

THE ROLE OF COMMUNICATION IN PROMOTING RELIC VALUES IN BINH DUONG PROVINCE

Nguyen Van Ngoan

Thu Dau Mot University, Binh Duong

Email: ngoannv@tdmu.edu.vn

Received: 27/12/2024; Reviewed: 13/01/2025; Revised: 21/01/2025; Accepted: 25/3/2025; Released: 28/4/2025

DOI: <https://doi.org/10.54163/ncdt/402>

The article introduces an overview of communication, the role of communication and promoting relic values based on previous research results. On that basis, the article presents the current situation of the media's role in promoting the development of relic values in Binh Duong province. Through that, we make some recommendations on communication work to better promote the development of relic values in the coming time in the locality.

Keywords: *Communication activities; Communication channels; Behavior change; Historical and cultural knowledge.*

1. Đặt vấn đề

Xã hội loài người không ngừng phát triển đi lên trên mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Có nhiều yếu tố thúc đẩy quá trình phát triển ấy, song yếu tố quan trọng nhất có lẽ là yếu tố truyền thông. Truyền thông đóng vai trò rất quan trọng trong việc giao tiếp thúc đẩy sự phát triển của xã hội loài người nói chung và một khía cạnh, lĩnh vực cụ thể nào đó nói riêng. Đặc biệt, đối với đời sống xã hội hiện đại, yếu tố truyền thông lại càng quan trọng hơn bao giờ hết trong việc thúc đẩy xã hội phát triển. Tuy nhiên, việc hiểu về truyền thông, xây dựng mô hình truyền thông đúng và hợp lý để thực tế hóa nó trong đời sống xã hội nhằm thúc đẩy sự phát triển có tính chất lành mạnh, bền vững thì không phải cá nhân, nhóm, tổ chức xã hội nào cũng thực hiện đạt kết quả. Đặc biệt, trong thời đại bùng nổ thông tin ngày nay, việc hiểu về truyền thông đòi hỏi cá nhân, nhóm, tổ chức xã hội làm công tác truyền thông phải hết sức thận trọng, đảm bảo được tính chuyên nghiệp, có lộ trình, chiến lược cụ thể mới hy vọng phát huy được vai trò truyền thông trong lĩnh vực mà mình đang hướng đến. Vai trò truyền thông cũng không chỉ đóng khung trong một vài lĩnh vực cụ thể mà nó gắn kết trên hầu hết mọi mặt, mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Binh Duong là một tỉnh phát triển kinh tế chủ yếu là công nghiệp, vị trí, vai trò truyền thông là yếu tố có tác động rất lớn đóng góp cho sự phát triển của tỉnh Binh Duong. Hiểu và làm tốt công tác truyền thông theo đúng quy trình, thể hiện được tính chuyên nghiệp sẽ giúp tỉnh Binh Duong phát triển đúng xu thế thời đại và có tính bền vững. Đối với khía cạnh mà chúng tôi đang hướng tới cũng không nằm ngoài xu thế đó. Ý thức được

tầm quan trọng của công tác truyền thông đối với sự phát triển về mọi mặt như vậy, bài viết đặt trọng tâm vào một khía cạnh nhỏ (ở đây là vai trò truyền thông trong phát huy giá trị các di tích ở tỉnh Binh Duong) thuộc lĩnh vực văn hóa. Được biết, ở tỉnh Binh Duong hiện có rất nhiều di tích lịch sử - văn hóa lưu dấu những giá trị lịch sử văn hóa truyền thống của dân tộc. Trong đó, có 13 di tích được xếp hạng là di tích cấp quốc gia và 50 di tích cấp tỉnh. Công tác truyền thông để phát huy, phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Binh Duong từ lâu đã được lãnh đạo tỉnh Binh Duong, các nhà hoạt động chuyên môn và người dân tỉnh Binh Duong quan tâm thực hiện và đạt được một số kết quả nhất định. Tuy nhiên, hoạt động truyền thông để phát huy, phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Binh Duong mới chỉ dừng lại ở hoạt động truyền thông không có chủ đích. Các hoạt động chưa đặt ra kế hoạch, lộ trình chiến lược cụ thể, đảm bảo cho sự phát triển bền vững.

