

## Vai trò của báo mạng điện tử trong xây dựng văn hóa số ở Việt Nam hiện nay

Ngày nhận bài: 12/05/2026 | Ngày phản biện: 18/05/2026 | Ngày xuất bản: 08/07/2026

**Tác giả:** Bùi Thị Nga (Trường Đại học Văn hóa Nghệ thuật Quân đội)

**Tóm tắt:** Bài viết làm rõ vai trò của báo mạng điện tử trong xây dựng văn hóa số ở Việt Nam từ góc độ truyền thông văn hóa. Qua khảo sát cho thấy báo mạng điện tử tham gia xây dựng văn hóa số thông qua năm phương diện: bảo đảm dòng thông tin chính thống và năng lực kiểm chứng; lan tỏa giá trị văn hóa, di sản bằng ngôn ngữ đa phương tiện; kiến tạo chuẩn mực ứng xử và đạo đức số; kết nối cộng đồng công chúng có định hướng; đổi mới phương thức truyền thông văn hóa. Kết quả nghiên cứu cũng những giới hạn trong thực thi vai trò này, nhất là áp lực tốc độ và kinh tế chú ý, năng lực kiểm chứng chưa đồng đều, lệ thuộc nền tảng số, thiếu nguồn lực sản xuất sản phẩm văn hóa số chất lượng cao. Từ đó, tác giả đề xuất các giải pháp nhấn mạnh việc tháo gỡ điểm nghẽn thể chế, củng cố đạo đức nghề nghiệp, chuẩn hóa quy trình kiểm chứng, ứng dụng công nghệ có trách nhiệm và phát triển nhân lực báo chí số am hiểu văn hóa.

### 1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số đang làm thay đổi căn bản môi trường sản xuất, phân phối và tiếp nhận thông tin, đồng thời tạo ra những hình thức mới của đời sống văn hóa. Trong môi trường đó, văn hóa không chỉ được lưu giữ trong các thiết chế truyền thống như bảo tàng, thư viện, nhà hát, trường học hoặc cộng đồng địa phương, mà còn được tạo lập, chia sẻ, tranh luận, tái diễn giải và tiêu dùng trên các nền tảng số. Vì vậy, xây dựng văn hóa số không chỉ là số hóa tư liệu hoặc đưa hoạt động văn hóa lên internet, mà còn là quá trình hình thành hệ giá trị, chuẩn mực, năng lực và thói quen tham gia văn hóa của con người trong không gian số.

Ở Việt Nam, yêu cầu xây dựng văn hóa số gắn chặt với tiến trình chuyển đổi số quốc gia, phát triển công dân số, kinh tế số, xã hội số và bảo vệ nền tảng tinh thần của xã hội. Tuy nhiên, nếu nhìn văn hóa số chỉ như một tập hợp hành vi sử dụng thiết bị, tài khoản mạng xã hội hoặc ứng dụng số thì sẽ thu hẹp đối tượng nghiên cứu. Hành vi số là biểu hiện cụ thể, còn văn hóa số là tầng sâu hơn, bao gồm giá trị được lựa chọn, chuẩn mực được cộng đồng thừa nhận, năng lực đánh giá thông tin, trách nhiệm khi tương tác và cách thức sáng tạo, lưu giữ, lan tỏa các giá trị văn hóa trong môi trường số.

Trong hệ sinh thái truyền thông số, báo mạng điện tử giữ vị trí đặc thù. Khác với các nguồn thông tin cá nhân trên mạng xã hội, báo mạng điện tử là loại hình báo chí hoạt động theo nguyên tắc nghề nghiệp, chịu trách nhiệm pháp lý và xã hội, có quy trình biên tập, kiểm chứng, định hướng và phản hồi công chúng. Đồng thời, so với báo in, phát thanh hoặc truyền hình truyền thống, báo mạng điện tử có khả năng kết hợp chữ viết, ảnh, đồ họa, âm thanh, video, dữ liệu, tương tác và phân phối đa nền tảng. Chính sự kết hợp giữa tính thể chế của báo chí và năng lực công nghệ số tạo nên khả năng tham gia xây dựng văn hóa số của báo mạng điện tử.

Tuy nhiên, việc đảm bảo vai trò đó trong môi trường số đặt ra nhiều thách thức. Tốc độ xuất bản nhanh, cạnh tranh lượt xem, sự phụ thuộc vào thuật toán nền tảng, áp lực thương mại hóa nội dung và hiện tượng tin giả có thể làm suy giảm niềm tin công chúng nếu báo chí xa rời các chức năng bản chất của mình. Nói cách khác, công nghệ chỉ là điều kiện; niềm tin, tính trung thực, tính khách quan, trách nhiệm xã hội và chất lượng nội dung mới là nền tảng để báo mạng điện tử đóng góp vào văn hóa số.

Từ cách đặt vấn đề đó, bài viết tập trung trả lời câu hỏi: báo mạng điện tử đã và có thể xây dựng văn hóa số ở Việt Nam như thế nào? Nội dung nghiên cứu không tách rời bối cảnh chính trị, pháp lý và chính sách báo chí, song trọng tâm là phân tích các cơ chế và biểu hiện thực tiễn của báo mạng điện tử trong việc kiến tạo môi trường văn hóa số lành mạnh, tin cậy, giàu bản sắc và có trách nhiệm.

