THÔNG ĐIỆP CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG VÀ HỘI AN TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ: HỌC TẬP TRẢI NGHIỆM NHƯ MỘT HOẠT ĐỘNG ĐIỂN HÌNH

TRẦN THỊ TUYẾT
Khoa Ngữ văn – Truyền thông, Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng
NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN
Viện Đào tạo Báo chí – Truyền thông,
Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội
LÊ VÂN TRÚC LY
Khoa Ngữ văn – Truyền thông, Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng

Nhận bài ngày 29/6/2025. Sửa chữa xong 04/7/2025. Duyệt đăng 10/7/2025.

Abstract

By analyzing 300 journalistic works focusing on educational and experiential activities at selected community-based tourism sites in Da Nang and Hoi An, published on four online newspapers Tiền Phong, VnExpress, Báo Đà Nẵng, and Báo Quảng Nam from April 2022 to December 2024, alongside a number of in-depth interviews, this study describes emerging models of education integrated with tourism. The research also identifies limitations in audience engagement, particularly regarding comments, opinion-sharing, and the exchange of personal experiences among participants.

Keywords: *Experiential learning, destinations, sustainable tourism, Da Nang, Hoi An, online newspapers.*

1. Đặt vấn đề

Đại dịch Covid-19 đã gây ra thiệt hại nặng nề cho ngành Du lịch toàn cầu. Việt Nam cũng chịu tác động mạnh mẽ do mất đi nguồn thu từ các hoạt động du lịch. Việc phục hồi du lịch, đặc biệt là ở cấp địa phương đóng vai trò then chốt trong việc tái cơ cấu kinh tế và phát triển nền văn hóa. Đà Nẵng và Hội An là hai thành phố du lịch nổi tiếng của miền Trung đã có nhiều nỗ lực phục hồi du lịch bằng việc thúc đẩy sự đổi mới trong các hoạt động du lịch như điều chỉnh chính sách phát triển thị trường, mở rộng các hoạt động quảng bá, phát triển nhiều sản phẩm du lịch trong đó có hoạt động học tập trải nghiệm tại các điểm du lịch cộng đồng. Báo điện tử đóng vai trò quan trọng trong việc cấp thông tin khách quan cho các bên liên quan về chính sách phát triển du lịch góp phần kết nối, hợp tác để cùng Đà Nẵng và Hội An phát triển du lịch bền vững.

2. Đối tượng, phạm vi và phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là các bài báo về các hoạt động học tập trải nghiệm tại các điểm du lịch cộng đồng thành phố Đà Nẵng và Hội An trên báo điện tử địa phương (Báo Đà Nẵng, Báo Quảng Nam) và báo trung ương (Báo Tiền phong và Báo VnExpress).

Phạm vi khảo sát: từ tháng 4/2022 đến tháng 12/2024. Ngày 24/4/2020, Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị số 19/CT-TTg [1] về tiếp tục thực hiện các biện pháp phòng, chống dịch COVID-19 trong tình hình mới trong đó có nội dung dần từng bước mở lại du lịch nội địa, từng bước phục hồi và phát triển

(*) Nghiên cứu này được thực hiện từ nguồn kinh phí hỗ trợ của Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng trong đề tài mang mã số: T2025-TN-02.

Email: tttuyet@ued.udn.vn.

kinh tế du lịch địa phương. Truyền thông thời điểm này có ý nghĩa quan trọng trong việc "lưu giữ và nhắc nhớ ấn tượng của du khách và nhà đầu tư về thành phố du lịch thân thiện, mến khách" [2, tr. 48]. Từ tháng 4/2022 về cơ bản du lịch Đà Nẵng và Hội An đã phục hồi hoàn toàn. Tháng 12/2024, kinh tế du lịch cả hai thành phố đã có nhiều khởi sắc với sự đa dạng thị trường, sản phẩm du lịch. Việc chọn các mốc thời gian trên giúp tác giả nhìn rõ hơn quá trình phục hồi du lịch và phát triển du lịch của hai thành phố.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nội dung báo chí định lượng với hệ thống từ khóa cụ thể để tìm kiếm trên bốn báo điện tử được khảo sát. Quá trình thực hiện gồm 2 bước: thống kê định lượng và phân tích nội dung chủ đề.