2. Tổng quan nghiên cứu

Hoạt động truyền thông để phát huy phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Binh Duong từ lâu đã nhận được sự quan tâm của các cấp lãnh đạo, các nhà hoạt động chuyên môn và người dân tỉnh Binh Duong tổ chức thực hiện và đã đạt được những kết quả đáng trân quý. Song công tác truyền thông để phát huy phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Binh Duong trong thời gian qua là hoạt động truyền thông mang tính tức thời, chưa hướng đến một kế hoạch dài hạn, thể hiện được tính chuyên nghiệp và bền vững. Với phạm vi bài viết, rất khó để có thể liệt kê, tổng hợp hết các ấn phẩm, công trình, bài viết... các pano áp phích, tờ rơi của tác giả, nhóm tác giả, cơ quan đơn vị được in ấn, phát hành đăng tải trên các phương

tiện truyền thông đại chúng, như: báo, đài, các trang web của các cơ quan đơn vị, tổ chức và các nền tảng xã hội, như: zalo, facebook, youtube,... Song để có cái nhìn bao quát, bài viết trình bày một số ấn phẩm, công trình về hoạt động truyền thông để phát huy, phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương có liên quan đến vấn đề nghiên cứu này, như: *Di tích và Danh thắng tỉnh Bình Dương* (Ban quản lý Di tích và Danh thắng tỉnh Bình Dương, 2008) đã được mã hóa bằng ngôn ngữ và hình ảnh, giới thiệu chi tiết về điểm đến, lịch sử hình thành và giá trị của 48 di tích. Tiếp cận công trình, độc giả không những có thêm thông tin, gia tăng sự hiểu mà còn phần nào thỏa mãn được những nhu cầu mà mình đang hướng đến; *Làng nghề Bình Dương* (Học, Anh & Dân, 2006) giới thiệu khái quát về làng nghề và các làng nghề truyền thống; các nghề, xóm nghề phổ biến trên đất Bình Dương; làng nghề truyền thống - thực trạng - đổi mới để tồn tại và phát triển. Tiếp cận công trình, người đọc không những được sống trong bầu không khí của những nét xưa đang hiện hữu ở thời nay mà còn hiểu biết hơn về cách làm gốm sứ, điêu khắc, vẽ tranh trên kiếng... Ngoài ra, một số công trình khác liên quan đến di tích, giá trị di tích, như: *Tìm hiểu liên đới Hán Nôm trong các đình, chùa, miếu tỉnh Bình Dương*; *Bước đầu khảo sát lễ hội Bình Dương*; *Dấu xưa đất Thủ*,... và rất nhiều những ấn phẩm, bài viết, hình ảnh, video, youtube được đăng tải trên cổng thông tin điện tử của cá nhân, tổ chức. Có thể nói, có rất nhiều ấn phẩm, công trình, bài viết, hình ảnh, video,... chuyển tải nội dung thông điệp về di tích, giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương được in ấn, phát hành, đăng tải trên hệ thống mạng xã hội để giới thiệu, quảng bá đến đối tượng tiếp nhận thông tin, góp phần thỏa mãn được phần nào tìm kiếm tri thức lịch sử văn hóa tỉnh Bình Dương.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng một số phương pháp cơ bản sau: (1) Phương pháp nghiên cứu tài liệu. Sử dụng phương pháp này để khái quát, mô tả và giới thiệu một cách ngắn gọn các quan điểm về truyền thông, vai trò của truyền thông cũng như quan điểm về phát huy giá trị di tích nhằm làm đề dẫn để thực hiện nội dung cần hướng đến. (2) Phương pháp điều tra, khảo sát: Sử dụng phương pháp này chủ yếu để làm rõ thực trạng, vai trò truyền thông trong việc phát huy phát triển các giá trị di tích. Trên cơ sở đó, có thể đưa ra một số kiến nghị về công tác truyền thông nhằm phát huy tốt các giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương trong sự vận động phát triển về mọi mặt của đời sống xã hội ở tỉnh Bình Dương.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Một số khái niệm liên quan

* *Truyền thông và vai trò truyền thông*

Nguyễn Văn Dũng và Đỗ Thị Thu Hằng (2018). *Truyền thông lý thuyết và kỹ năng cơ bản* đã thống kê, giới thiệu rất nhiều quan điểm về truyền thông. Như, *Truyền thông là quá trình trao đổi tư duy hoặc ý tưởng bằng lời* (John R. Hober), *Truyền thông quan tâm nhất đến tình huống hành vi, trong đó nguồn thông tin truyền nội dung đến người nhận với mục đích tác động đến hành vi của họ* (Gerald Miler)... Trên cơ sở các quan điểm được liệt kê, giới thiệu trong công trình, hai tác giả đã đi đến thống nhất nêu quan điểm của mình về truyền thông như sau:

Truyền thông là quá trình liên tục trao đổi thông tin, kiến thức, tư tưởng, tình cảm..., chia sẻ kỹ năng và kinh nghiệm giữa hai hoặc nhiều người nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau, thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân, nhóm, cộng đồng xã hội. Khái niệm truyền thông mà công trình giới thiệu ở đây, nó bao gồm nhiều dạng và kênh truyền thông khác nhau. Ở mỗi dạng và kênh truyền thông có những đặc trưng, đặc điểm khác nhau, song tựu chung lại thì các thông điệp thông qua các kênh truyền thông tác động vào dư luận xã hội, tạo ra hiệu ứng xã hội; trên cơ sở đó góp phần nâng cao nhận thức, mở rộng hiểu biết, thay đổi thái độ và hành vi của cá nhân, nhóm tổ chức xã hội phù hợp với mục tiêu truyền thông và nhu cầu phát triển bền vững.

