

Truyền thông về di sản văn hóa Việt Nam trên báo mạng điện tử

Ngày nhận bài: 12/05/2026 | Ngày phản biện: 18/05/2026 | Ngày xuất bản: 05/06/2026

Tác giả: Lê Tuấn Dung (Trường Đại học Văn hóa Hà Nội)

Tóm tắt: Di sản văn hoá Việt Nam là kết tinh văn hoá dân tộc, là sợi dây kết nối quá khứ, hiện tại và tương lai. Trong bối cảnh toàn cầu hoá, di sản văn hoá không chỉ dừng ở bảo tồn, mà còn đồng hành với sự phát triển kinh tế - xã hội, trở thành sức mạnh mềm quốc gia. Để làm được điều đó, hoạt động truyền thông di sản văn hoá đóng vai trò rất quan trọng. Báo mạng điện tử với ưu thế vượt trội về tốc độ cập nhật, khả năng tương tác, lan toả thông tin và kể câu chuyện đa phương tiện phải trở thành lực lượng nòng cốt trong công tác này. Bài viết nghiên cứu hoạt động truyền thông về di sản văn hoá trên báo mạng điện tử Việt Nam thông qua việc khảo sát một số báo mạng điện tử uy tín trong lĩnh vực văn hoá. Từ kết quả khảo sát, bài viết đề xuất một số giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông về di sản văn hoá trong kỷ nguyên số.

1. Đặt vấn đề

Di sản văn hoá Việt Nam là tài sản quý giá của cộng đồng các dân tộc Việt Nam, là một bộ phận của di sản văn hoá nhân loại, có vai trò to lớn trong sự nghiệp dựng nước và giữ nước của Nhân dân.

Điều 1 Luật di sản văn hóa 2024 xác định rõ: “Di sản văn hóa bao gồm di sản văn hóa phi vật thể, di sản văn hóa vật thể được lưu truyền từ thế hệ này qua thế hệ khác của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam”. Di sản văn hóa phi vật thể là tri thức, kỹ năng, tập quán, biểu đạt văn hóa cùng đồ vật, đồ tạo tác, không gian liên quan được cộng đồng, nhóm người, cá nhân thực hành, trao truyền qua nhiều thế hệ và hình thành nên bản sắc văn hóa của họ, không ngừng được trao truyền, bảo vệ, tái tạo, sáng tạo, có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học. Di sản văn hóa vật thể là sản phẩm vật chất có một, một số hoặc tất cả giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học, thẩm mỹ, bao gồm di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh, di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế sâu rộng, truyền thông về di sản văn hóa không còn là lựa chọn mà trở thành nhiệm vụ then chốt, chiến lược. Hoạt động truyền thông giúp người dân, đặc biệt là thế hệ trẻ hiểu rõ những giá trị cha ông ta để lại, từ đó khơi dậy lòng tự hào dân tộc và ý thức trách nhiệm tham gia bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa.

Hiện nay, nhiều di sản văn hóa Việt Nam đang đứng trước nguy cơ bị thất truyền. Hoạt động truyền thông sẽ giúp lưu trữ tư liệu, số hóa các giá trị văn hóa nhằm ngăn chặn sự mai một, đưa di sản ra khỏi bảo tàng giúp di sản có thêm sức sống mới thay vì chỉ là những hiện vật tĩnh lặng. Bên cạnh đó, việc bảo tồn và phát huy các giá trị di sản, như các làng nghề thủ công, lễ hội truyền thống, hay ẩm thực đặc trưng,... có thể tạo ra những ngành công nghiệp văn hóa độc đáo, thu hút du lịch, tạo việc làm và thúc đẩy kinh tế địa phương. Phát huy giá trị di sản, sẽ trở thành sức mạnh mềm quốc gia giúp Việt Nam giới thiệu bản sắc văn hóa ra thế giới, tăng vị thế quốc tế.

Đảng và Nhà nước Việt Nam luôn dành sự quan tâm đặc biệt đến công tác bảo tồn và phát huy di sản văn hóa. Trong các văn kiện, nghị quyết, vấn đề này luôn được nhấn mạnh như một nhiệm vụ trọng tâm trong sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước. Gần đây nhất, Nghị quyết 80-NQ/TW của Bộ Chính trị (ngày 07/01/2026) và Nghị quyết 28/2026/QH16 của Quốc hội (ngày 24/04/2026) về phát triển văn hóa Việt Nam đã thể hiện sự thay đổi mạnh mẽ trong tư duy, nhấn mạnh vai trò của văn hóa đối với sự phát triển bền vững của đất nước.

Báo chí, đặc biệt là báo mạng điện tử, đóng vai trò then chốt, không chỉ là kênh cập nhật tin tức mà còn là hệ sinh thái lý tưởng để bảo tồn và phát huy giá trị di sản. Với lợi thế vượt trội về khả năng truyền tải thông tin nhanh chóng, rộng rãi, đa dạng hình thức, báo mạng điện tử đã trở thành công cụ đắc lực trong hoạt động truyền thông di sản văn hóa đến đông đảo công chúng. Báo mạng điện tử sở hữu sức mạnh của công nghệ đa phương tiện, cho phép tích hợp linh hoạt nhiều loại nội dung để kể câu chuyện di sản một cách hấp dẫn như video, podcast, ảnh 360°, thực tế ảo VR/AR, infographic... Việc tái hiện di sản bằng ngôn ngữ hiện đại, sống động này sẽ tạo ra những làn sóng yêu văn hóa nội sinh, biến di sản thành niềm tự hào và nguồn cảm hứng sáng tạo cho giới trẻ góp phần kết nối thế hệ trẻ và lan tỏa xu hướng. Báo mạng

điện tử dần trở thành kho lưu trữ số khổng lồ, giúp bảo tồn tư liệu về di sản trước những tác động của thời gian.