Cỡ mẫu và phương pháp chọn mẫu: Đối với phương pháp phân tích nội dung định lượng: nhóm tác giả thực hiện lệnh tìm kiếm bằng công cụ Google search theo các cụm từ khoá: (1) "Đà Nẵng" OR "Hội An" AND "trải nghiệm làng nghề" AND "du lịch cộng đồng"; (2) "Đà Nẵng" OR "Hội An" AND "giáo dục du lịch" AND "du lịch sinh thái"; (3) "Đà Nẵng" OR "Hội An" AND "học sinh, sinh viên" AND "trải nghiệm văn hóa". Trong giai đoạn đầu, nghiên cứu đã thu về kết quả là 2.355 bài báo có liên quan trên 4 báo điện tử được khảo sát. Ở giai đoạn 2, nghiên cứu sử dụng kỹ thuật đọc quét (scanning) tiêu đề của các bài báo để tìm kiếm sự liên quan đến chủ đề nghiên cứu, kết quả thu về là 1200 bài báo. Sau khi đã loại trừ tất cả các kết quả không hợp lệ: không tập trung vào chủ đề kinh tế và chính sách phát triển kinh tế du lịch; trùng lắp về nội dung các trên các báo; dẫn nguồn thông tin từ các báo khác ngoài phạm vi khảo sát... Nghiên cứu thu về được 603 bài phù hợp. Bằng việc rút gọn mẫu nghiên cứu theo bước mẫu (k =2), bài viết chọn phân tích là 300 bài báo. Đối với các biến về dạng bài, nội dung và hình thức thông tin trên tác phẩm báo chí, nghiên cứu học hỏi và điều chỉnh từ phụ lục luận án tiến sĩ Trần Thị Yến Minh (2021) [3]. Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm JASP 18 và Nvivo 10. Thống kê mô tả được sử dụng phổ biến.

3. Nội dung nghiên cứu

3.1. Cơ sở lý thuyết

Được phát triển bởi nhiều học giả, lý thuyết khung được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu thông điệp truyền thông. Theo Erving Goffman (1974), "khung" đề cập đến những mô hình diễn giải (schemata of interpretation) để "xác định, tiếp nhận, định dạng và gắn nhãn cho vô số các sự kiện xảy ra trong cuộc sống" [4, tr. 21]. Theo William A. Gamson (1985), "tin tức cho chúng ta biết về một thế giới đã được đóng gói" [5, tr. 608]. Robert Entman (1993) nhấn mạnh: "Đóng khung là lựa chọn thông tin để trở nên đáng chú ý, đáng nhớ và có ý nghĩa hơn đối với công chúng" [6, tr. 53]. Ngoài ra, Nguyen Thu Giang (2011) nhấn mạnh: "lý thuyết khung còn có ý nghĩa quan trọng trong việc xem xét ý nghĩa truyền thông về mặt hình ảnh" [7]. Lý thuyết này giúp nhận thấy xu hướng đưa tin về thuận lợi - tiềm năng chiếm ưu thế hơn nhóm thông tin về khó khăn - thách thức trong truyền thông chính sách phát triển du lịch bền vững địa phương trên các báo điện tử.

3.2. Kết quả

Bằng việc đo tần suất xuất hiện hoạt động học tập trải nghiệm tại các điểm du lịch cộng đồng thành phố Đà Nẵng và Hội An trên các báo điện tử, tác giả chỉ ra các xu hướng truyền thông cụ thể: 1) Thông điệp về các hoạt động học tập, tham quan, trải nghiệm nghề truyền thống; 2) Thông về các hoạt động học tập, trải nghiệm văn hóa; 3) Thông điệp về các hoạt động học tập trải nghiệm du lịch sinh thái, chuyên đề môi trường...