Trên cơ sở các giới thuyết về truyền thông của các học giả đi trước, chúng ta có thể hiểu truyền thông không đơn thuần chỉ là quá trình trao đổi thông tin, kiến thức... chia sẻ kinh nghiệm giữa hai hoặc nhiều người với nhau mà cùng đích của truyền thông là nhằm gia tăng sự hiểu biết, gia tăng kiến thức, kinh nghiệm...; hiểu biết lẫn nhau để thay đổi nhận thức, tiến tới thay đổi hành vi, thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của bản thân, nhóm, tổ chức xã hội. Công tác truyền thông phải được thực hiện với một quá trình liên tục trao đổi, sẽ chia thông tin, kiến thức... nhằm thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau cùng nhau thay đổi nhận thức, hành vi, thái độ đáp ứng nhu cầu phát triển của nhau. Thực hiện tốt quá trình này, chính là thực hiện tốt việc thay đổi nội dung thông điệp, kênh và các ký hiệu mã hóa thỏa mãn được thông tin cũng như phương tiện và khả năng giải mã của cá nhân, nhóm, tổ chức xã hội tiếp nhận thông tin. Việc thay đổi nội dung thông điệp, kênh, ký hiệu mã hóa phải đảm bảo các nguyên tắc, quy định của ngành, nhóm ngành, lĩnh vực; cá nhân, nhóm, tổ chức xã hội; quy chuẩn đạo đức xã hội và pháp luật quy định. Đồng thời, phải đảm bảo được nhu cầu mong đợi của nhau. Làm tốt quá trình này cũng chính là đã thực hiện được vai trò của truyền thông.

Trên thực tế, cũng có những truyền không đặt ra kế hoạch, mục đích cụ thể. Những truyền thông như vậy, thường được gọi là truyền thông không có chủ đích. Chẳng hạn, những thông tin mà bản thân, nhóm bạn trao đổi bằng lời trong quá trình giao tiếp trực tiếp hoặc gián tiếp ngay từ đầu rất có thể chỉ để giải lao, giải trí mà không đặt ra mục đích cần đạt. Tuy nhiên, trong quá trình giao lưu chia sẻ ấy, có những thông tin, kinh nghiệm mà cá nhân, nhóm đang cần, đang muốn hướng tới. Vì vậy, vô hình chung đã tạo cơ hội cho cá nhân, nhóm tiếp cận, từng bước thay đổi nhận thức, hành vi nhằm để đạt được nhu cầu của mình. Mặt khác, thông qua giao tiếp có thể gia tăng hiểu biết lẫn nhau hơn mà có sự thay đổi về nhận thức, thái độ và hành vi phù hợp với nhu cầu bản thân, nhóm, tổ chức xã hội. Đây cũng được gọi là quá trình hình thành thiết chế cá nhân, nhóm, tổ chức xã hội phù hợp với nhu cầu thực tiễn xã hội. Như vậy, dù muốn hay không, truyền thông có vai trò rất quan trọng trong đời sống xã hội. Mức độ vai trò truyền thông có thể có sự khác nhau do hoàn cảnh, môi trường, tri thức lịch sử văn hóa... và sự thay đổi nhận thức, hành vi và thái độ của mỗi cá nhân, nhóm, tổ chức xã hội, nhưng chúng ta có thể hiểu vai trò của truyền thông là làm tăng sự hiểu biết, tri thức, kinh nghiệm... để rồi có sự thay đổi về nhận thức, thái độ và hành vi phù hợp hơn với nhu cầu bản thân, nhóm, tổ chức xã hội thực tiễn đời sống.