Để làm rõ hoạt động truyền thông di sản văn hóa Việt Nam trên báo mạng điện tử, tác giả tiến hành khảo sát báo điện tử Văn hóa và báo điện tử Thể thao & Văn hóa (TTVH). Qua đó, làm rõ nội dung và hình thức truyền thông di sản văn hóa, chỉ ra những mặt hạn chế của công tác này và đề xuất các giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để làm rõ thực trạng truyền thông di sản văn hóa Việt Nam trên báo mạng điện tử, bài viết sử dụng các phương pháp nghiên cứu chủ yếu sau:

Phương pháp nghiên cứu tài liệu: Các sách, báo, công trình nghiên cứu, luật, nghị định...liên quan đến truyền thông di sản văn hóa để có cái nhìn tổng quan về tình hình nghiên cứu, làm rõ các khái niệm liên quan đến di sản văn hóa.

Phương pháp nghiên cứu trường hợp: tác giả tổng hợp và thống kê các tác phẩm báo chí về di sản văn hóa trong chuyên mục Văn hóa trên báo điện tử Văn hoá và báo điện tử Thể thao & Văn hoá trong khoảng thời gian từ tháng 1/2026 đến hết tháng 4/2026. Đây đều là những báo mạng điện tử lớn, uy tín, tích cực truyền thông về di sản văn hóa.

Phương pháp phân tích nội dung: Phân tích nội dung và hình thức tác phẩm báo chí về di sản văn hóa trên hai trang báo được khảo sát. Dựa trên kết quả thu thập được, đưa ra những nhận xét khách quan cũng như các giải pháp mang tính thực tế để nâng cao hiệu quả truyền thông di sản văn hóa trên báo mạng điện tử. Cụ thể, trong khoảng thời gian khảo sát từ tháng 1/2026 đến hết tháng 4/2026, tác giả đã tiến hành thống kê và lựa chọn khảo sát 850 tác phẩm báo chí mang các thông tin về di sản văn hóa trong chuyên mục Văn hóa của hai trang báo trong diện khảo sát với các từ khóa là "di sản văn hóa", "di sản văn hóa vật thể", "di sản văn hóa phi vật thể".

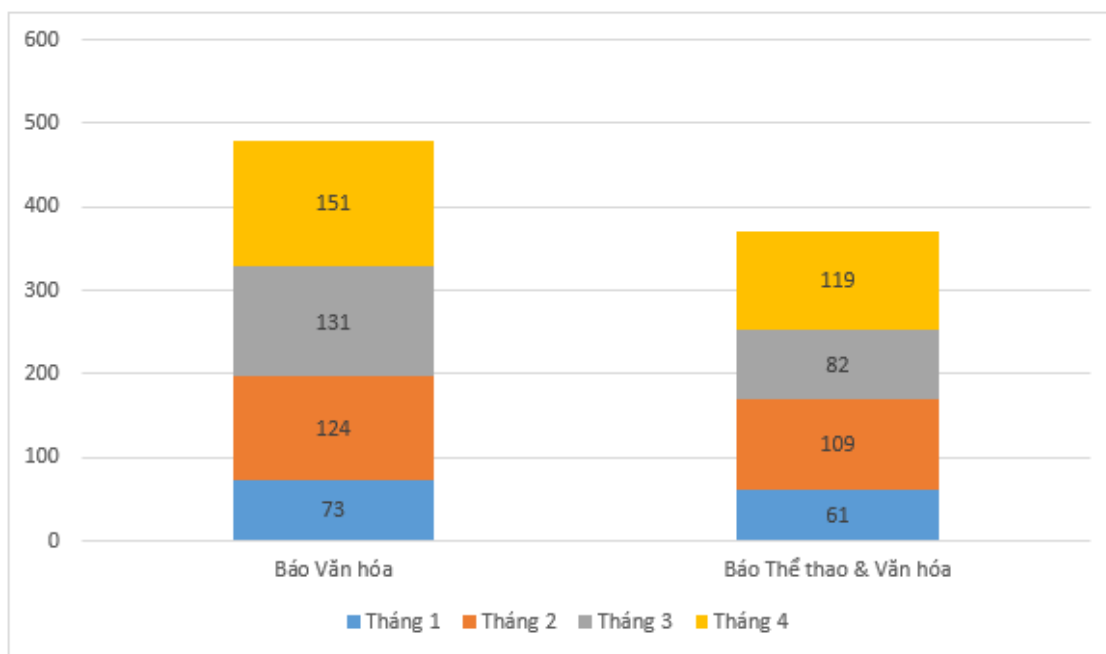
Phương pháp so sánh, đối chiếu: Được sử dụng để so sánh về nội dung, hình thức các tác phẩm giữa hai trang báo.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Số lượng và tần suất

Di sản văn hóa không chỉ là tài sản quý giá mà còn là nguồn lực quan trọng cho sự phát triển bền vững đất nước nên công tác truyền thông về di sản văn hóa trên báo mạng điện tử luôn được đẩy mạnh. Vì vậy, số lượng và tần suất bài viết về di sản văn hóa trên báo điện tử Văn hóa và báo điện tử TTVH là rất lớn. Qua khảo sát 850 tác phẩm trong chuyên mục Văn hóa của hai trang báo điện tử khảo sát có kết quả như sau:

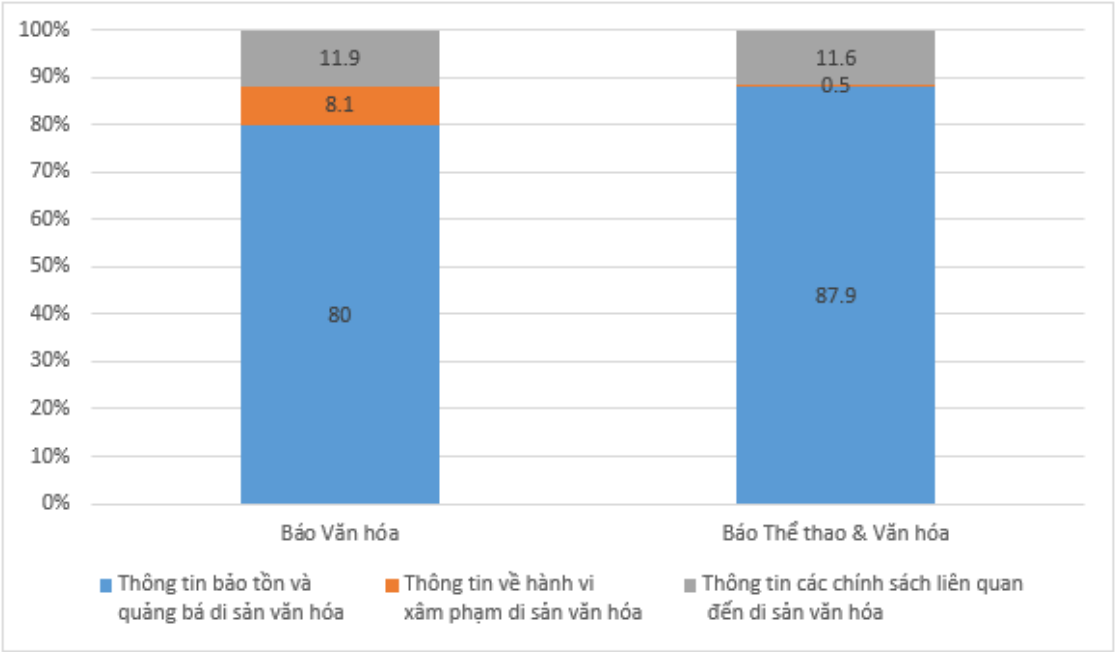


Biểu đồ 1: Số lượng tác phẩm về di sản văn hóa trên báo điện tử Văn hoá và báo điện tử Thể thao & Văn hóa từ tháng 1-4/2026

Nhìn vào biểu đồ, có thể thấy báo Văn hóa có số lượng tác phẩm về di sản văn hóa lớn hơn với 479 bài chiếm tỷ lệ 56,4 % tổng số tác phẩm được khảo sát, trong khi báo TTVH có 371 bài chiếm tỷ lệ 43,6%. Điều này cho thấy di sản văn hóa là chủ đề được các báo quan tâm và chú trọng đưa tin, tuy nhiên báo Văn hóa vẫn có tần suất cập nhật thông tin về di sản văn hóa lớn hơn báo TTVH.

3.1.2. Nội dung thông tin

Qua khảo sát 850 tác phẩm trong chuyên mục Văn hóa của báo điện tử Văn hóa và báo điện tử TTVH có kết quả như sau:



Biểu đồ 2: Tỷ lệ các nhóm nội dung về di sản văn hóa trên báo điện tử Văn hoá và báo điện tử Thể thao & Văn hóa từ tháng 1-4/2026

Về cơ cấu nội dung thông tin, chủ yếu xoay quanh ba nhóm nội dung chính: Thông tin bảo tồn và quảng bá di sản văn hóa; Thông tin về hành vi xâm phạm di sản văn hóa; Thông tin các chính sách liên quan đến di sản văn hóa.

Nhóm nội dung Thông tin bảo tồn và quảng bá di sản văn hóa là các thông tin bao gồm công tác phục hồi, trùng tu, tôn tạo, tư liệu hóa, truyền dạy, vinh danh nghệ nhân và các hoạt động quảng bá. Nhóm nội dung này chiếm tỷ lệ áp đảo ở cả hai báo. Trong đó, báo Văn hóa có số lượng cao hơn 383 bài, báo TTVH có 326 bài. Điều này thể hiện vai trò chủ đạo trong hoạt động truyền thông, thúc đẩy hình ảnh về di sản văn hóa đến công chúng.

Về nhóm nội dung này, báo Văn hóa có các bài viết: Bắc Ninh đón nhận danh hiệu Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia Hội Lim (28/02/2026), Đón bằng UNESCO cho tranh Đông Hồ, Bắc Ninh khai hội “Về miền di sản 2026” (28/03/2026), Bảo tồn hồn cốt hát Then trong thời đại số (29/04/2026)...Báo TTVH có các bài như: Bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa ở “siêu đô thị” (7/1/2026), Lễ hội chùa Hương 2026: Bảo tồn di sản gắn với phát triển du lịch (06/02/2026), Khai hội Chùa Vĩnh Nghiêm – Tôn vinh Di sản Văn hóa Thế giới (30/03/2026), Giỗ Tổ Hùng Vương: Gìn giữ nghi lễ truyền

thống trong đời sống đương đại (23/04/2026)...

Nhóm nội dung Thông tin về các chính sách liên quan đến di sản văn hóa, chiếm vị trí thứ hai về mức độ quan tâm. Báo Văn hóa dành 11,9% thời lượng cho mảng này, báo TTVH theo sát với 11,6%. Hai trang báo không chỉ dừng lại ở việc quảng bá mà còn đóng vai trò cầu nối thông tin về mặt quản lý nhà nước và hành lang pháp lý.