Chủ đề	Số lượng	Phần trăm %
Tham quan, trải nghiệm nghề truyền thống	175	59
Tham quan, trải nghiệm hoạt động văn hoá	73	24
Tham quan, trải nghiệm du lịch sinh thái, bảo vệ môi trường	52	17
Total	**300**	**100**

Bảng 1: Nội dung thông điệp chính sách hoạt động học tập, trải nghiệm tại các điểm đến thành phố Đà Nẵng và Hội An trên báo điện tử

3.2.1. Nội dung thông điệp chính sách về hoạt động học tập, trải nghiệm trong chính sách phát triển du lịch bền vững

a. Thông điệp chính sách về hoạt động học tập, trải nghiệm nghề truyền thống

Thực hiện Nghị quyết số 82/NQ-CP 2023 của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững với phương châm "Sản phẩm đặc sắc - Dịch vụ chuyên nghiệp - Thủ tục thuận tiện, đơn giản Giá cả cạnh tranh - Môi trường vệ sinh, sáng, xanh, sạch đẹp, an toàn - Điểm đến an toàn, văn minh, thân thiện" [8] và Chỉ thị số 08/CT-TTg 2024 của Thủ tướng Chính phủ về phát triển du lịch toàn diện, nhanh và bền vững với phương châm "Liên kết chặt chẽ - Phối hợp nhịp nhàng - Hợp tác sâu rộng - Bao trùm toàn diện - Hiệu quả bền vững" [9], thành phố Đà Nẵng và Hội An đã tạo ra và tận dụng các lợi thế, tiềm năng, sáng tạo nhiều sản phẩm độc đáo để thu hút du khách trong và ngoài nước.

Nhiều đơn vị kinh doanh lữ hành như đã có có những chương trình, gói sản phẩm du lịch kết hợp với các cấp học, chương trình đào tạo lồng ghép các hoạt động trải nghiệm học tập với các điểm đến là làng nghề truyền thống, tạo sức hấp dẫn cho du khách, tăng nguồn thu cho người dân.

Thông điệp về các hoạt động học tập, tham quan và trải nghiệm nghề truyền thống trên các báo điện tử đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức và thu hút sự tham gia của cộng đồng. Tại làng gốm Thanh Hà, sau khi được nghe các nghệ nhân địa phương hướng dẫn chi tiết từng bước, du khách có thể tham gia một phần hoặc toàn bộ quy trình - tự tay tạo ra những sản phẩm gốm độc đáo và mang đậm dấu ấn cá nhân. Du khách có thể tham gia các lớp học làm đèn lồng tại phố cổ Hội An. Tại làng mộc Kim Bồng, du khách có thể được tham gia vào quá trình làm mộc, từ việc đục, chạm khắc đến hoàn thiện sản phẩm để hiểu rõ hơn về sự tinh tế và công phu trong việc chạm, khắc các sản phẩm gỗ. Các hoạt động nông nghiệp khác như trồng, chăm sóc và thu hoạch rau của nông dân cũng thu hút sự quan tâm của du khách. Tại Đà Nẵng, du khách có thể tham quan, học tập trải nghiệm làm bánh tráng Túy Loan, làm đá mỹ nghệ Non Nước, làm chiếu tại Cẩm Nê hoặc làm nước mắm, cà phê nước mắm Nam Ô…

Nhìn chung các bài viết thể hiện đúng nội dung Đề án phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 của Ủy ban nhân dân (UBND) thành phố Đà Nẵng [10] và Kế hoạch Phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Quảng Nam đến năm 2025 của UBND tỉnh Quảng Nam [11] và thu hút và đón khách du lịch quốc tế đến tỉnh Quảng Nam trong giai đoạn mới, hướng đến tiêu chí du lịch xanh – bền vững [12]. Có thể kể đến một số bài viết: "Triển vọng du lịch làng nghề", "Hội An xây dựng tuyến tham quan xanh tại làng rau Trà Quế", "Trải nghiệm không thể bỏ qua ở Trà Quế - làng du lịch tốt nhất thế giới", "Làng nghề trên cung đường di sản", "Trải nghiệm tinh hoa nghề mộc", "Bán trải nghiệm, mua hành trình", "Du khách làm thợ làng nghề", "Nghề làm bánh tráng hơn 500 năm ở Đà Nẵng", "Trải nghiệm loạt lễ hội văn hóa quốc tế tại Bà Nà", "Công viên châu Á Đà Nẵng tổ chức lễ hội Halloween quy mô lớn".