## **2. Phương pháp nghiên cứu**

Bài viết sử dụng hướng tiếp cận định tính, kết hợp phân tích lý luận với tổng kết thực tiễn. Đối tượng nghiên cứu được khách quan hóa trên cơ sở giả định rằng chuyển đổi số là bối cảnh và môi trường công nghệ mới của báo chí; còn báo chí, dù vận hành trên nền tảng số, vẫn phải thực hiện các chức năng cơ bản như thông tin trung thực, kiểm chứng, giám sát xã hội, giáo dục, định hướng giá trị và tạo diễn đàn công chúng. Vì vậy, vai trò của báo mạng điện tử trong xây dựng văn hóa số được xem xét thông qua hiệu quả thực hiện các chức năng báo chí trong môi trường số, chứ không chỉ thông qua tốc độ, độ phủ hoặc công nghệ trình bày.

Phương pháp phân tích và tổng hợp tài liệu được sử dụng để hệ thống hóa các quan niệm về văn hóa số, xây dựng văn hóa số, báo mạng điện tử và báo chí số; đồng thời khai thác các văn kiện của Đảng, luật, nghị định, quyết định, chiến lược quốc gia, báo cáo chuyên ngành và một số nguồn dữ liệu về người dùng internet, mạng xã hội, hệ thống báo chí và chuyển đổi số báo chí. Nhóm tài liệu này giúp xác định cơ sở lý luận, chính trị, pháp lý và chính sách cho việc luận giải vai trò của báo mạng điện tử.

Phương pháp phân tích nội dung định tính được triển khai theo cách chọn mẫu có chủ đích. Mẫu phân tích gồm một số sản phẩm, chuyên trang, tuyến bài hoặc chiến dịch truyền thông trên các báo mạng điện tử có độ tin cậy và tính đại diện tương đối trong giai đoạn 2020-2026, tập trung vào các chủ đề: chống tin giả, phổ biến chuẩn mực ứng xử trên mạng, truyền thông di sản và giá trị văn hóa, sản phẩm báo chí đa phương tiện, tương tác cộng đồng và chuyển đổi số báo chí. Các trường hợp được lựa chọn gồm, trong số khác, các sản phẩm của VietnamPlus/Thông tấn xã Việt Nam về chống tin giả và kể chuyện lịch sử bằng 3D tương tác; các tuyến bài của Nhân Dân điện tử về "vùng xanh văn hóa", bộ quy tắc ứng xử văn hóa trên môi trường số và chuyên trang OCOP; một số bài của Tuổi Trẻ Online về bảo tồn di sản bằng công nghệ.

Các đơn vị nội dung được mã hóa theo năm nhóm biểu hiện: (1) bảo đảm dòng thông tin chính thống và năng lực kiểm chứng; (2) lan tỏa giá trị văn hóa, di sản và bản sắc; (3) kiến tạo chuẩn mực ứng xử và đạo đức số; (4) kết nối cộng đồng, tổ chức tương tác xã hội có định hướng; (5) giới hạn trong thực thi vai trò của báo mạng điện tử. Phương pháp nghiên cứu trường hợp được sử dụng bổ trợ để phân tích sâu một số ví dụ tiêu biểu, nhằm tránh tình trạng nhận định chung chung, thiếu minh chứng.

Phương pháp thống kê và so sánh được vận dụng ở mức độ phù hợp để đối chiếu số liệu về người dùng internet, người dùng mạng xã hội, quy mô cơ quan báo chí và một số chỉ báo chuyển đổi số báo chí. Các số liệu không được dùng để suy luận nhân quả theo nghĩa định lượng, mà nhằm làm rõ bối cảnh, quy mô môi trường truyền thông số và áp lực cạnh tranh đặt ra đối với báo mạng điện tử. Trên cơ sở đó, bài viết khái quát hóa các nhận định và đề xuất giải pháp.

### **3. Kết quả và thảo luận**

#### **3.1. Kết quả nghiên cứu**

##### **3.1.1. Cơ sở lý luận, chính trị, pháp lý và chính sách của báo mạng điện tử trong xây dựng văn hóa số**

Về phương diện lý luận, văn hóa số cần được hiểu rộng hơn hành vi số. Cẩm nang chuyển đổi số của Bộ Thông tin và Truyền thông nêu: “Văn hóa số là các quy tắc ứng xử, chuẩn mực đạo đức và sự hưởng thụ các giá trị văn hóa của con người trong môi trường số” (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2020). Cách hiểu này đặt trọng tâm vào quy tắc, chuẩn mực và giá trị; đồng thời cho thấy hành vi sử dụng công nghệ chỉ là một lớp biểu hiện của văn hóa số. Từ góc độ truyền thông văn hóa, có thể xác định văn hóa số là hệ thống giá trị, chuẩn mực, năng lực, phương thức sáng tạo, lưu giữ, truyền bá, tiếp nhận và tương tác văn hóa của con người trong môi trường số.

Các biểu hiện cơ bản của văn hóa số gồm: năng lực tiếp cận và đánh giá thông tin; ý thức tôn trọng sự thật, quyền riêng tư, bản quyền và phẩm giá con người; lối ứng xử văn minh trên không gian mạng; khả năng tham gia sáng tạo và chia sẻ nội dung số; việc bảo tồn, số hóa và tái tạo giá trị văn hóa truyền thống bằng công nghệ; thói quen đối thoại, phản biện và hợp tác trong cộng đồng trực tuyến. Như vậy, xây dựng văn hóa số là quá trình kiến tạo môi trường giá trị và chuẩn mực trong đó chủ thể số không chỉ “biết dùng” công nghệ, mà còn “dùng đúng”, “dùng có trách nhiệm” và “dùng để làm giàu đời sống văn hóa”.