Báo Văn hóa kịp thời đưa thông tin về các chủ trương, chính sách với các bài nổi bật như: Bộ VHTTDL: Phê duyệt điều chỉnh quy hoạch hệ thống cơ sở văn hóa, thể thao giai đoạn 2021-2030 (30/03/2026), Phê duyệt Đề án "Chuyển đổi số trong lĩnh vực văn hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045" (05/04/2026), Đề xuất nhiều chính sách đột phá từ Nghị quyết của Quốc hội về phát triển văn hóa Việt Nam (19/04/2026)...Báo TTVH cũng có các loạt bài tương tự: Nghị quyết 80 - NQ/TW: Tám nhiệm vụ, giải pháp phát triển văn hóa Việt Nam (15/01/2026), Nghị quyết số 80-NQ/TW: Phát huy tối đa giá trị và sức mạnh văn hóa, con người Việt Nam trong kỷ nguyên mới (25/02/2026), Bộ VHTTDL ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết Đại hội lần thứ XIV của Đảng và Nghị quyết số 80 của Bộ Chính trị về phát triển văn hoá Việt Nam (31/03/2026)...

Nhóm Thông tin về hành vi xâm phạm di sản văn hóa chiếm tỷ lệ thấp nhất ở cả hai trang báo. Nhóm thông tin này có sự chênh lệch rõ rệt khi báo Văn hóa phản ánh khá nhiều với 8,1% (39 bài), trong khi báo TTVH rất ít khi đề cập với 0,5% (2 bài). Báo Văn hóa đã thể hiện vai trò giám sát, phản biện xã hội và trực diện đối diện với các vấn đề tiêu cực trong bảo tồn di sản mạnh mẽ hơn so với báo TTVH.

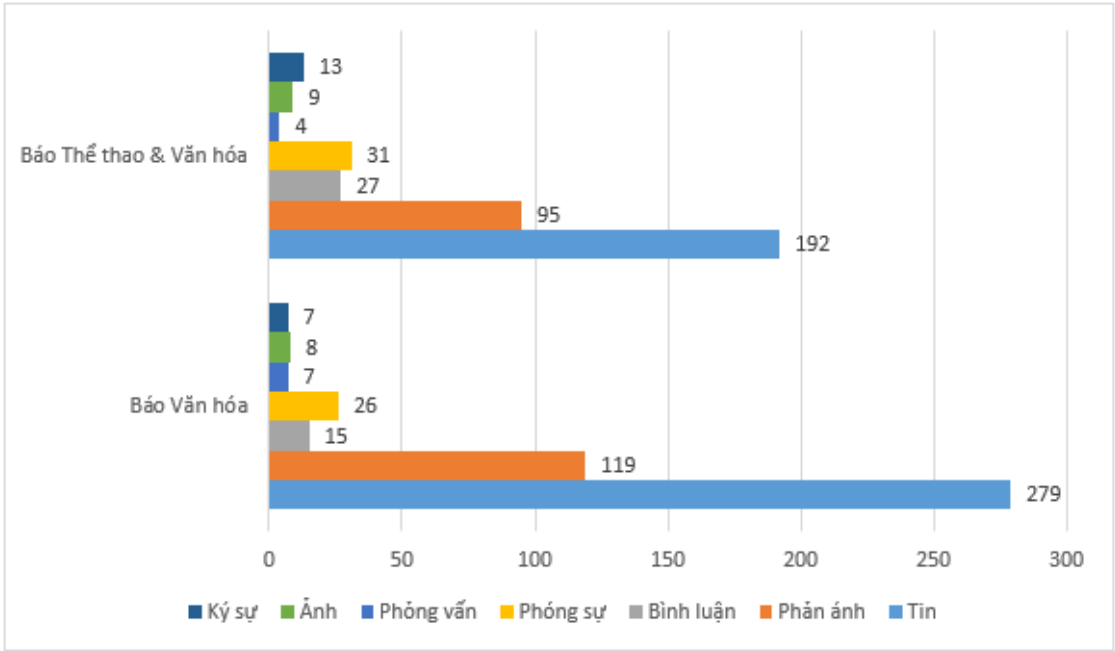
Về nhóm nội dung này, báo Văn hóa thể hiện thái độ quyết liệt với các hành động xâm hại di sản như: Danh thắng Kim Sơn: Vẻ đẹp bị che khuất bởi đường xuống cấp (07/01/2026), Di tích Phủ Nội vụ ở Huế đang được phục dựng? (14/01/2026), Di tích quốc gia đặc biệt núi Non Nước bị xâm hại bởi nạn viết, vẽ bậy (20/04/2026)...Báo TTVH vẫn còn ít quan tâm đến nhóm nội dung này.

Như vậy, cả hai trang báo đều tập trung tối đa nguồn lực vào việc bảo tồn và phát huy di sản (trên 80% nội dung). Điều này phù hợp với tôn chỉ, mục đích của các cơ quan ngôn luận lĩnh vực văn hóa. Tuy nhiên, báo Văn hóa có xu hướng đưa tin đa chiều hơn, không ngại khai thác các hành vi xâm phạm di sản. Ví dụ trong bài Di tích Phủ Nội vụ ở

Huế đang được phục dựng? (14/01/2026) đề cập: “Tại khuôn viên di tích Phủ Nội vụ hiện có nhiều công trình mới được xây dựng theo kiểu kiến trúc nhà rường. Các công trình được xây dựng với nền móng kiên cố bằng bê tông cốt thép, cốt nền cao khoảng 0,5m, hệ mái ngói chắc chắn và được lắp hệ thống cửa kính. Thống kê sơ bộ, đến nay có bốn công trình theo kiểu nhà rường đã hoàn thiện với diện tích từ gần 100m² đến khoảng 180m²; chưa tính các dãy hành lang và các công trình đang thi công dang dở”. Các “ngôi nhà rường lạ” này bị đánh giá là chưa đồng bộ với kiến trúc nguyên bản và có phong cách giống với các công trình dịch vụ/resort hiện đại hơn là di tích lịch sử. Khi được phóng viên hỏi về vấn đề này, ông Hoàng Việt Trung, Giám đốc Trung tâm Bảo tồn di tích Cố đô Huế không cung cấp thông tin. Điều này đặt ra câu hỏi về việc liệu đây có phải phục dựng hay xâm phạm di tích Cố đô Huế bằng các công trình hiện đại để khai thác lợi ích kinh tế.

