truyền thông về bảo vệ môi trường không chỉ giúp

nâng cao nhận thức mà đã trở thành một phần không thể tách rời trong quá trình quản trị đô thị hiện đại của Thủ đô. Sự thành công của các chính sách môi trường tại Hà Nội phụ thuộc không nhỏ vào cách thức báo mạng điện tử truyền đạt thông điệp, kiểm chứng sự thật và kiến tạo niềm tin xã hội.

Những giải pháp đề xuất nêu trên - từ việc nâng tầm tư duy phân biện, ứng dụng công nghệ dữ liệu đến cá nhân hóa đối tượng - cần được các tòa soạn triển khai kiên trì. Chỉ khi đó, báo mạng điện tử mới thực hiện trọn vẹn sứ mệnh kết nối Chính quyền với Nhân dân, góp phần đưa Thủ đô Hà Nội phát triển vững vàng, xanh và bền vững trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Môi trường Nhật Bản (2024). *Sách trắng Môi trường Nhật Bản 2024 (Annual Report on the Environment in Japan 2024)*. https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/r06/eng/2024_all.pdf.
2. Chính quyền Thành phố London. (2024). *Báo cáo Tiến độ Hành động vì Khí hậu 2024 (Taking Climate Action: Our Progress 2024)*.
3. Chương trình Định cư con người Liên Hợp Quốc. (2024). *Báo cáo các Thành phố trên Thế giới 2024: Thành phố và Hành động vì Khí hậu (World Cities Report 2024: Cities and Climate Action)*. <https://social.desa.un.org/sdn/world-cities-report-2024-cities-and-climate-action>.
4. Hội đồng Thành phố Paris. (2024). *Kế hoạch Hành động vì Khí hậu Paris giai đoạn 2024 - 2030 (Plan Climat 2024-2030)*. <https://cdn.paris.fr/paris/2025/06/25/plan-climat-en-9E8O.pdf>.
5. Luật Bảo vệ môi trường (Số 72/2020/QH14, 2020). Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.
6. McKinsey & Company. (2024). *Báo cáo phát triển đô thị thông minh toàn cầu*. Bản gốc nghiên cứu chiến lược, như được trích dẫn trong Le Dong Communications. (2024). *Truyền thông tích hợp cho các thành phố thông minh (Integrated communication for smart cities)*. <https://moc.gov.vn/Images/editor/files/TT%20thu%20muc/2024/Tong%20luan%20so%203-2025.pdf>.
7. Nguyễn Thị Trường Giang. (2017). *Báo chí và Truyền thông đa phương tiện*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
8. Tạ Ngọc Tấn. (2020). *Báo chí, truyền thông hiện đại: Thực tiễn, vấn đề, nhận định*. NXB Chính trị Quốc gia Sự thật.
9. Viện Nghiên cứu Báo chí Reuters. (2025). *Báo cáo về biến đổi khí hậu và công chúng tiếp nhận tin tức 2025 (Climate change and news audiences report 2025)*. Đại học Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/climate-change-and-news-audiences-report-2025-analysis-news-use-and-attitudes-eight-countries>.