

Tác động của truyền thông đại chúng đối với phát triển du lịch văn hoá tại huyện Đảo Phú Quý, tỉnh Bình Thuận

Trần Mỹ Ngọc

Khoa Du lịch, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

tmngoc@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Đảo Phú Quý, với diện tích 17,82 km², nổi tiếng với những bãi biển đẹp, hệ sinh thái biển đa dạng và các di tích văn hóa - lịch sử phong phú. Tuy nhiên, du lịch văn hóa tại đây phát triển chủ yếu mang tính tự phát, thiếu sự quản lý và chiến lược dài hạn. Nghiên cứu này tập trung vào việc đánh giá vai trò quan trọng của truyền thông đại chúng trong sự phát triển du lịch văn hóa bền vững tại huyện đảo Phú Quý, tỉnh Bình Thuận. Bằng cách sử dụng phương pháp tiếp cận hệ thống và thu thập dữ liệu từ nhiều nguồn trong giai đoạn 2020-2023, bài viết chỉ ra rằng truyền thông đại chúng có vai trò quan trọng trong việc quảng bá các giá trị văn hóa đặc trưng, nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo tồn di sản văn hóa và thúc đẩy hành vi du lịch có trách nhiệm. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc áp dụng các chiến lược truyền thông hiệu quả đã giúp tăng lượng du khách tới đảo trung bình (15-20) % mỗi năm, đồng thời nâng cao đáng kể ý thức bảo tồn văn hóa và môi trường của cộng đồng địa phương. Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp như sau: 1) tăng cường quản lý nội dung truyền thông để cân bằng giữa phát triển du lịch và bảo tồn văn hóa; 2) sản xuất và quảng bá các nội dung truyền thông chất lượng cao về văn hóa địa phương; 3) tổ chức đào tạo nâng cao nhận thức và kỹ năng truyền thông cho cộng đồng địa phương. Truyền thông mạnh mẽ và sáng tạo được xác định là công cụ quan trọng giúp hiện thực hóa các mục tiêu phát triển du lịch văn hóa bền vững, đảm bảo lợi ích lâu dài về kinh tế, xã hội và văn hóa cho huyện đảo Phú Quý.

Nhận 02/06/2025

Được duyệt 28/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Truyền thông đại chúng, du lịch văn hóa, Phú Quý, Bình Thuận, phát triển bền vững

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa mạnh mẽ, truyền thông đại chúng ngày càng khẳng định vai trò then chốt trong đời sống kinh tế, văn hóa và xã hội toàn cầu. Đặc biệt, trong lĩnh vực du lịch, truyền thông đại chúng không chỉ là công cụ truyền bá thông tin mà còn tạo ra sự nhận thức sâu sắc, thúc đẩy hành động tích cực từ cả cộng đồng và du khách. Đối với Việt Nam, một quốc gia đang trong quá trình hội nhập quốc tế và phát triển mạnh mẽ về du lịch, vai trò của truyền thông càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết.

Huyện đảo Phú Quý, tỉnh Bình Thuận, là một trong những địa điểm du lịch đầy tiềm năng của Việt Nam với những nét đặc trưng văn hóa biển đảo nổi bật, hệ sinh thái biển phong phú và các di sản văn hóa - lịch sử độc đáo. Tuy nhiên, mặc dù sở hữu những lợi thế lớn, du lịch văn hóa tại Phú Quý còn phát triển tự phát, thiếu một chiến lược rõ ràng và hệ thống quản lý hiệu quả. Điều này dẫn đến những hạn chế trong việc khai thác hiệu quả tiềm năng du

lịch văn hóa, đồng thời gây áp lực đối với việc bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương.

Bên cạnh những lợi ích rõ ràng mà truyền thông đại chúng mang lại như mở rộng quảng bá hình ảnh, thu hút du khách, truyền thông còn góp phần nâng cao ý thức cộng đồng địa phương về bảo tồn văn hóa và phát triển du lịch bền vững. Song, mặt trái của sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông cũng đặt ra những thách thức lớn, đặc biệt liên quan đến nguy cơ mất dần bản sắc văn hóa và sự tiếp nhận thiếu chọn lọc các xu hướng văn hóa ngoại lai.