3.1.3. Hình thức thông tin

Qua khảo sát thể loại của 850 tác phẩm thông tin về di sản văn hóa trên báo điện tử Văn hóa và báo điện tử TTVH, tác giả tổng hợp số liệu sau:

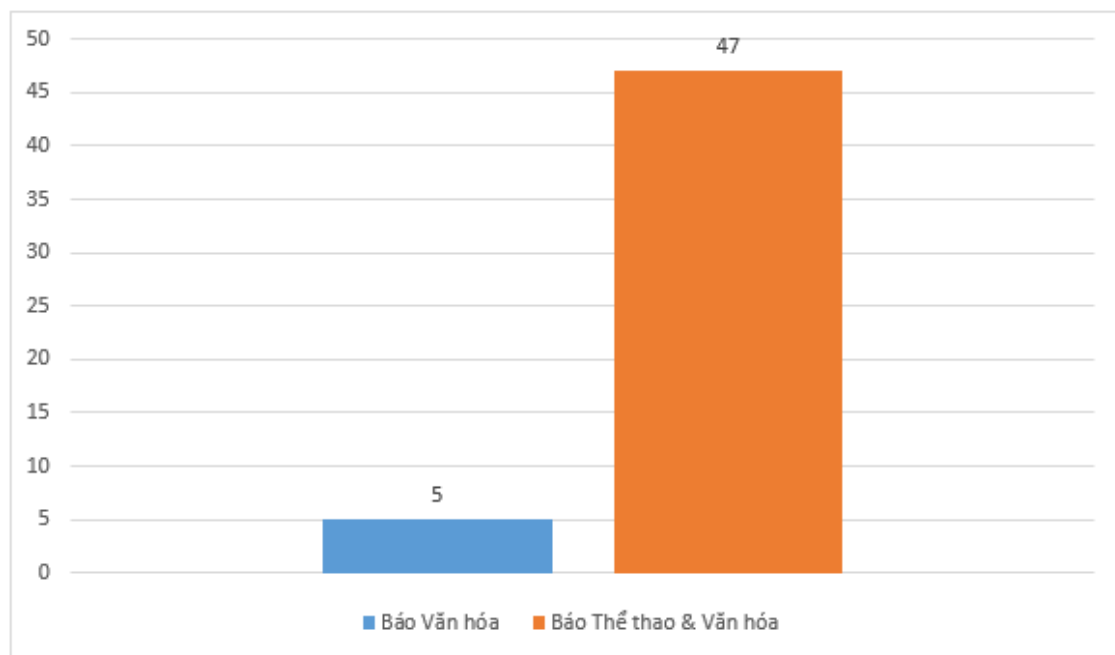


Biểu đồ 3: Số lượng tác phẩm về di sản văn hóa phân chia theo thể loại trên báo điện tử Văn hoá và báo điện tử Thể thao & Văn hóa từ tháng 1-4/2026

Dựa vào kết quả khảo sát, cả hai trang báo đều sử dụng đa dạng thể loại trong việc truyền tải nội dung, bao gồm tin, phản ánh, bình luận, phóng sự, phỏng vấn, ảnh, ký sự

và E – magazine. Điều này cho thấy cả báo Văn hóa và báo TTVH đều nỗ lực cung cấp đa góc nhìn và hình thức thông tin phong phú cho độc giả.

Trong đó, báo Văn hóa tập trung vào việc cung cấp thông tin về di sản văn hóa một cách nhanh chóng và số lượng lớn thông qua thể loại tin. Báo TTVH có sự phân bố đều hơn giữa các thể loại so với báo Văn hóa. Ngoài tin, các thể loại thể hiện nội dung phân tích (bình luận) và tường thuật (phóng sự, ký sự) trên báo TTVH nhiều hơn báo Văn hóa. Sự khác biệt này phản ánh định hướng và cách tiếp cận khác nhau của hai trang báo trong truyền thông về di sản văn hóa.



Biểu đồ 4: Số lượng tác phẩm E- magazine về di sản văn hóa trên báo điện tử Văn hoá và báo điện tử Thể thao & Văn hóa từ tháng 1-4/2026

Cả hai trang báo đều sử dụng các yếu tố đa phương tiện video, ảnh, infographic như một thành tố hỗ trợ cho nội dung bài viết. Bên cạnh đó, hai báo cũng có cách sử dụng khác nhau. Báo Văn hóa còn khai thác ảnh, infographic như một tác phẩm độc lập để tạo trải nghiệm đa dạng hơn cho độc giả như bài Những lễ hội lớn đầu năm ở Ninh Bình (15/01/2026) là một tin Infographic tổng hợp những lễ hội lớn đầu năm tại Ninh Bình giúp độc giả nắm bắt nhanh thông tin mà không cần đọc quá nhiều chữ, bài Bảo tàng Điêu khắc Chăm “khoác áo mới”, nâng tầm trải nghiệm di sản (27/03/2026) bao gồm loạt ảnh về Bảo tàng Điêu khắc Chăm Đà Nẵng sau thời gian cải tạo, nâng cấp giúp công chúng nắm bắt nhanh thông tin diện mạo mới của bảo tàng qua hình ảnh. Điều này tận dụng tối đa thế mạnh trực quan của đa phương tiện giúp độc giả nắm bắt

nhANH THÔNG TIN. Trong khi đó, báo TTVH lại sử dụng nhiều bài dạng e – magazine (kết hợp cùng lúc nhiều yếu tố đa phương tiện) hơn báo Văn hóa. Báo TTVH có 47 bài e-magazine chiếm 12,7% tổng số bài báo điện khảo sát của báo, trong khi báo Văn hóa chỉ có 5 bài chiếm 1% trong tổng số bài điện khảo sát.