Báo mạng điện tử là một chủ thể quan trọng của quá trình này vì báo chí có chức năng xã hội riêng, không thể bị đồng nhất với truyền thông nền tảng hoặc nội dung do người dùng tạo ra. Luật Báo chí năm 2016 xác định báo điện tử là loại hình báo chí sử dụng

chữ viết, hình ảnh, âm thanh được truyền dẫn trên môi trường mạng (Quốc hội, 2016, Điều 3). Từ đặc trưng đó, báo mạng điện tử vừa mang bản chất nghề nghiệp của báo chí, vừa vận hành bằng công nghệ số. Vai trò của nó trong xây dựng văn hóa số chỉ được phát huy khi các ưu thế công nghệ được đặt dưới chuẩn mực của báo chí: trung thực, khách quan, nhân văn, trách nhiệm và vì lợi ích công chúng.

Về cơ sở chính trị, Nghị quyết số 52-NQ/TW của Bộ Chính trị về chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư xác lập định hướng phát triển đất nước trong bối cảnh công nghệ mới, trong đó chuyển đổi số được nhìn như động lực của phát triển kinh tế - xã hội, quản trị quốc gia và hội nhập quốc tế. Nghị quyết này là văn bản chính trị quan trọng, cần được đặt trong nhóm cơ sở chính trị chứ không gộp chung một cách thiếu phân biệt với các quyết định hành chính hoặc văn bản quy phạm pháp luật. Cùng với đó, Văn kiện Đại hội XIII của Đảng nhấn mạnh yêu cầu xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện, phát huy giá trị văn hóa và sức mạnh con người Việt Nam trong phát triển đất nước. Những định hướng này tạo khung giá trị để báo chí tham gia xây dựng môi trường văn hóa số lành mạnh, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc và thúc đẩy phát triển con người.

Về cơ sở pháp lý, hoạt động của báo mạng điện tử chịu sự điều chỉnh trực tiếp của Luật Báo chí năm 2016 và Luật Báo chí năm 2025, trong đó Luật Báo chí năm 2025 có hiệu lực từ ngày 01/7/2026. Bên cạnh đó, Luật An ninh mạng năm 2018, Nghị định số 13/2023/NĐ-CP về bảo vệ dữ liệu cá nhân, Nghị định số 147/2024/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng cùng các quy định về sở hữu trí tuệ, quảng cáo, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tạo nên khuôn khổ pháp lý liên quan đến hoạt động báo chí trên môi trường số. Các quy định này không chỉ ràng buộc việc xuất bản, kiểm soát sai phạm, bảo vệ an ninh và quyền riêng tư, mà còn đặt ra yêu cầu về trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp của báo chí.

Về chính sách, Quyết định số 749/QĐ-TTg năm 2020 phê duyệt Chương trình chuyển đổi số quốc gia; Quyết định số 362/QĐ-TTg năm 2019 phê duyệt quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025; Quyết định số 348/QĐ-TTg năm 2023 phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; Quyết định số 1909/QĐ-TTg năm 2021 phê duyệt Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030 là những căn cứ chính sách quan trọng. Các văn bản này

cần được phân loại đúng: có văn bản chính trị, có văn bản pháp luật, có chiến lược và chương trình chính sách. Khi đặt trong chính thể, chúng định hướng báo mạng điện tử vừa chuyển đổi mô hình hoạt động, vừa giữ vai trò kiến tạo môi trường văn hóa số.

Ngoài ra, Quyết định số 874/QĐ-BTTTT năm 2021 ban hành Bộ Quy tắc ứng xử trên mạng xã hội và Quyết định số 423/QĐ-BVHTTDL năm 2026 ban hành Bộ Quy tắc ứng xử văn hóa trên môi trường số trực tiếp liên quan đến việc hình thành chuẩn mực ứng xử trong không gian mạng. Báo mạng điện tử không chỉ là đối tượng chịu sự điều chỉnh của các chuẩn mực này, mà còn là kênh phổ biến, giải thích, giám sát và lan tỏa chúng đến công chúng.

### 3.1.2. Vai trò và biểu hiện thực tiễn của báo mạng điện tử trong xây dựng văn hóa số ở Việt Nam hiện nay

Thứ nhất, báo mạng điện tử góp phần bảo đảm dòng thông tin chính thống, kiểm chứng và xây dựng năng lực tiếp nhận thông tin số. Theo báo cáo Digital 2026: Vietnam, cuối năm 2025 Việt Nam có khoảng 85,6 triệu người dùng internet, tương đương 84,2% dân số; đồng thời có khoảng 79 triệu định danh người dùng mạng xã hội vào tháng 10/2025 (DataReportal, 2026). Quy mô này cho thấy không gian số đã trở thành môi trường sinh hoạt thông tin rộng lớn. Tuy nhiên, quy mô người dùng không tự động tạo nên văn hóa số lành mạnh; yếu tố quyết định là năng lực phân biệt nguồn tin, kiểm chứng thông tin và thói quen tiếp nhận có trách nhiệm. Đây là nơi báo mạng điện tử thể hiện giá trị khác biệt so với dòng thông tin tự phát trên mạng xã hội.