b. Thông điệp chính sách về học tập, trải nghiệm văn hóa

Đà Nẵng và Hội An là hai điểm đến hấp dẫn của miền Trung không chỉ thu hút du khách bởi vẻ đẹp thiên nhiên mà còn bởi các hoạt động văn hóa phong phú. Nhiều hoạt động giáo dục và nghiên cứu được tổ chức tại bảo tàng Đà Nẵng đã mạnh vai trò của bảo tàng trong việc cung cấp trải nghiệm giáo dục toàn diện, như một trung tâm khuyến khích học tập, thúc đẩy sự tìm tòi, sáng tạo cho khách tham quan. Bảo tàng Mỹ thuật Đà Nẵng cũng thường xuyên phối hợp các đơn vị tổ chức cuộc thi sáng tác tranh thiếu nhi, in tranh Đông Hồ, vẽ mặt nạ giấy bồi và giáo dục di sản mỹ thuật cho học sinh các cấp. Bảo tàng Điêu khắc Chăm Đà Nẵng trong năm 2024 đón hơn 100 đoàn khách với gần 5000 lượt khách tham quan, học tập với hàng chục hoạt động giáo dục trải nghiệm "Cùng em khám phá" và chương trình giáo dục chuyên đề cho học sinh (HS), sinh viên (SV). Hiện nay nội dung môn học Giáo dục địa phương được số hóa để HS và phụ huynh có thể tra cứu trực tiếp trên ứng dụng web và mã QR. Hoạt động "Quảng Nam - dấu ấn người cổ Bàu Dũ, Sa Huỳnh" tại Bảo tàng Quảng Nam cũng thu hút sự tham gia của gần 600 học sinh tham gia. Đây là cách tiếp cận giáo dục sáng tạo, giúp học sinh dễ dàng tiếp thu kiến thức lịch sử, nhất là lịch sử địa phương.

Các bài phản ánh và phóng sự trên báo điện tử thường xuyên giới thiệu các lễ hội văn hóa đặc sắc của địa phương như lễ hội đèn lồng, tết nguyên tiêu, tết trung thu, Ký ức Hội An và các hoạt động khám phá khu phố cổ, nhà cổ, cầu, chùa,...; các lễ hội quốc tế như lễ hội Hội An – Nhật Bản, Ấn Độ... Một số bài viết: "Thúc đẩy học tập, trải nghiệm qua bảo tàng", "Bảo tàng Quảng Nam tổ chức chương trình học tập lịch sử, văn hóa địa phương", "Hun đúc tình yêu lịch sử cho học sinh", "Hãy để học sinh có mùa hè bổ ích", "Đến Đại học Đà Nẵng trải nghiệm học thuật và văn hóa" , "Đưa nghệ thuật hô hát bài chòi vào trường học", "Đảo Ký Ức Hội An - điểm đến bảo tồn giữa lòng di sản", "Hội An phát triển sản phẩm du lịch từ văn hóa"…

c. Thông điệp chính sách về học tập, trải nghiệm du lịch sinh thái, bảo vệ môi trường