3.2. Thảo luận

3.2.1. Thành công trong truyền thông di sản văn hóa trên hai cơ quan báo mạng điện tử được khảo sát

Một trong những điểm nổi bật trong công tác truyền thông di sản văn hóa của hai trang báo là sự nhận thức sâu sắc và hành động đồng bộ theo các quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng, Nhà nước. Các cơ quan báo chí không đơn thuần là kênh thông tin mà còn là lực lượng tiên phong trong việc truyền tải và làm sâu sắc nhận thức của công chúng về tầm quan trọng của việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa dân tộc. Việc thông tin một cách kịp thời, chính xác về các chủ trương và chính sách văn hóa ngay sau khi được ban hành đã tạo ra sự đồng bộ trong quá trình triển khai và thực hiện trên thực tế, đảm bảo rằng các thông điệp quan trọng được truyền tải đến công chúng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Điều này được chứng minh qua việc đưa thông tin về Nghị quyết số 80-NQ/TW của Bộ Chính trị. Ngày 07/01/2026, thay mặt Bộ Chính trị, Tổng Bí thư Tô Lâm đã ký ban hành Nghị quyết số 80-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển văn hoá Việt Nam. Ngay sau đó, báo điện tử Văn hóa đã lên loạt bài với nội dung phân tích về các vấn đề nổi bật được đề cập trong Nghị quyết như: Xây dựng và phát triển văn hoá thực sự trở thành nền tảng vững chắc, sức mạnh nội sinh của dân tộc (13/01/2026), Đặt văn hóa vào trung tâm chiến lược phát triển đất nước (18/01/2026), Tư duy mới về văn hóa trong Nghị quyết số 80-NQ/TW: Nền tảng tinh thần và động lực phát triển bền vững (19/01/2026)... Báo điện tử TTVH cũng lên loạt bài: Nghị quyết của Bộ Chính trị về phát triển văn hoá Việt Nam (13/01/2026), Nghị quyết số 80-NQ/TW - sức mạnh tinh thần cho phát triển văn hóa (13/01/2026), Năm quan điểm chỉ đạo của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam (19/01/2026)... Hay các bài bình luận, phỏng vấn các chuyên gia, nhà quản lý trong lĩnh vực văn hóa đăng trên báo điện tử Văn hóa như: Nghị quyết 80-NQ/TW: Phát triển văn hoá, con người làm nền tảng và động lực cho

phát triển bền vững đất nước (14/01/2026) ghi lại ý kiến của TS. Vũ Dương Thuý Ngà (Cục Văn hoá cơ sở, Gia đình và Thư viện - Bộ VH-TT-DL, Cú hích chiến lược cho chấn hưng văn hóa và sức mạnh mềm Việt Nam (14/01/2026) của PGS.TS Bùi Hoài Sơn (Ủy viên Ủy ban Văn hóa và Xã hội của Quốc hội), Nghị quyết số 80 về phát triển văn hóa Việt Nam: Nền tảng tư duy phát triển văn hóa trong bối cảnh mới (16/01/2026) của GS.TSKH Trần Ngọc Thêm... Trong các tháng tiếp theo, báo điện tử Văn hóa tiếp tục lên loạt bài về việc triển khai Nghị quyết như: Chính phủ ban hành 8 nhóm nhiệm vụ thực hiện Nghị quyết 80-NQ/TW về phát triển văn hóa Việt Nam (25/02/2026), Triển khai thực hiện Nghị quyết số 80-NQ/TW về phát triển văn hóa Việt Nam: Khẳng định vị thế trung tâm của văn hóa trong kỷ nguyên mới (02/03/2026), Triển khai Nghị quyết số 80-NQ/TW: Phát huy tinh thần "Tự hào là người Việt Nam" lan tỏa văn hóa ra thế giới (31/03/2026)... Hay các bài viết về việc thực hiện Nghị quyết tại các địa phương như: Du lịch Đắk Lắk tạo xung lực từ Nghị quyết 80 (03/03/2026), Nghị quyết số 80-NQ/TW - động lực cho sự phát triển của Gia Lai (09/03/2026)...

Nội dung thông tin trên hai trang báo mạng điện tử cũng rất đa dạng, từ thông tin về các chính sách, đường lối của Đảng, Nhà nước về phát triển văn hóa đến các thông tin về bảo tồn, quảng bá di sản, các hành vi xâm phạm di sản văn hóa. Điều này tạo ra góc nhìn đa chiều, toàn diện cho công chúng khi tiếp nhận thông tin, đồng thời công chúng không cảm thấy thông tin bị nhàm chán, đơn điệu.