* Phát huy giá trị di tích

Theo *Từ điển tiếng Việt*. Hoàng Phê Chủ biên, Nhà xuất bản Hồng Đức, năm 2023. Phát huy là làm cho cái hay, cái tốt tỏa tác dụng và tiếp tục nảy nở thêm. Như phát huy ưu điểm. Dân chủ được phát huy. Phát huy đầy đủ tác dụng. Còn giá trị là làm cho một vật có ích lợi, có ý nghĩa, là đáng quý về một mặt nào đó. Như giá trị của một sáng kiến cải tiến kỹ thuật. Giá trị nghệ thuật, giá trị tinh thần. Và di tích là dấu vết xưa còn lại (Phần mềm tra cứu Việt Hán Nôm), là sự kiện lịch sử đã được dư luận xã hội tiếp nhận và chuyển vào thế giới quan thông qua màng thẩm thấu tri thức lịch sử - văn hóa. Như vậy, có thể hiểu phát huy giá trị di tích là làm cho ý nghĩa, ích lợi và sự đáng quý của các dấu vết, sự kiện lịch sử xưa thêm nảy nở, tỏa tác dụng, phát huy được giá trị của nó. Bình Dương, tuy có lịch sử hình thành và phát triển muộn hơn so với một số tỉnh thành khác ở miền Bắc và miền Trung, song Bình Dương cũng có gần như đầy đủ các loại hình di tích. Từ di tích lịch sử, lịch sử cách mạng đến di tích lịch sử kiến trúc nghệ thuật, di chỉ khảo cổ... Ở mỗi loại hình di tích có những giá trị di tích khác nhau. Vì vậy, việc phát huy giá trị các di tích cũng có những điểm khác nhau. Dựa trên đặc điểm loại hình di tích mà các nhà quản lý, hoạch định chính sách phát huy phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương có

những định hướng truyền thông phù hợp.

4.2. Thực trạng vai trò truyền thông trong phát huy giá trị các di tích ở tỉnh Bình Dương

Bình Dương hiện có 63 di tích đã được xếp hạng là di tích lịch sử văn hóa nói chung, trong đó, có 13 di tích cấp quốc gia và 50 di tích cấp tỉnh. Thông qua trang Thông tin điện tử Sở Văn hoá, Thông tin và Du lịch tỉnh Bình Dương, các chính sách và thông tin liên quan đến hầu hết các di tích đã xếp hạng kể trên, được các nhà hoạch định chính sách, quản lý văn hóa, quản lý di tích đăng tải giới thiệu một cách chi tiết, cụ thể thông qua việc mã hóa bằng ngôn ngữ, hình ảnh và video. Cụ thể, ở trang Thông tin điện tử Sở Văn hoá, Thông tin và Du lịch tỉnh Bình Dương đã xây dựng hai chuyên mục giới thiệu, quảng bá về các di tích, là chuyên mục văn hóa và chuyên mục du lịch. Đối với chuyên mục văn hóa, trang Thông tin điện tử Sở Văn hoá, Thông tin và Du lịch tỉnh Bình Dương thiết kế thành bốn chuyên mục nhỏ, gồm chuyên mục chương trình/kế hoạch/đề án, chuyên mục đất và người Bình Dương, chuyên mục di tích và danh thắng, chuyên mục giấy phép. Ở chuyên mục chương trình/kế hoạch/đề án, các thông tin, thông điệp trong các chính sách (Nghị quyết, Quyết định, Kế hoạch) được xây dựng, ban hành giới thiệu không mang tính chủ quan cá nhân, nhóm tổ chức xã hội riêng lẻ nào mà nó được xây dựng dựa trên việc tìm hiểu, phân tích đánh giá tình hình cụ thể của các di tích; dựa trên dư luận xã hội về hoạt động du lịch và việc phát huy phát triển các giá trị di tích ở các di tích nói chung và dựa trên những dự báo về tương lai, nhằm trao đổi thông tin, sẻ chia kinh nghiệm tăng cường hiểu biết giữa nhóm chuyên trách, cơ quan có thẩm quyền ban hành các chính sách và đặc biệt là nhóm đối tượng tiếp nhận thông tin. Trên cơ sở đó, có sự thay đổi nhận thức, hành vi trong quá trình xây dựng chính sách bảo tồn, tôn tạo, phát huy giá trị di tích theo đúng luật pháp và quy định của nhà nước. Chuyên mục được chia thành ba mục chính là Lĩnh vực văn hóa, Lĩnh vực di sản văn hóa, Công tác gia đình và phong trào toàn dân đăng ký xây dựng đời sống văn hóa. Do phạm vi bài viết chỉ hướng đến vai trò truyền thông trong phát huy giá trị di tích, nên tác giả đặt trọng tâm cho công tác truyền thông chính sách có liên quan ở mục II (Lĩnh vực di sản văn hóa). Tuy vậy, ở mục I (Lĩnh vực văn hóa) và mục III (Công tác gia đình và phong trào toàn dân đăng ký xây dựng đời sống văn hóa) cũng có những chính sách nhằm để phát huy phát triển giá trị các di tích. Chẳng hạn như Kế hoạch số 1139/KH-UBND ngày 20/3/2023 của Ủy ban nhân dân tỉnh Bình Dương, thuộc mục I - kế hoạch triển khai thực hiện chiến lược phát triển văn hóa trên địa bàn tỉnh Bình Dương đến năm 2030. Riêng đối với mục II, trang thông tin điện tử giới thiệu, quảng bá Quyết định số