Do đó, nghiên cứu này ra đời nhằm phân tích một cách toàn diện tác động của truyền thông đại chúng đến sự phát triển du lịch văn hóa cũng như ảnh hưởng của nó đến đời sống văn hóa tinh thần của cư dân huyện đảo Phú Quý. Việc đánh giá cả khía cạnh tích cực và tiêu cực của truyền thông sẽ giúp nhận diện rõ những vấn đề cần được giải quyết, từ đó đề xuất những giải pháp cụ thể, chiến lược để tận dụng tối đa những lợi thế và hạn chế tối thiểu

những tác động không mong muốn từ truyền thông đại chúng. Đây không chỉ là nền tảng quan trọng để phát triển du lịch bền vững tại huyện đảo Phú Quý, mà còn góp phần quan trọng vào việc giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng địa phương trong bối cảnh hội nhập và toàn cầu hóa.

2. Cơ sở lý thuyết và các khái niệm liên quan

2.1. Lý thuyết khuếch tán đổi mới

Lý thuyết khuếch tán đổi mới [1] là một nền tảng phù hợp để lý giải cách truyền thông đại chúng thúc đẩy thay đổi hành vi trong cộng đồng. Theo đó, một thông tin hoặc giá trị văn hóa sẽ lan truyền trong xã hội thông qua các bước: nhận biết, thuyết phục, quyết định, thực hiện và xác nhận. Trong nghiên cứu này, quá trình lan tỏa các hình ảnh, thông điệp về văn hóa Phú Quý thông qua các phương tiện truyền thông có thể được phân tích theo mô hình này để hiểu rõ mức độ và cơ chế ảnh hưởng đến nhận thức, hành vi du lịch và sự tham gia bảo tồn của cộng đồng.

2.2. Lý thuyết tiếp nhận

Lý thuyết tiếp nhận [2] cũng là công cụ phân tích hữu hiệu trong bối cảnh nghiên cứu. Theo lý thuyết này, người tiếp nhận (khán giả, công chúng) không đơn thuần tiếp thu thông điệp một cách bị động mà diễn giải nó dựa trên bối cảnh văn hóa, kinh nghiệm cá nhân và vị thế xã hội. Trong trường hợp huyện đảo Phú Quý, cư dân và du khách có thể tiếp nhận thông tin văn hóa được truyền tải qua truyền thông theo các cách hiểu khác nhau, từ đó tạo nên những thái độ và hành vi du lịch khác biệt, góp phần lý giải cả mặt tích cực lẫn tiêu cực trong ảnh hưởng của truyền thông.

2.3. Khái niệm truyền thông đại chúng

Truyền thông đại chúng (mass media) là quá trình truyền tải thông điệp đến một lượng lớn công chúng thông qua các phương tiện như báo in, truyền hình, phát thanh, internet và mạng xã hội. Theo [3] truyền thông đại chúng không chỉ đóng vai trò lan tỏa thông tin mà còn có ảnh hưởng mạnh mẽ đến tư duy, cảm xúc và hành vi xã hội của người tiếp nhận thông tin. Đặc biệt trong bối cảnh toàn cầu hóa, truyền thông đại chúng còn là công cụ định hình hệ giá trị, quan điểm xã hội và lối sống của cộng đồng.

2.4. Truyền thông du lịch và ảnh hưởng đến văn hóa

Theo Rogers [4] truyền thông trong lĩnh vực du lịch có chức năng quảng bá hình ảnh điểm đến, xây dựng kỳ vọng của du khách, đồng thời đóng vai trò truyền tải văn hóa, thúc đẩy sự giao lưu và hiểu biết giữa các nền văn hóa. Truyền thông không chỉ phản ánh thực tế du lịch mà còn

định hình thực tế đó, thông qua việc lựa chọn, nhấn mạnh và diễn giải nội dung theo hướng có lợi cho mục tiêu phát triển du lịch và văn hóa.

Truyền thông du lịch hiện đại góp phần định hình nhận thức cộng đồng về di sản văn hóa thông qua việc tái hiện hình ảnh di tích, lễ hội và các giá trị phi vật thể trên nền tảng số. Nhờ đó, công chúng có thể tiếp cận văn hóa bản địa một cách sinh động, dễ hiểu và gần gũi hơn, đồng thời góp phần nâng cao ý thức bảo tồn di sản trong xã hội hiện đại.