Có thể thấy rõ vai trò này qua các hoạt động chống tin giả của Thông tấn xã Việt Nam và báo VietnamPlus. Ngày 04/4/2020, VietnamPlus công bố chuyên trang đặc biệt "Cuộc chiến chống tin giả", tập trung phân tích cơ chế lan truyền tin giả, trách nhiệm xã hội của báo chí và yêu cầu kiểm chứng thông tin trong bối cảnh dịch Covid-19. Ngày 09/9/2020, VietnamPlus tiếp tục thông tin dự án chống tin giả của Thông tấn xã Việt Nam đoạt giải tại Giải thưởng truyền thông số châu Á của WAN-IFRA. Những sản phẩm này không chỉ phản bác thông tin sai lệch, mà còn giáo dục công chúng về văn hóa kiểm chứng: đọc có nguồn, kiểm tra bối cảnh, đối chiếu dữ kiện và thận trọng trước nội dung gây hoang mang.

Nhân Dân điện tử cũng có các tuyển bài về xử lý tin giả và trách nhiệm của người dùng mạng. Chẳng hạn, bài "Có thể khóa vĩnh viễn các tài khoản mạng xã hội phát tán tin giả, tin sai sự thật" ngày 06/5/2026 không chỉ phản ánh biện pháp quản lý, mà còn góp phần xác lập ranh giới chuẩn mực giữa tự do biểu đạt và trách nhiệm thông tin. Ở đây, báo mạng điện tử xây dựng văn hóa số bằng cách làm rõ điều gì được xem là thông tin có trách nhiệm, điều gì gây hại cho cộng đồng và vì sao người dùng cần kiểm chứng trước khi chia sẻ.

Thứ hai, báo mạng điện tử lan tỏa giá trị văn hóa và đưa di sản vào môi trường số bằng ngôn ngữ truyền thông mới. Nếu báo chí truyền thống chủ yếu mô tả sự kiện văn hóa bằng văn bản, ảnh hoặc phóng sự tuyến tính, thì báo mạng điện tử có thể tái hiện di sản bằng longform, mega story, video, audio, đồ họa dữ liệu, bản đồ tương tác, hình ảnh 3D và các lớp tư liệu liên kết. Việc này không chỉ mở rộng khả năng tiếp cận của công chúng, mà còn làm thay đổi cách công chúng trải nghiệm văn hóa.

Ngày 10/10/2024, VietnamPlus ra mắt sản phẩm 3D tương tác nhân kỷ niệm Ngày Giải phóng Thủ đô, cho phép độc giả tiếp cận nội dung lịch sử bằng hình thức trực quan, tương tác và đa phương tiện. Trước đó, ngày 18/01/2023, VietnamPlus thực hiện mega story "Múa rối nước: Đời sống tinh thần huyền ảo trên mặt nước", kết hợp văn bản, ảnh, đồ họa và hình thức kể chuyện hiện đại để giới thiệu một loại hình nghệ thuật truyền thống. Các ví dụ này cho thấy báo mạng điện tử không chỉ "đưa tin" về văn hóa, mà còn tái cấu trúc nội dung văn hóa thành sản phẩm truyền thông số có khả năng lưu trữ, chia sẻ, học tập và trải nghiệm.

Nhân Dân điện tử ra mắt chuyên trang về OCOP ngày 24/10/2023, kết nối sản phẩm địa phương, câu chuyện nông thôn, dữ liệu và truyền thông chính sách trong một không gian báo chí số. Tuổi Trẻ Online ngày 06/9/2024 đăng bài "Giữ và lưu truyền văn hóa dệt zèng", phản ánh việc người trẻ sử dụng công nghệ để bảo tồn, giới thiệu nghề dệt truyền thống. Các trường hợp này minh chứng rằng báo mạng điện tử có thể làm giàu văn hóa số bằng cách kết nối di sản, cộng đồng địa phương, chủ thể sáng tạo và công chúng trực tuyến.

Thứ ba, báo mạng điện tử góp phần kiến tạo chuẩn mực ứng xử, đạo đức và trách nhiệm số. Chuẩn mực ứng xử trên không gian mạng không hình thành chỉ bằng văn

bản quản lý; chúng cần được giải thích, truyền thông, thảo luận và thực hành lặp lại trong đời sống công chúng. Báo mạng điện tử tham gia quá trình này bằng việc phổ biến quy định, phân tích tình huống, phê phán hành vi lệch chuẩn và lan tỏa điển hình tích cực. Do đó, vai trò của báo chí không chỉ là phản ánh hành vi số, mà là đặt hành vi đó trong hệ giá trị văn hóa số.

Bài “Ban hành Bộ Quy tắc ứng xử văn hóa trên môi trường số” trên Nhân Dân điện tử ngày 12/3/2026 là một ví dụ. Nội dung bài viết giúp công chúng nhận diện các yêu cầu về ứng xử văn hóa trong môi trường số, đồng thời đặt báo chí và truyền thông trước trách nhiệm cung cấp thông tin chính xác, định hướng dư luận, lan tỏa giá trị tích cực và phản bác thông tin xấu độc. Bài “Xây dựng ‘vùng xanh văn hóa’ trên không gian mạng” ngày 27/12/2025 tiếp tục nhấn mạnh sự kết hợp giữa “xây” những giá trị tích cực và “chống” các biểu hiện độc hại trên môi trường mạng. Qua các tuyến bài như vậy, báo mạng điện tử góp phần chuyển hóa quy định thành chuẩn mực xã hội dễ hiểu, gần gũi và có khả năng tác động đến cộng đồng.