74/2007/QĐ-UBND, ngày 26/7/2007 của Ủy ban nhân dân tỉnh, ban hành quy chế về quản lý, bảo vệ, sử dụng và phát huy giá trị di tích lịch sử - văn hóa và danh lam thắng cảnh trên địa bàn tỉnh. Và với Kế hoạch số 6754/KH-UBND, ngày 26/12/2023, triển khai chương trình bảo tồn, phát huy bền vững giá trị di sản văn hóa và số hóa di sản văn hóa trên địa bàn tỉnh Bình Dương đến năm 2030. Kế hoạch đặt ra mục tiêu, yêu cầu nhiệm vụ cụ thể. Đặc biệt, nhiệm vụ xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về di sản văn hóa trên nền tảng công nghệ số thống nhất, phục vụ công tác lưu trữ, quản lý, nghiên cứu bảo tồn, khai thác, quảng bá di sản; triển khai ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số, liên thông dữ liệu số quốc gia trong lĩnh vực di sản văn hóa nhằm phục vụ công tác quản lý và truyền thông dữ liệu di sản số đến khách tham quan theo xu thế hội nhập. Đồng thời, kế hoạch đưa ra các giải pháp nhằm bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị các di tích. Việc tổ chức thực hiện kết hợp với các sở ban ngành, như: Sở Tài chính, Sở Khoa học Công nghệ, Sở Giáo dục, Sở Truyền thông nhằm thực hiện đạt kết quả theo kế hoạch.

Đối với chuyên mục *Đất và Người Bình Dương*, trang Thông tin điện tử Sở Văn hoá, Thông tin và Du lịch tỉnh Bình Dương giới thiệu, quảng bá các điểm đến của di tích trên địa bàn tỉnh nói chung và di tích đã được xếp hạng nói riêng thông qua việc mã hóa bằng ngôn ngữ, hình ảnh và video được truyền tải trên trang thông tin. Thông qua mã hóa bằng ngôn ngữ, hình ảnh và video, các điểm đến, hiện trạng cũng như các giá trị di tích được phác họa nên một cách chân thực, đầy đủ, chính xác và sinh động nhằm giới thiệu cho công chúng nội dung thông điệp đặc sắc và cụ thể. Nó thực sự trở thành nơi cung cấp thông tin, chia sẻ kinh nghiệm, vốn hiểu biết về đất và người Bình Dương một cách thuyết phục, phục vụ tốt cho công chúng, đặc biệt những ai quan tâm tìm hiểu về đất và người Bình Dương, về các giá trị văn hóa truyền thống.

Đối với chuyên mục *di tích và danh thắng*, các di tích được xếp hạng cấp quốc gia, cấp tỉnh đều được mô tả giới thiệu khá chi tiết thông qua mã hóa bằng ngôn ngữ và hình ảnh, từ điểm đến, lịch sử hình thành, các giá trị di tích cho đến ngày được quyết định công nhận xếp hạng là di tích cấp quốc gia/cấp tỉnh... Tương tự ở chuyên mục *du lịch* một số di tích cũng được trang giới thiệu cụ thể các điểm đến, lịch sử hình thành, giá trị lịch sử văn hóa thông qua ngôn từ, hình ảnh, video, cung cấp thông tin một cách nhanh chóng và kịp thời cho nhóm đối tượng tìm kiếm thông tin về các di tích, điểm đến di tích mà mình đang hướng tới. Thực hiện hoạt động truyền thông như vậy là một bước đi tương đối hợp lý, đáp ứng được phần nào nhu cầu của quần chúng nhân dân.