Hai trang báo sử dụng đa dạng các thể loại báo chí và các yếu tố đa phương tiện để truyền tải thông tin một cách sinh động và trực quan. Độc giả có thể tìm đọc những bài bình luận sâu sắc về các phong tục tập quán và tín ngưỡng, bài phỏng vấn nghệ nhân về nghệ thuật trình diễn dân gian, hay cập nhật những tin tức nóng hổi về lễ hội truyền thống. Trên báo điện tử Văn hóa có bài Khai hội Xuân 2026: Lan tỏa giá trị di sản trên đất Kinh Bắc (03/03/2026) thông tin về hoạt động khai hội Xuân tại Bắc Ninh, Phú Thọ; Nghệ nhân ưu tú Bùi Văn Lựng lặng lẽ giữ hồn Mo Mường (05/03/2026) kể về hành trình lặng lẽ, bền bỉ gìn giữ hồn Mo Mường của nghệ nhân Bùi Văn Lựng... Trên báo TTVH có bài Tái hiện Lễ cưới hai lần của dân tộc Thái, tỉnh Thanh Hoá (19/04/2026) nói về phong tục quan trọng trong cuộc đời của người Thái, thể hiện nhiều nét văn hoá đặc trưng, còn lưu giữ cho đến ngày nay, Lễ hội Khèn Mông - nơi hội tụ của sắc màu văn hóa (27/04/2026)... Độc giả cũng có thể thay đổi cách tiếp cận từ văn bản truyền thống sang các hình thức kể chuyện hiện đại như e - magazine,

kết hợp văn bản với hình ảnh, thông tin đồ họa để kể những câu chuyện sâu sắc về di sản văn hóa như trong bài Ngựa và Long Mã trong văn hóa cung đình thời Nguyễn (05/02/2026), Quảng Trị: Ấn tượng lễ hội đập trống Ma Coong (05/03/2026) trên báo Văn hóa.

3.2.2. Hạn chế của truyền thông di sản văn hóa trên hai báo mạng điện tử được khảo sát

Nhiều bài viết mới chỉ dừng lại ở việc đưa tin, phản ánh mà chưa đưa ra những phân tích chuyên sâu. Trong bài Nâng tầm di sản văn hóa phi vật thể quốc gia (30/03/2026) trên báo TTVH, tit bài đề cập đến việc nâng tầm di sản văn hóa phi vật thể là Lễ hội Dinh Cô Long Hải nhưng nội dung chỉ nói về hoạt động khai hội Lễ hội Dinh Cô Long Hải năm 2026 mà không đưa ra các phân tích, giải pháp để nâng tầm di sản văn hóa phi vật thể quốc gia như đầu bài đặt ra.

Qua khảo sát, báo TTVH cho thấy còn có sự e ngại và hạn chế trong việc phản ánh các hành vi xâm phạm di sản. Khi đưa tin về các hành vi xâm phạm di sản văn hóa, báo TTVH thường đưa tin theo hướng sự việc đã được khắc phục, xử lý mà không đưa tin trực diện hành động xâm phạm, trong bài Hải Phòng yêu cầu xử lý nghiêm việc mạo danh đền Tranh (14/04/2026), sau khi các cơ quan báo chí phản ánh về việc mạo danh khu Di tích quốc gia đền Tranh tại xã Ninh Giang (Hải Phòng) thì báo TTVH mới đưa tin về việc UBND thành phố Hải Phòng yêu cầu các sở, ngành chức năng và địa phương khẩn trương xử lý nghiêm tình trạng trên. Việc đưa tin không trực diện những mặt trái, vấn đề sai phạm có thể tạo ra một bức tranh phiến diện, thiếu tính khách quan.

Hình thức thể hiện ở một số bài viết vẫn còn kém hấp dẫn, đơn điệu, chưa tận dụng hết tiềm năng của báo mạng điện tử khiến trải nghiệm đọc trở nên nhàm chán. Các hình thức đa phương tiện như infographic, e-magazine đã xuất hiện trên hai trang báo như Tinh thần "thần tốc" trong kỷ nguyên mới tại Lễ hội Đống Đa 2026 (21/02/2026), Văn hóa với vai trò "hệ điều tiết" trong mô hình phát triển quốc gia (16/03/2026) trên báo Văn hóa, Nghị quyết lịch sử cho văn hóa (24/04/2026), Khơi dậy tiềm năng sở hữu trí tuệ trong kinh tế di sản - Bài 1: Hàng hoá và "sứ giả văn hoá" (25/04/2026) trên báo TTVH. Tuy nhiên, các tác phẩm e – magazine trên hai báo còn đơn giản, gần

giống cách thể hiện truyền thống (văn bản, ảnh) được thiết kế thêm một số ảnh đồ họa, tăng số lượng ảnh, ảnh bìa là ảnh tràn trang, nội dung chưa chuyên sâu. Ví dụ như bài Đạo diễn - nhà biên kịch Hồng Hoa: Đánh thức di sản văn hóa trên sân khấu đương đại (08/04/2026) trên báo TTVH là bài phỏng vấn rất ngắn đạo diễn - nhà biên kịch Hồng Hoa kèm một số ảnh về các buổi biểu diễn do chị dàn dựng. Cách sử dụng này chưa phát huy hết thế mạnh chuyên sâu, trực quan của dạng bài e - magazine. Điều này vô tình bỏ lỡ cơ hội để thu hút và giữ chân độc giả, đặc biệt là thế hệ trẻ - những người quen với trải nghiệm thông tin phong phú, độc đáo và đa dạng trên môi trường trực tuyến.

3.2.3. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông di sản văn hóa Việt Nam trên báo mạng điện tử

Trên cơ sở phân tích những kết quả đã đạt được cũng như những hạn chế, tồn tại trong truyền thông di sản của hai trang báo, bài viết đề xuất một số giải pháp.

Thứ nhất, đa dạng các hình thức thể hiện. Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ như hiện nay, báo mạng điện tử cần đổi mới, đa dạng hình thức thể hiện. Hai cơ quan báo chí có thể sản xuất nhiều hơn bài e-magazine, sử dụng nhiều hơn các yếu tố đa phương tiện video, podcast, infographic vào trong tin bài giúp độc giả có cái nhìn trực quan, sinh động và sâu sắc về văn hóa truyền thống. Bài e - magazine nên được viết chuyên sâu hơn, kết hợp cùng lúc nhiều yếu tố đa phương tiện trong bài để tránh việc chỉ đưa tin sự kiện đơn thuần. Các yếu tố đa phương tiện phải được thiết kế có chiều thông tin, dữ liệu và sinh động hơn. Ví dụ, với infographic, có thể sử dụng đa dạng hình thức như biểu đồ, bản đồ, sơ đồ...ở dạng đồ họa động, video infographic chứ không chỉ có ảnh đồ họa dạng tĩnh như hiện tại.