Các báo điện tử cũng thường xuyên đăng tải thông tin về các chương trình du lịch xanh, với các sản phẩm du lịch thân thiện với môi trường, từ đó giúp du khách vừa có cơ hội tham quan, vừa đóng góp vào việc bảo tồn đa dạng sinh học, đồng thời nâng cao nhận thức về các lựa chọn du lịch bền vững. Một số bài báo: "Du lịch xanh kiểu Hội An", "Hội An chú trọng phát triển du lịch theo hướng xanh, bền vững", "Điểm nhấn du lịch xanh", "Người dân, du khách đến với bán đảo Sơn Trà", "Giữ gìn môi trường biển và bán đảo Sơn Trà mãi xanh", "Tổ chức chương trình ngày hội môi trường với chủ đề "Biển Đà Nẵng mãi trong xanh"... Các hoạt động tiêu biểu được truyền tải: Sapo Hoi An tái chế dầu ăn thừa nhà bếp thành xà phòng; The Field Restaurant phân loại rác nhà bếp và ủ phân hữu cơ, tổ chức tiệc trên đồng ruộng; tour vớt rác trên sông - rừng dừa Bảy mẫu; Cù Lao Chàm nói không với túi ny lon… Sự kiện "Đại dương xanh" ở bãi biển Xuân Thiều Đà Nẵng (2023) thu hút sự tham gia của nhiều lực lượng, hội, nhóm ra quân dọn vệ sinh môi trường tại khu vực bãi biển, hoạt động ngoại khóa, workshop (hội thảo- thảo luận) tìm hiểu về cách thức bảo vệ môi trường. Hoạt động "Clean Up Son Tra - Vì một Sơn Trà xanh" thu gom khoảng từ 200kg đến 1,5 tấn rác thải trong mỗi đợt.

3.2.2. Hình thức bài báo truyền thông về hoạt động học tập trải nghiệm

Hình thức các bài báo truyền thông về hoạt động học tập trải nghiệm du lịch Đà Nẵng và Hội An được giới thiệu ở Bảng 2.

Dạng bài	Số lượng	Phần trăm %
Tin tức	188	63
Phỏng vấn	5	1
Ký sự, phóng sự	23	8
Phân tích, tổng hợp	96	32
Tổng	**300**	**100**

Bảng 2: Hình thức bài báo truyền thông về hoạt động học tập trải nghiệm du lịch Đà Nẵng và Hội An

Kết quả nghiên cứu cho thấy, chiếm tỉ lệ cao nhất là dạng bài có tính chất thông báo ngắn như tin, phản ánh, tường thuật với 63%. Tiếp đến là dạng bài tổng hợp. Việc truyền đạt thông tin qua các nhân vật có tầm ảnh hưởng chưa chú trọng truyền thông. Dạng bài phỏng vấn còn ít. Hình thức thông chủ yếu bằng văn bản chữ viết (text) và thường được minh hoạ bằng 1- 2 hình ảnh tĩnh. Dạng bài dài (longform), bài tích hợp đa phương tiện (multimedia) còn ít. Kết quả khảo sát cho thấy, 100% tin, bài được thực hiện bởi phóng viên. Bài viết được đặt hàng bởi chuyên gia, nhà giáo dục hoặc bạn đọc không có trong diện khảo sát. Đặc biệt, khảo sát 300 bài báo không ghi nhận kết quả bài viết nào được thực hiện bởi khách du lịch hoặc nhà đầu tư.

3.3. Một số hàm ý chính sách

Nhìn chung, tác phẩm báo chí trên các báo điện tử được khảo sát đã phản ánh đúng các chính sách quan trọng của thành phố Đà Nẵng và Hội An về phát triển du lịch bền vững thông qua hoạt động giáo dục du lịch. Để thu hút du khách, nâng cao giá trị thương hiệu và thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch, Đà Nẵng và Hội An cần một chiến lược truyền thông toàn diện, tập trung vào cả việc quảng bá điểm đến và cải thiện chất lượng dịch vụ phù hợp với từng giai đoạn. Dưới đây là một hàm ý chính sách truyền thông:

3.3.1. Nâng cao lượng nội dung và hình thức tác phẩm báo chí về học tập, trải nghiệm du lịch

Nâng cao lượng nội dung và hình thức sản phẩm truyền thông là một yếu tố then chốt trong chiến

lược phát triển du lịch bền vững và hiệu quả. Điều này không chỉ giúp thu hút du khách mà còn tạo dựng hình ảnh thương hiệu du lịch có tính cạnh tranh trong bối cảnh có nhiều thay đổi về xu thế và yêu cầu của du khách. Các thông tin hiện nay đang tập trung giới thiệu những điểm mạnh, lợi thế của hai địa phương trong việc tổ chức các hoạt động học tập trải nghiệm. Các sản phẩm truyền thông cần đa dạng về thông tin như thông tin chỉ dẫn, thông tin tư vấn đầu tư, thông tin về một số thách thức trong các dự án học tập trải nghiệm tại các địa phương. Cần nhiều bài phân tích sâu, đánh giá, bình luận thành công và hạn chế của hoạt động học tập, trải nghiệm du lịch nhất là làm rõ nội hàm tư vấn, chỉ dẫn, đầu tư du lịch. Với dạng bài này cần đảm bảo nhiều tầng thông tin bao hàm: thông tin thời sự; thông tin phân tích, phản biện; thông tin mang tính tra cứu (văn bản hành chính, chính sách, pháp luật). Để thực hiện tốt điều này, cần xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu điện tử về về hoạt động văn hoá, lịch sử, giáo dục để phóng viên có thể dễ dàng tra cứu và trích dẫn. Có thể "đặt hàng" các bài viết với các chuyên gia, nhà giáo dục, khách du lịch… để đảm bảo thông tin khách quan, đa diện, nhiều chiều. Đối với những nội dung trọng tâm cần tập hợp theo "gói tin tức" để nhà đầu tư có thể tìm kiếm đầy đủ về ngành nghề, lĩnh vực, địa thế của mỗi địa phương một cách nhanh chóng trên báo điện tử.

Cần tăng cường yếu tố bảng, biểu, đồ thị minh hoạ trong các tin, bài và sáng tạo hơn trong cách viết đảm bảo tính dễ nhớ, dễ hiểu, dễ áp dụng. Khắc phục cách viết theo motif mang tính giới thiệu, phản ánh sự kiện, vấn đề bằng bài viết có nội hàm thông tin khoa học, logic và đa tầng. Cần linh hoạt hơn trong cách sử dụng các yếu tố ngôn ngữ báo chí: chữ viết, âm thanh, hình ảnh tĩnh, hình ảnh động trong thiết kế tin, bài về truyền thông du lịch.

3.3.2. Truyền thông bằng nhiều ngôn ngữ về du lịch Đà Nẵng và Hội An trên các báo điện tử

Tuyền thông bằng nhiều ngôn ngữ về du lịch Đà Nẵng và Hội An trên các báo là một chiến lược quan trọng để mở rộng thị trường du lịch, tăng cường khả năng tiếp cận với du khách quốc tế và nâng cao giá trị thương hiệu của hai thành phố này.

Đà Nẵng và Hội An đang ngày càng trở thành điểm đến du lịch quốc tế hấp dẫn, việc truyền thông bằng nhiều ngôn ngữ giúp tiếp cận được lượng lớn du khách từ các quốc gia khác nhau. Du khách quốc tế, đặc biệt là từ các thị trường lớn như châu Âu, Bắc Mỹ và Australia, thường có nhu cầu tìm kiếm thông tin về các điểm đến du lịch qua các nguồn thông tin tiếng mẹ đẻ của họ. Việc cung cấp thông tin bằng nhiều ngôn ngữ (như tiếng Anh, tiếng Trung, tiếng Nhật, tiếng Hàn, tiếng Pháp, v.v.) giúp Đà Nẵng và Hội An dễ dàng tiếp cận và thu hút một lượng khách du lịch đa dạng từ nhiều nền văn hóa khác nhau. Khi thông tin về các chính sách phát triển kinh tế và bảo vệ văn hoá, môi trường được truyền tải đến du khách quốc tế bằng các ngôn ngữ khác nhau, họ sẽ hiểu rõ hơn về cam kết của địa phương trong việc phát triển du lịch bền vững; từ đó tạo sự tin tưởng và khuyến khích du khách quay trở lại trong các chuyến du lịch tiếp theo.