Vấn đề truyền thông để phát huy, phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương còn được thực hiện thông qua việc tổ chức cắm trại ôn lại các giá trị truyền thống của các đoàn hội trong và ngoài tỉnh hay các hoạt động kết nạp đoàn, đội cho học sinh, sinh viên, đoàn thanh niên; kỷ niệm ngày truyền thống ngành văn hóa (23/11), kỷ niệm ngày thăm sát tù nhân (1/12) ở di tích Nhà tù Phú Lợi, tổ chức lễ hội Kỳ yên ở hệ thống các đình thần trên địa bàn tỉnh Bình Dương, với các địa điểm được lựa chọn để tổ chức thực hiện thường là những di tích lưu giữ các giá trị lịch sử văn hóa truyền thống đặc sắc ở địa phương như: Trường Trung cấp Mỹ thuật Bình Dương, Làng nghề truyền thống sơn mài Trương Bình Hiệp, Nhà cổ Đốc Phủ Đầu hay một số di tích cách mạng, như: Nhà tù Phú Lợi, Chiến khu Đ, Chiến khu Thuận An Hòa, Địa đạo Tây Nam Bến Cát, Sở chỉ huy tiền phương chiến dịch Hồ Chí Minh... Việc truyền thông theo mô hình tổ chức các hoạt động ấy, không đơn thuần chỉ là dịp để giới trẻ có cơ hội ôn lại những giá trị truyền thống mà còn là cách để thế hệ trẻ hiểu biết hơn về quá khứ, về các giá trị truyền thống nhằm có những thay đổi về nhận thức tư duy, thay đổi hành vi thái độ tương xứng với các giá trị lịch sử truyền thống mà cha ông đã dày công vun đắp trong đời sống hiện đại. Mặt khác, cũng giúp cho những người làm công tác truyền thông có dịp được gặp gỡ, trao đổi, sẻ chia và kết nối với thế hệ trẻ để nâng cao nhận thức, kinh nghiệm và sự hiểu biết để có những điều chỉnh nội dung thông điệp phù hợp với giới trẻ nhằm phát huy được nội lực sức trẻ nhưng vẫn không làm mất đi những giá trị truyền thống, từng bước hình thành nên nét văn hóa trong giới trẻ theo thiết chế và thể chế chính trị đã được cha ông xây dựng. Hơn nữa, thông qua việc tổ chức các hoạt động được nêu trên có thể mời các cơ quan truyền thông đại chúng, như: báo đài địa phương, các tỉnh thành lân cận đưa tin, quảng bá về các hoạt động được tổ chức. Song song cùng với đó, các cá nhân, nhóm, tổ chức có thể sử dụng các nền tảng mạng xã hội, như: zalo, facebook, tiktok... trang web đơn vị để truyền tải các thông điệp được quay, chụp trong quá trình tổ chức thực hiện các hoạt động nhằm lan tỏa thông tin đến với quần chúng. Các thông điệp được truyền đi có thể không nhận được sự quan tâm nhiều của đông đảo quần chúng, nhưng chí ít đã tác động đến nhận thức của họ mà có những thay đổi phù hợp với tri thức lịch sử văn hóa đã được cộng đồng xã hội thẩm định, so sánh, đối chiếu trong quá trình tiếp nhận trước đó.

Bình Dương được biết đến là tỉnh có nhiều lợi thế để phát triển kinh tế, đặc biệt là kinh tế công nghiệp. Sự phát triển ấy đã thu hút lượng lớn khách trong và ngoài nước đến Bình Dương để tìm kiếm cơ hội đầu tư, mở rộng kinh doanh, hợp tác phát

triển kinh tế. Trong quá trình giao dịch, trao đổi, mời gọi đầu tư và các hoạt động kinh doanh với khách hàng, lãnh đạo tỉnh Bình Dương đã tổ chức đón tiếp một cách trân quý và nồng hậu thể hiện được sự thân thiện, hài hòa và cởi mở, hợp tác hai bên cùng có lợi. Đề tạo niềm tin và sự hiểu biết lẫn nhau, lãnh đạo tỉnh, các sở, ban ngành khi đón tiếp các đoàn khách trong và ngoài nước đến thăm và làm việc tại tỉnh Bình Dương thường giới thiệu khách đến tham quan một số điểm di tích tiêu biểu, như: Chùa Hội Khánh, đình Phú Cường, di tích Nhà tù Phú Lợi, Chiến Khu Đ, Địa đạo Tây Nam Bến Cát và một số làng nghề truyền thống Bình Dương khác... Thông qua đó, du khách sẽ được trải nghiệm, chứng kiến, cảm nhận về những hình ảnh, âm thanh, hiện vật, những nét đặc trưng văn hóa truyền thống người Bình Dương qua thuyết minh giới thiệu và việc phục dựng lại hình ảnh, sự kiện lịch sử một cách sinh động và chân thực, thể hiện được tinh thần đoàn kết, vượt qua mọi khó khăn gian khổ để xây dựng tỉnh Bình Dương ngày càng giàu đẹp và nghĩa tình. Cách truyền thông trực tiếp như vậy, đã tạo cho du khách có thêm thông tin, hiểu biết hơn về tỉnh Bình Dương để từ đó có thể đưa ra những quyết định phù hợp cho mục đích mà mình đang hướng đến.