Thứ hai, đẩy mạnh các hoạt động truyền thông sáng tạo. Hai cơ quan báo chí cần mạnh dạn ứng dụng các hình thức truyền thông sáng tạo như tổ chức các cuộc thi, sự kiện trực tuyến tương tác, news game hấp dẫn... liên quan đến di sản văn hóa nhằm thu hút sự tham gia của giới trẻ. Hơn nữa, việc truyền tải thông tin qua các hình thức mới mẻ này giúp các thông tin lịch sử khô cứng, khó nhớ cũng trở nên dễ hiểu, dễ tiếp thu hơn. Bên cạnh đó, áp dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) và thuật toán để phân tích hành vi và sở thích của độc giả, từ đó cá nhân hóa việc gợi ý nội dung văn hóa phù

hợp.

Thứ ba, nâng cao nhận thức về truyền thông di sản văn hóa trên báo mạng điện tử. Để các giá trị di sản văn hóa thực sự sống động và lan tỏa mạnh mẽ trong xã hội hiện đại, việc nâng cao vai trò, nhận thức của các cơ quan báo chí là một yếu tố then chốt. Các cơ quan báo chí cần quán triệt sâu sắc rằng bên cạnh nhiệm vụ thông tin thời sự, còn mang trong mình trách nhiệm xã hội to lớn về việc bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Điều này đòi hỏi sự chuyển biến sâu sắc trong tư duy và hành động. Các cơ quan báo chí cần chủ động xác định rõ lợi thế riêng biệt và đối tượng độc giả mục tiêu để xây dựng phương thức truyền tải thông tin phù hợp và hiệu quả nhất.

Thứ tư, tăng cường nguồn nhân lực cho hoạt động truyền thông di sản văn hóa. Các cơ quan báo chí cần chủ động phối hợp chặt chẽ với các trường đại học, viện nghiên cứu, trung tâm văn hóa uy tín để tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn, dài hạn, các buổi nói chuyện chuyên đề. Nội dung cần tập trung vào lịch sử văn hóa, các loại hình nghệ thuật truyền thống, di sản văn hóa vật thể, phi vật thể và các giá trị văn hóa tiêu biểu của Việt Nam. Bên cạnh đó, cần khuyến khích và tạo điều kiện cho phóng viên thâm nhập thực tế, trực tiếp tham gia, trải nghiệm các hoạt động văn hóa truyền thống ở nhiều vùng miền khác nhau. Những chuyến đi thực tế sẽ giúp họ có cái nhìn sâu sắc, chân thực, cảm nhận rõ hơn hơi thở của đời sống văn hóa, từ đó truyền tải thông tin một cách sâu sắc và sinh động hơn.

Thứ năm, tăng cường hợp tác với các bên liên quan. Để đảm bảo tính chính xác, khách quan và chiều sâu của thông tin, các cơ quan báo chí cần chủ động hợp tác với các chuyên gia, nhà nghiên cứu văn hóa. Việc mời họ tham gia viết bài, tư vấn nội dung không chỉ nâng cao chất lượng chuyên môn mà còn mang đến những góc nhìn đa chiều, sâu sắc về các giá trị văn hóa. Bên cạnh đó, các cơ quan báo chí cần hợp tác với các viện nghiên cứu văn hóa, trường học về việc nghiên cứu, thực hiện các dự án liên quan đến vấn đề gìn giữ và quảng bá di sản văn hóa. Xây dựng mối quan hệ đối tác chiến lược với các bảo tàng, trung tâm di sản để số hóa hiện vật, xây dựng triển lãm ảo. Phối hợp với các cơ sở giáo dục để xây dựng chương trình giáo dục văn hóa và tổ chức cuộc thi tìm hiểu trực tuyến nhằm khơi dậy niềm yêu thích văn hóa ở giới trẻ. Tham gia tích cực vào các dự án nghiên cứu khoa học về di sản văn hóa, đóng vai trò

là kênh truyền tải kết quả nghiên cứu đến công chúng một cách dễ hiểu.

4. Kết luận

Báo mạng điện tử với những ưu thế vượt trội về tốc độ, khả năng đa phương tiện và tương tác đã khẳng định vai trò không thể thiếu trong truyền thông về di sản văn hóa. Nghiên cứu thực trạng tại báo điện tử Văn hóa và báo điện tử Thể thao & Văn hóa đã chỉ ra rằng, cả hai cơ quan báo chí đều nhận thức rõ quan điểm của Đảng và Nhà nước về bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, thể hiện qua số lượng tin bài đáng kể, nội dung đa chiều, phong phú. Bên cạnh những ưu điểm, công tác này vẫn còn nhiều hạn chế. Việc chưa khai thác triệt để tiềm năng đa phương tiện và sự e ngại trong phản ánh các vấn đề tiêu cực đã làm giảm sức hấp dẫn và khả năng đáp ứng thị hiếu công chúng. Trước thực trạng đó, bài viết đã mạnh dạn đề xuất một số giải pháp. Các cơ quan báo chí cần nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội, tăng cường hợp tác với chuyên gia, đẩy mạnh truyền thông sáng tạo, và chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao về văn hóa. Có thể thấy, báo mạng điện tử đang đứng trước cơ hội vàng để trở thành lực lượng tiên phong trong sự nghiệp xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc./.