Thứ tư, báo mạng điện tử kết nối cộng đồng và tổ chức tương tác xã hội có định hướng. Tính tương tác của báo mạng điện tử không nên được hiểu đơn giản là chức năng bình luận hoặc chia sẻ. Về bản chất văn hóa, tương tác có giá trị khi nó được tổ chức bằng quy trình biên tập, có chuẩn mực đối thoại và hướng tới lợi ích cộng đồng. Báo mạng điện tử có thể tạo diễn đàn cho chuyên gia, nhà quản lý, nghệ nhân, người trẻ, cộng đồng địa phương và độc giả cùng tham gia thảo luận về bảo tồn di sản, lối sống số, đạo đức truyền thông hoặc phát triển công nghiệp văn hóa.

Chuyên trang OCOP của Nhân Dân điện tử là ví dụ về việc báo mạng điện tử không chỉ truyền tải thông tin một chiều, mà tạo không gian kết nối giữa chính sách, sản phẩm, địa phương, doanh nghiệp, người tiêu dùng và câu chuyện văn hóa nông thôn. Các bài về bảo tồn nghề dệt zèng hoặc về chuyển đổi số trong truyền thông văn hóa cũng cho thấy báo mạng điện tử có khả năng đưa các cộng đồng nhỏ, vốn ít hiện diện trong truyền thông đại chúng, vào không gian đối thoại rộng hơn. Đây là một phương diện quan trọng của văn hóa số: tăng khả năng tham gia, kết nối và đồng sáng tạo giá trị.

Thứ năm, báo mạng điện tử đổi mới ngôn ngữ và phương thức truyền thông văn hóa. Tốc độ cập nhật, khả năng phân phối đa nền tảng, đa phương tiện, tương tác và cá nhân hóa nội dung là ưu thế công nghệ của báo mạng điện tử. Tuy nhiên, các ưu thế đó chỉ trở thành vai trò văn hóa khi chúng được sử dụng để tăng độ tin cậy, tính dễ hiểu, sức hấp dẫn và khả năng tiếp cận của nội dung văn hóa. Vì vậy, trong bài viết này, các “ưu điểm” của báo mạng điện tử không tách thành một phần riêng biệt, mà được xem là điều kiện thực hiện vai trò. Tính nhanh giúp báo chí kịp thời phản ứng trước tin giả; tính đa phương tiện giúp di sản trở nên sinh động; tính tương tác giúp chuẩn mực văn hóa được thảo luận; phân phối đa nền tảng giúp thông điệp văn hóa đến với người trẻ. Ngược lại, nếu chỉ chạy theo tốc độ và lượt xem, các ưu thế này có thể chuyển thành hạn chế.

### 3.1.3. Những giới hạn của báo mạng điện tử khi tham gia xây dựng văn hóa số

Thứ nhất, chất lượng kiểm chứng, đạo đức nghề nghiệp và năng lực giữ niềm tin công chúng chưa đồng đều. Đây không phải là thách thức chung của không gian số, mà là giới hạn trực tiếp trong thực thi vai trò của báo mạng điện tử. Khi báo chí bị cuốn vào áp lực xuất bản nhanh, nội dung dễ thiên về tóm lược sự kiện, khai thác cảm xúc hoặc chạy theo xu hướng thay vì cung cấp bối cảnh, giải thích và kiểm chứng. Trong nhiệm kỳ 2021-2025, quá trình sắp xếp hệ thống báo chí cho thấy sức mạnh của báo chí không nằm ở số lượng cơ quan báo chí, mà ở chất lượng, hiệu quả và uy tín xã hội. Theo thông tin công bố tại hội nghị tổng kết công tác báo chí nhiệm kỳ 2021-2025, đến tháng 7/2025 cả nước còn 740 cơ quan báo chí; giai đoạn 2021-2024 có 50 trường hợp bị xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực báo chí với tổng số tiền hơn 3,27 tỉ đồng (VietnamPlus, 2025). Những con số này cho thấy yêu cầu nâng cao kỷ luật nghề nghiệp, đạo đức và trách nhiệm thông tin vẫn rất cấp thiết.

Thứ hai, kinh tế chú ý và sự phụ thuộc nền tảng số có thể làm lệch ưu tiên truyền thông văn hóa. Báo mạng điện tử phải cạnh tranh với mạng xã hội, nền tảng video ngắn, công cụ tìm kiếm và các hệ sinh thái quảng cáo xuyên biên giới. Trong cạnh tranh đó, những chủ đề có giá trị văn hóa lâu dài nhưng khó tạo lượt xem tức thời thường bất lợi so với nội dung giải trí, giật gân hoặc gây tranh cãi. Hạn chế ở đây không nằm ở bản thân công nghệ, mà nằm ở mô hình kinh tế và cơ chế đánh giá hiệu quả dựa quá nhiều vào lượt truy cập. Nếu không có cơ chế đặt hàng, tài trợ, phân phối

lại doanh thu và bảo vệ bản quyền phù hợp, báo mạng điện tử khó duy trì các tuyến bài văn hóa số chuyên sâu, đòi hỏi thời gian, dữ liệu và nhân lực.