Ngoài hoạt động truyền thông về chính sách được đăng tải trên trang Thông tin điện tử Sở Văn hoá, Thông tin và Du lịch tỉnh Bình Dương, các hoạt động truyền thông trực tiếp hoặc gián tiếp của cá nhân, nhóm tổ chức đơn vị kể trên, hoạt động truyền thông phát huy phát triển giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương từ lâu đã nhận được sự quan tâm của các thể hệ chức trách và người dân trong tỉnh. Trong mỗi giai đoạn lịch sử, lãnh đạo tỉnh Bình Dương đã ban hành giới thiệu các chính sách nhằm để bảo tồn, tôn tạo cũng như phát huy các giá trị di tích phù hợp đáp ứng được nhu cầu thực tiễn người dân trong từng giai đoạn lịch sử cụ thể. Có thể nói vai trò truyền thông trong việc phát huy phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương được tiến hành thực hiện bằng nhiều hình thức khác nhau đảm bảo được tính liên tục trao đổi thông tin, chia sẻ kinh nghiệm, tư tưởng tình cảm... gia tăng sự hiểu biết, tiến tới có sự thay đổi về nhận thức, thái độ và hành vi phù hợp với từng giai đoạn lịch sử và thỏa mãn được nhu cầu giải trí, an sinh xã hội và đặc biệt là sự phát triển văn hóa trong sự vận động phát triển về mọi mặt của đời sống xã hội ở địa phương. Tuy vậy, có thể nói, hoạt động truyền thông phát huy phát triển các giá trị di tích ở Bình Dương trong thời gian qua chủ yếu là hoạt động truyền thông mang tính không có chủ đích. Các thông tin, thông điệp, ấn phẩm được in ấn phát hành, đăng tải, giới thiệu trên các kênh truyền thông tác động đến đối tượng tiếp nhận thông tin phần nào có sự thay đổi nhận thức,

thái độ, hành vi của họ. Song sự tác động thay đổi ấy, ngày từ đâu không đặt ra kế hoạch tác động đến ai, đối tượng nào, với mức độ tác động nhận thức thay đổi như thế nào? Cần lựa chọn kênh truyền thông nào và tổ chức tiến hành truyền thông như thế nào, có cần đánh giá kết quả hoạt động truyền thông không? Có cần phải duy trì và ai là người được giao nhiệm vụ để duy trì, kinh phí để thực hiện...? là những câu hỏi chưa được lên kế hoạch trong hoạt động truyền thông để phát huy các giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương trong thời gian qua. Vì vậy, để trả lời cho những câu hỏi đó và đảm bảo đáp ứng nhu cầu phát huy phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương trong thời gian tới cần có những cách tiếp cận truyền thông mang tính chiến lược, có kế hoạch, lộ trình và mục đích rõ ràng cụ thể, thể hiện được tính chuyên nghiệp và có chiều sâu hơn.

5. Thảo luận

Xuất phát từ những vấn đề nêu trên, để đảm bảo được những đặc điểm truyền thông như vậy, bài viết luận bàn và đề xuất một số kiến nghị như sau:

Thứ nhất, cần có sự nghiên cứu ban đầu về nhóm đối tượng/công chúng để nắm bắt được sở thích và nhu cầu tiếp nhận thông tin nhằm để xác định được con đường, cách thức chuyển tải thông điệp về phát huy giá trị các di tích ở Bình Dương đến với đối tượng tiếp nhận thông tin một cách hiệu quả.

Thứ hai, cần xây dựng nội dung thông điệp vừa đảm bảo được sự phát huy, phát triển các giá trị di tích nhưng đồng thời phải phù hợp với con đường và cách thức đã được nghiên cứu xác định.

Thứ ba, cần lựa chọn kênh truyền thông phù hợp với nội dung thông điệp đã được xây dựng, đặc biệt là phù hợp với nhóm đối tượng tiếp nhận thông tin.

Thứ tư, cần lựa chọn chiến dịch truyền thông phù hợp với vấn đề được truyền thông và điều kiện cụ thể. Ở đây là phát huy các giá trị di tích, vì vậy nên lựa chọn mô hình truyền thông vừa ngắn hạn vừa dài hạn. Nghĩa là các giá trị di tích (thông điệp) luôn được đăng tải trên các trang web đơn vị chuyên môn, nhưng với những thông điệp được tổ chức định kỳ ngoài việc đăng tải trên các trang web cũng cần được thực hiện đưa tin rầm rộ bằng nhiều hình thức và phương tiện khác nhau.

Thứ năm, cần nghiên cứu sự phản hồi của nhóm đối tượng tiếp nhận các giá trị di tích để đánh giá được năng lực và hiệu quả truyền thông đạt đến mức độ nào nhằm rút kinh nghiệm và chuẩn bị các căn cứ để xây dựng kế hoạch truyền thông sắp tới.

Thứ sáu, cần có sự kiểm tra, giám sát, đánh giá, động viên để có những điều chỉnh cho phù hợp hơn trong tương lai.