4. Kết luận

Nghiên cứu này chỉ mới dừng lại ở việc mô tả thực trạng về thông điệp học tập, trải nghiệm du lịch ở hai địa phương trên báo điện tử tiếng Việt. Bài báo chưa đi sâu vào phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến các hoạt động truyền thông này. Ngoài ra, nghiên cứu này cũng chưa khai thác đầy đủ các yếu tố văn hóa, xã hội và các yếu tố vĩ mô như xu hướng toàn cầu, bối cảnh hội nhập quốc tế và chuyển đổi số đã có sự thay đổi trong hành vi du lịch của du khách hiện nay để phát triển mô hình học tập trải nghiệm tại một số điểm đến du lịch. Hay những tác động của việc sáp nhập tỉnh, thành đối với chính sách học tập, trải nghiệm du lịch của các địa phương này. Điều này có thể dẫn đến thiếu sót trong việc đưa ra một số hàm ý chính sách. Vì vậy, một nghiên cứu sâu hơn với việc kết hợp nhiều phương pháp sẽ cung cấp cái nhìn toàn diện và có giá trị hơn đối với sự phát triển du lịch bền vững tại Đà Nẵng và Hội An trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

[1] Thủ tướng Chính phủ (2020), *Chỉ thị số 19/CT-TTg ngày 24/4/2020 về tiếp tục thực hiện các biện pháp phòng, chống dịch Covid-19 trong tình hình mới.*

[2] Trần Thị Tuyết, Lễ Tuấn Dung, Trần Văn Vỹ (2023), *Truyền thông về du lịch trong và sau dịch COVID-19: tiếp cận từ tác phẩm phỏng vấn trên Báo Đà Nẵng*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng, Vol. 21, No. 8.1, tr. 48, nguồn: https://jst-ud.vn/jst-ud/article/view/8422/5943.

[3] Tran (2021), *Science journalism for development in Vietnam: A multi - facet investigation of issues and challenges and its implication for the global south (Báo chí khoa học vì sự phát triển tại Việt Nam: Một nghiên cứu đa chiều về các vấn đề và thách thức cùng những hàm ý đối với các nước đang phát triển ở phương Nam)*, Bournemouth University.

[4] Erving Goffman (1974), *Frame analysis: An essay on the organization of experience (Phân tích khung: Một tiểu luận về cách tổ chức trải nghiệm),* Northeastern University Press, 1974, nguồn: https://urup.or.id/wp-content/uploads/2020/07/Erving_Goffman_Bennett_Berger_Frame_Analysis_BookFi.pdf.

[5] William A. Gamson, (1985). *Goffman's Legacy to Political Sociology.* Theory and Society, Vol. 14, No. 5 (1985), pp. 618. https://doi.org/10.1007/BF00160018.

[6] Robert Entman, (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.* Journal of Communication, 43(4), p.53. DOI:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.

[7] Nguyen, (2011). *Visual Communication in a framing perspective.* Journal of Human Studies, No 6 (57).

[8] Trương & Nguyen, (2020). *Solutions for improving the online newspaper's message on the Northwest image from the perspective of development communication.* Science and Technology Journal, Thai Nguyen University, Vol. 225 (07), pp. 479, https://jst.tnu.edu.vn/jst/article/view/3163.

[9] Nguyễn Đông (2023), *Hàng loạt sự kiện hút khách du lịch hè ở Đà Nẵng*, https://vnexpress.net/hang-loat-su-kien-hut-khach-du-lich-he-o-da-nang-4625209.html.

[10] Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng (2024), *Đề án phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045,* nguồn: https://drive.google.com/file/d/1hAFYl4d3gNqp7ghZZe6LN75eLEFjQZaN/view?usp=sharing.