Thứ ba, năng lực sản xuất sản phẩm báo chí văn hóa số chất lượng cao chưa đồng đều giữa các tòa soạn. Các sản phẩm longform, dữ liệu, 3D, video tương tác hoặc chuyên trang số hóa di sản đòi hỏi đội ngũ liên ngành gồm phóng viên, biên tập viên, nhà thiết kế, lập trình viên, chuyên gia dữ liệu, chuyên gia văn hóa và cán bộ lưu trữ tư liệu. Trong khi đó, nhiều cơ quan báo chí địa phương hoặc tạp chí chuyên ngành còn thiếu hạ tầng, thiếu nhân lực công nghệ và thiếu nguồn lực tài chính để sản xuất thường xuyên loại sản phẩm này. Bài “Để chuyển đổi số báo chí thực chất, toàn diện” trên Nhân Dân điện tử ngày 02/12/2023 cũng chỉ ra rằng chuyển đổi số báo chí không chỉ là mua sắm công nghệ, mà còn liên quan đến tổ chức tòa soạn, nhân lực, dữ liệu và mô hình vận hành.

Thứ tư, quản trị tương tác công chúng còn nhiều rủi ro. Bình luận, chia sẻ và phản hồi trực tuyến có thể tạo diễn đàn văn hóa, nhưng cũng có thể tạo môi trường công kích, cực đoan hóa quan điểm hoặc lan truyền thông tin thiếu kiểm chứng nếu thiếu cơ chế điều tiết. Một số báo mạng điện tử vì lo ngại rủi ro pháp lý hoặc thiếu nhân lực kiểm duyệt đã hạn chế tính năng bình luận, trong khi nhiều tòa soạn lại phụ thuộc vào tương tác trên nền tảng mạng xã hội bên ngoài. Điều này làm giảm năng lực tự tổ chức cộng đồng số của báo chí, khiến việc xây dựng văn hóa đối thoại bị phụ thuộc vào thuật toán và chuẩn mực của nền tảng.

Thứ năm, cá nhân hóa nội dung và ứng dụng trí tuệ nhân tạo có thể tạo hệ quả văn hóa nếu thiếu chuẩn mực quản trị. Cá nhân hóa giúp đưa nội dung phù hợp đến từng nhóm độc giả, nhưng cũng có thể làm hẹp trải nghiệm văn hóa, tạo “buồng vang” hoặc ưu tiên nội dung dễ tiêu thụ hơn nội dung có giá trị giáo dục. Ứng dụng trí tuệ nhân tạo có thể hỗ trợ kiểm chứng, gợi ý nội dung, dịch thuật, tổng hợp dữ liệu và kiểm duyệt bình luận, nhưng cũng đặt ra yêu cầu về minh bạch nguồn dữ liệu, bảo vệ quyền riêng tư, chống sao chép và trách nhiệm biên tập cuối cùng. Vì vậy, công nghệ phải được đặt trong khung đạo đức và pháp lý của báo chí.

### **3.2. Thảo luận: Báo mạng điện tử xây dựng văn hóa số bằng năng lực báo chí, không chỉ bằng công nghệ**

Từ các kết quả trên có thể rút ra một luận điểm trung tâm: báo mạng điện tử xây dựng văn hóa số không phải bằng việc xuất hiện trên internet, mà bằng cách thực hiện các chức năng cốt lõi của báo chí trong môi trường số. Chuyển đổi số tạo ra phương tiện mới, tốc độ mới và hình thức biểu đạt mới; nhưng chính tính trung thực, khách quan, kiểm chứng, nhân văn và trách nhiệm xã hội mới tạo ra giá trị văn hóa của báo chí. Khi thiếu các chuẩn mực này, tốc độ, độ phủ, đa phương tiện và tương tác thậm chí có thể khuếch đại sai lệch.

Điểm khác biệt của báo mạng điện tử so với mạng xã hội là năng lực thiết chế hóa niềm tin. Mạng xã hội tạo điều kiện cho mọi cá nhân phát biểu và lan truyền thông tin, còn báo mạng điện tử phải chịu trách nhiệm nghề nghiệp và pháp lý về điều được công bố. Do đó, báo mạng điện tử góp phần xây dựng văn hóa số trước hết bằng việc hình thành thói quen tin vào nguồn đáng tin cậy, thói quen kiểm chứng, thói quen tranh luận dựa trên dữ kiện và thói quen tôn trọng chuẩn mực cộng đồng. Đây là nền tảng để các vai trò khác như truyền thông di sản, lan tỏa giá trị và kết nối cộng đồng phát huy hiệu quả.

Tuy nhiên, để vai trò đó trở thành năng lực bền vững, cần xử lý một điểm nghẽn quan trọng: thể chế và mô hình kinh tế báo chí số. Nếu báo chí vẫn chủ yếu được đánh giá bằng lượt xem, doanh thu quảng cáo ngắn hạn hoặc tốc độ xuất bản, trong khi thiếu cơ chế bảo vệ bản quyền, chia sẻ doanh thu với nền tảng, đặt hàng sản phẩm báo chí văn hóa chất lượng cao và đầu tư dữ liệu, thì các giải pháp về công nghệ hoặc đào tạo sẽ khó tạo đột phá. Thể chế ở đây không chỉ là quản lý và kiểm soát, mà còn là cơ chế "cởi trói" để báo chí phát huy sức mạnh nội sinh, đổi mới sáng tạo và thực hiện tốt chức năng xã hội của mình.