6. Kết luận

Công tác truyền thông để phát huy các giá trị di

tích ở tỉnh Bình Dương từ lâu đã được lãnh đạo và người dân Bình Dương quan tâm thực hiện đáp ứng được phân nào nhu cầu của đông đảo quần chúng qua từng giai đoạn lịch sử. Quá trình truyền thông ấy, đã được tổ chức thực hiện bằng nhiều cách thức và phương tiện truyền thông khác nhau. Có cả truyền thông cá nhân, truyền thông nhóm, truyền thông đại chúng; truyền thông trực tiếp, gián tiếp; với nội dung thông điệp tương đối phong phú, đa dạng thể hiện được thực trạng các giá trị di tích ở địa phương. Các phương tiện được dùng để mã hóa và chuyển tải thông điệp cũng rất đa dạng, cho thấy được việc áp dụng, sử dụng thành quả khoa học và công nghệ vào trong công tác truyền thông theo xu thế phát triển chung của thời đại. Tuy nhiên, hoạt động truyền thông phát huy phát triển các giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương trong thời gian qua mới chỉ dừng lại ở hoạt động truyền thông không chủ đích. Mặc dù, ở mỗi giai đoạn lịch sử cụ thể, hoạt

động truyền thông cũng đạt được một số kết quả thỏa mãn được tính phục vụ nhu cầu, mong đợi và lợi ích của công chúng, nhóm xã hội. Nhưng đó là kết quả không được đặt ra mục tiêu, kế hoạch trước. Hoạt động truyền thông như vậy, nó chưa thể hiện được chiều sâu, tính chuyên nghiệp và phát triển bền vững. Để thể hiện rõ các đặc điểm này trong hoạt động truyền thông phát huy giá trị các di tích ở tỉnh Bình Dương trong thời gian tới, các cá nhân, đơn vị làm công tác truyền thông nên hướng đến việc xây dựng kế hoạch, có lộ trình, chiến lược và mục đích cụ thể để góp phần phát triển mang tính bền vững. Bài viết đã nêu lên một số thực trạng hoạt động truyền thông để phát huy các giá trị di tích ở tỉnh Bình Dương trong thời gian qua, đồng thời đưa ra một số kiến nghị mang tính gợi mở có thể phần nào giúp các nhà hoạt động truyền thông thuộc lĩnh vực, tham khảo thực hiện công tác truyền thông của mình được tốt hơn nữa trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo

Business edge. (2007). *Quan hệ công chúng, biến công chúng thành “fan” của doanh nghiệp*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nxb. Trẻ.

Dững, N. V. & Hằng, Đ. T. T. (2018). *Truyền thông lý thuyết và kỹ năng cơ bản*. Hà Nội: Nxb. Thông tin và Truyền thông.

Đáng, H. N. (2017). *Tìm hiểu liên đới Hán Nôm trong các đình, chùa, miếu tỉnh Bình Dương*. Hà Nội: Nxb. Chính trị Quốc gia sự thật.

Hằng, Đ. T. T. (2015). *PR lý luận & ứng dụng*. Hà Nội: Nxb. Lao động.

Học, N. H. (2013). *Dấu xưa đất Thủ...* Thành phố Hồ Chí Minh: Nxb. Trẻ.

Học, N. H., Anh, H. & An, T. (2008). *Làng nghề Bình Dương*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nxb. Trẻ.

Nhiều tác giả. (2008). *Di tích và Danh thắng tỉnh Bình Dương*. Xí nghiệp in Nguyễn Minh Hoàng.

Phong, B. H. (2012). *Bước đầu khảo sát lễ hội Bình Dương*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nxb. Trẻ.

VAI TRÒ TRUYỀN THÔNG TRONG PHÁT HUY GIÁ TRỊ CÁC DI TÍCH Ở TỈNH BÌNH DƯƠNG

Nguyễn Văn Ngoan

Trường Đại học Thủ Dầu Một, tỉnh Bình Dương

Email: ngoanmv@tdmu.edu.vn

Nhận bài: 27/12/2024; Phản biện: 13/01/2025; Tác giả sửa: 21/01/2025; Duyệt đăng: 25/3/2025; Phát hành: 28/4/2025

DOI: <https://doi.org/10.54163/ncdt/402>

Bài viết giới thiệu khái quát về truyền thông, vai trò truyền thông và phát huy các giá trị di tích dựa trên các kết quả nghiên cứu đi trước đã đạt được. Trên cơ sở đó, bài viết nêu thực trạng vai trò truyền thông trong việc phát huy phát triển các giá trị di tích trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Thông qua đó, tác giả đưa ra một số kiến nghị về công tác truyền thông nhằm thực hiện tốt hơn nữa việc phát huy phát triển các giá trị di tích trong thời gian tới ở địa phương.

Từ khóa: Hoạt động truyền thông; Kênh truyền thông; Thay đổi hành vi; Tri thức lịch sử văn hóa.