[11] Ủy ban Nhân dân tỉnh Quảng Nam (2023), *Kế hoạch Phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Quảng Nam đến năm 2025*, nguồn: https://file-qoffice.quangnam.gov.vn/_download/files-live/2023/03/20230324/991e8b94-d5e3-4f03-a130-0d21079a7b31.pdf.

[12] Ủy ban Nhân dân tỉnh Quảng Nam (2022), *Thu hút và đón khách du lịch quốc tế đến tỉnh Quảng Nam trong giai đoạn mới, hướng đến tiêu chí du lịch xanh – bền vững,* nguồn: http://qppl.vpubnd.quangnam.vn/Default.aspx?TabID=71&VB=38084.

MỘT SỐ KINH NGHIỆM TRONG VIỆC...

Tiếp theo trang 272

3. Kết luận

Hiệu quả thiết thực nhất từ phong trào "Toàn dân bảo vệ an ninh Tổ quốc" chính là khơi dậy ý thức người dân về chấp hành pháp luật, chủ động nêu cao tinh thần cảnh giác, tích cực tham gia đấu tranh, phòng chống tội phạm, tệ nạn xã hội. Cùng với đó, hỗ trợ, giúp đỡ lực lượng Công an kịp thời, phát hiện, đấu tranh, ngăn chặn hoạt động của các loại tội phạm, tệ nạn xã hội và giải quyết những vụ việc liên quan đến ANTT ngay từ cơ sở. Thông qua phong trào tạo sự lan tỏa trong các cấp, ngành, đoàn thể và cộng đồng dân cư, tạo môi trường ổn định phát triển kinh tế - xã hội và bảo vệ cuộc sống bình yên của nhân dân. Từ hiệu quả thực tế của phong trào, thời gian tới, Công an tỉnh Bắc Ninh sẽ tiếp tục tham mưu với cấp ủy, chính quyền các cấp nhân rộng một số mô hình đang phát huy hiệu quả rõ nét, đồng thời biểu dương, khen thưởng những tập thể điển hình, cá nhân tiên tiến, qua đó tạo sức lan tỏa của phong trào "Toàn dân bảo vệ an ninh Tổ quốc" trong thực tế đời sống cơ sở. Những kết quả đạt được là nguồn động viên to lớn đối với Công an tỉnh Bắc Ninh nói riêng trong công tác bảo đảm ANTT của cả nước. Những kinh nghiệm trong công tác đẩy mạnh phong trào toàn dân tham gia dấu tranh tố giác tội phạm cần được nghiên cứu, tổng kết và nhân rộng tại các địa bàn, địa phương khác.

Tài liệu tham khảo

[1] Ủy ban nhân dân tỉnh Bắc Ninh (2024), *Báo cáo tình hình phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bắc Ninh*.

[2] Công an tỉnh Bắc Ninh (2024), *Báo cáo tình hình và kết quả công tác vận động toàn dân tham gia đấu tranh tố giác tội phạm*.

[3] Tô Lâm (2017), *Quần chúng nhân dân - nhân tố quyết định thắng lợi cuộc đấu tranh bảo vệ an ninh, trật tự,* NXB Công an nhân dân, Hà Nội.

[4] Phòng Xây dựng phong trào bảo vệ an ninh Tổ quốc tỉnh Bắc Ninh (2024), *Tài liệu tuyên truyền "Những tấm gương điển hình trong công tác bảo vệ an ninh trật tự tại địa bàn cơ sở"*.

[5] Nguyễn Văn Thành (2018), *Bố trí lực lượng chuyên trách bảo đảm an ninh, trật tự tại địa bàn nông thôn - Kinh nghiệm thế giới và Việt Nam,* NXB Công an nhân dân, Hà Nội.

[6] Chính phủ (2014), *Nghị định số 06/2014/NĐ-CP, ngày 21/01/2014 về biện pháp vận động quần chúng bảo vệ an ninh quốc gia, giữ gìn trật tự, an toàn xã hội*.