Một là, cần hoàn thiện thể chế và mô hình kinh tế báo chí số theo hướng bảo đảm sứ mệnh công ích của truyền thông văn hóa. Việc triển khai Luật Báo chí năm 2025, Chiến lược chuyển đổi số báo chí và các quy định liên quan cần làm rõ vị thế pháp lý của sản phẩm báo chí số đa nền tảng, quyền và nghĩa vụ của cơ quan báo chí khi phân phối nội dung trên nền tảng xuyên biên giới, cơ chế bảo vệ bản quyền, chia sẻ doanh thu, đặt hàng nhiệm vụ tuyên truyền văn hóa và hỗ trợ các sản phẩm báo chí dữ liệu, longform, multimedia về di sản, con người, lối sống và chuẩn mực số. Cơ chế tài chính cần khuyến khích nội dung có giá trị xã hội, không chỉ nội dung tạo lưu lượng truy cập.

Hai là, cần xây dựng chuẩn biên tập riêng cho truyền thông văn hóa số trên báo mạng điện tử. Chuẩn này phải bao gồm quy trình kiểm chứng thông tin, chuẩn trích dẫn nguồn, cơ chế sửa sai công khai, nguyên tắc sử dụng ảnh và dữ liệu cá nhân, tiêu chí đặt tit không giật gân, quy định về sử dụng trí tuệ nhân tạo, hướng dẫn kiểm duyệt bình luận và nguyên tắc bảo vệ nhóm dễ bị tổn thương. Với các nội dung liên quan đến di sản, tín ngưỡng, dân tộc, giới trẻ hoặc tranh cãi đạo đức trên mạng, báo chí càng cần thận trọng về ngôn ngữ, bối cảnh và hệ quả xã hội.

Ba là, cần đưa văn hóa số thành tuyến nội dung chiến lược, thường xuyên và có chiều sâu của các tòa soạn. Thay vì chỉ đưa tin khi có sự kiện, báo mạng điện tử cần phát triển các chuyên mục hoặc chuyên trang về văn hóa số, công dân số, đạo đức số, bản quyền số, bảo vệ dữ liệu cá nhân, di sản số, sáng tạo trẻ và công nghiệp văn hóa. Mỗi tuyến nội dung cần gắn với dữ liệu, nhân vật, câu chuyện, giải thích chính sách và hướng dẫn thực hành. Như vậy, báo chí vừa phổ biến tri thức, vừa tạo thói quen văn hóa cho công chúng.

Bốn là, cần ứng dụng công nghệ theo nguyên tắc có trách nhiệm. Trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, phân tích hành vi người dùng, tự động hóa kiểm duyệt và công nghệ thực tế ảo có thể giúp báo mạng điện tử phát hiện tin giả, cá nhân hóa trải nghiệm học tập văn hóa, phục dựng di sản và mở rộng tiếp cận. Tuy nhiên, mọi ứng dụng phải đặt dưới quyền kiểm soát biên tập của con người, bảo đảm minh bạch, tôn trọng quyền riêng tư, không thao túng cảm xúc, không tạo thiên lệch thuật toán và không thay thế trách nhiệm nghề nghiệp của nhà báo.

Năm là, cần phát triển nguồn nhân lực báo chí số am hiểu văn hóa. Nhà báo trong môi trường số không chỉ cần biết viết tin, mà còn phải biết đọc dữ liệu, kiểm chứng nguồn mở, sản xuất nội dung đa phương tiện, hiểu thuật toán nền tảng, có năng lực đối thoại với công chúng và có tri thức văn hóa nền. Các tòa soạn nên hình thành nhóm sản xuất liên ngành gồm phóng viên, biên tập viên, thiết kế, kỹ thuật, dữ liệu và chuyên gia văn hóa. Đào tạo đạo đức nghề nghiệp cần được đặt ngang hàng với đào tạo công nghệ, vì niềm tin công chúng là tài sản cốt lõi của báo chí.

Sáu là, cần tăng cường giáo dục năng lực truyền thông và tổ chức cộng đồng công chúng có trách nhiệm. Báo mạng điện tử có thể mở các chuyên mục hướng dẫn kiểm

chứng thông tin, nhận diện tin giả, tôn trọng bản quyền, bảo vệ dữ liệu cá nhân, ứng xử văn minh khi bình luận và phản hồi. Đồng thời, tòa soạn cần thiết kế quy tắc tham gia cộng đồng, kiểm duyệt bình luận minh bạch, khuyến khích độc giả góp tư liệu văn hóa địa phương, phản ánh vấn đề văn hóa số và tham gia đồng sáng tạo nội dung. Khi công chúng được xem là chủ thể văn hóa chứ không chỉ là người tiêu thụ nội dung, báo mạng điện tử mới thực sự góp phần xây dựng văn hóa số.

#### **4. Kết luận**

Báo mạng điện tử là một chủ thể quan trọng trong xây dựng văn hóa số ở Việt Nam, nhưng vai trò đó không xuất phát đơn thuần từ ưu thế công nghệ. Vai trò này được hình thành từ sự kết hợp giữa chức năng xã hội của báo chí và năng lực biểu đạt, phân phối, tương tác của môi trường số. Khi thực hiện đúng chuẩn mực nghề nghiệp, báo mạng điện tử góp phần xây dựng văn hóa số bằng cách bảo đảm thông tin chính thống và năng lực kiểm chứng; lan tỏa, số hóa và tái tạo giá trị văn hóa; kiến tạo chuẩn mực ứng xử và đạo đức số; kết nối cộng đồng công chúng; đổi mới phương thức truyền thông văn hóa.

Những hạn chế của báo mạng điện tử trong xây dựng văn hóa số không nên bị đồng nhất với toàn bộ thách thức của không gian mạng. Chúng cần được nhận diện ở các điểm cụ thể: chất lượng kiểm chứng và đạo đức nghề nghiệp chưa đồng đều; áp lực kinh tế chú ý; phụ thuộc nền tảng; thiếu nguồn lực sản xuất sản phẩm văn hóa số chuyên sâu; quản trị tương tác công chúng còn bất cập; ứng dụng công nghệ chưa luôn gắn với chuẩn mực đạo đức và bảo vệ dữ liệu. Các hạn chế này nếu không được xử lý sẽ làm suy giảm niềm tin công chúng, qua đó làm yếu vai trò văn hóa của báo chí.

Do đó, giải pháp then chốt là hoàn thiện thể chế và mô hình kinh tế báo chí số theo hướng tạo sức mạnh nội sinh cho báo chí thực hiện tốt chức năng của mình, đồng thời củng cố đạo đức nghề nghiệp, chuẩn hóa kiểm chứng, đầu tư công nghệ có trách nhiệm và phát triển nhân lực báo chí số am hiểu văn hóa. Khi niềm tin công chúng được duy trì và các giá trị văn hóa được truyền thông bằng ngôn ngữ số hiện đại, báo mạng điện tử sẽ tiếp tục là lực lượng quan trọng trong xây dựng văn hóa số Việt Nam lành mạnh, nhân văn, giàu bản sắc và bền vững./.

## Tài liệu tham khảo

1. Bộ Chính trị. (2019). Nghị quyết số 52-NQ/TW về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Hà Nội.
2. Bộ Thông tin và Truyền thông. (2020). Cẩm nang chuyển đổi số. Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông. Hà Nội.
3. Bộ Thông tin và Truyền thông. (2021). Quyết định số 874/QĐ-BTTTT ngày 17/6/2021 ban hành Bộ Quy tắc ứng xử trên mạng xã hội. Hà Nội.
4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2026). Quyết định số 423/QĐ-BVHTTDL ngày 05/3/2026 ban hành Bộ Quy tắc ứng xử văn hóa trên môi trường số. Hà Nội.
5. Chính phủ. (2023). Nghị định số 13/2023/NĐ-CP ngày 17/4/2023 về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Hà Nội.
6. Chính phủ. (2024). Nghị định số 147/2024/NĐ-CP ngày 09/11/2024 về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng. Hà Nội.
7. DataReportal. (2026). Digital 2026: Vietnam, truy cập ngày 09/6/2026.
8. Đảng Cộng sản Việt Nam. (2021). Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật. Hà Nội.
9. International Telecommunication Union. (2020). Digital culture-related systems and services, ITU-T.
10. Nhân Dân. (2023a). "Ra mắt chuyên trang về OCOP trên Nhân Dân điện tử". Ngày 24/10/2023.
11. Nhân Dân. (2023b). "Để chuyển đổi số báo chí thực chất, toàn diện". Ngày 02/12/2023.
12. Nhân Dân. (2025). "Xây dựng 'vùng xanh văn hóa' trên không gian mạng". Ngày 27/12/2025.
13. Nhân Dân. (2026a). "Ban hành Bộ Quy tắc ứng xử văn hóa trên môi trường số". Ngày 12/3/2026.
14. Nhân Dân. (2026b). "Có thể khóa vĩnh viễn các tài khoản mạng xã hội phát tán tin giả, tin sai sự thật". Ngày 06/5/2026.
15. Quốc hội. (2016). Luật Báo chí số 103/2016/QH13. Hà Nội.
16. Quốc hội. (2018). Luật An ninh mạng số 24/2018/QH14. Hà Nội.
17. Quốc hội. (2025). Luật Báo chí số 126/2025/QH15. Hà Nội.
18. Thủ tướng Chính phủ. (2019). Quyết định số 362/QĐ-TTg ngày 03/4/2019 phê duyệt Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025. Hà Nội.
19. Thủ tướng Chính phủ. (2020). Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 phê duyệt Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Hà Nội.
20. Thủ tướng Chính phủ. (2021). Quyết định số 1909/QĐ-TTg ngày 12/11/2021 phê duyệt Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030. Hà Nội.
21. Thủ tướng Chính phủ. (2023). Quyết định số 348/QĐ-TTg ngày 06/4/2023 phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Hà Nội.
22. Tuổi Trẻ Online. (2024). "Giữ và lưu truyền văn hóa dệt zèng". Ngày 06/9/2024.
23. UNESCO. (2023). Culture and Digital Technologies, UNESCO.
24. VietnamPlus. (2020a). "Cuộc chiến chống tin giả". Chuyên trang đặc biệt. Ngày 04/4/2020.

25. VietnamPlus. (2020b). "Dự án chống tin giả của TTXVN đoạt giải thưởng báo chí quốc tế". Ngày 09/9/2020.
26. VietnamPlus. (2023). "Múa rối nước: Đời sống tinh thần huyền ảo trên mặt nước". Ngày 18/01/2023.
27. VietnamPlus. (2024). "VietnamPlus ra mắt sản phẩm đặc biệt 3D tương tác mừng Ngày Giải phóng Thủ đô". Ngày 10/10/2024.
28. VietnamPlus. (2025). "Nhiệm kỳ 2021-2025: Báo chí Việt Nam chuyển mình mạnh mẽ trong kỷ nguyên số". Ngày 26/12/2025.