2.5. Du lịch văn hóa và bảo tồn bản sắc địa phương

Du lịch văn hóa là loại hình du lịch dựa trên khai thác các giá trị di sản vật thể và phi vật thể của một địa phương, trong đó bao gồm lễ hội, phong tục tập quán, kiến trúc, nghệ thuật truyền thống, ẩm thực và đời sống tâm linh [5] Theo Richards [6], du lịch văn hóa là cầu nối quan trọng giữa phát triển kinh tế và bảo tồn di sản, tạo ra động lực thúc đẩy cộng đồng địa phương nâng cao nhận thức và tự hào văn hóa.

Tuy nhiên, việc phát triển du lịch văn hóa không kiểm soát có thể dẫn đến hiện tượng “thương mại hóa văn hóa” (cultural commodification), làm giảm tính nguyên bản và giá trị tinh thần của các di sản [7]. Trong bối cảnh này, truyền thông đại chúng đóng vai trò hai mặt: vừa là công cụ bảo tồn, vừa là tác nhân có thể làm phai nhạt bản sắc nếu thiếu định hướng rõ ràng.

2.6. Đời sống văn hóa tinh thần và tác động từ truyền thông

Đời sống văn hóa tinh thần được hiểu là tổng hòa các hoạt động liên quan đến tư tưởng, nhận thức, niềm tin, các giá trị và chuẩn mực trong đời sống cộng đồng - biểu hiện rõ bản sắc văn hóa của mỗi cộng đồng. Truyền thông đại chúng, đặc biệt trong thời đại kỹ thuật số và mạng xã hội phát triển mạnh, tạo ảnh hưởng sâu rộng khi len lỏi vào các không gian sống, góp phần hình thành thói quen tiếp nhận thông tin, lối sống, gu thẩm mỹ và quan điểm xã hội, nhất là ở các vùng ven biển và hải đảo.

3. Phương pháp nghiên cứu

Khảo sát định lượng: phần định lượng của nghiên cứu được triển khai thông qua điều tra khảo sát bằng bảng hỏi có cấu trúc. Mẫu khảo sát gồm 300 cư dân được chọn theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phân tầng, phân bố tại ba xã: Tam Thanh, Ngũ Phụng và Long Hải của huyện đảo Phú Quý. Tiêu chí phân tầng dựa trên độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp và mức độ sử dụng phương tiện truyền thông. Bảng hỏi gồm các nhóm câu hỏi chính: (1) Tần suất và mức độ sử dụng các loại hình truyền thông (báo

in, truyền hình, phát thanh, internet, mạng xã hội); (2) Mức độ tin tưởng vào thông tin từ từng loại phương tiện truyền thông; (3) Mức độ ảnh hưởng của truyền thông đại chúng đến các khía cạnh đời sống như nhận thức văn hóa, hành vi tiêu dùng, quan điểm xã hội và phong cách sống; (4) Thái độ của người dân đối với việc bảo tồn văn hóa và phát triển du lịch.

Phân tích thống kê: dữ liệu từ khảo sát định lượng được xử lý và phân tích bằng phần mềm SPSS, sử dụng các phương pháp thống kê mô tả (tần suất, phần trăm) và phân tích mối quan hệ giữa các biến số nhằm làm rõ ảnh hưởng của truyền thông đại chúng đến các khía cạnh của đời sống văn hóa và hành vi du lịch.

Phỏng vấn định tính: bao gồm 15 cuộc phỏng vấn sâu với đại diện UBND huyện, cán bộ văn hóa – du lịch, người dân, doanh nghiệp và nghệ nhân địa phương nhằm khai thác thông tin sâu về chính sách truyền thông, phản hồi cộng đồng và hành vi ứng xử với du lịch văn hóa.

Phân tích tài liệu thứ cấp: các tài liệu quy hoạch du lịch, báo cáo truyền thông, bài báo khoa học từ 2020 - 2023 được tổng hợp và phân tích nội dung để làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn.

Việc kết hợp ba nguồn dữ liệu – định lượng, định tính và tài liệu thứ cấp – giúp đảm bảo tính khách quan, đa chiều, đồng thời phản ánh thực tiễn sinh động về vai trò của truyền thông đại chúng trong phát triển du lịch văn hóa tại huyện đảo Phú Quý.

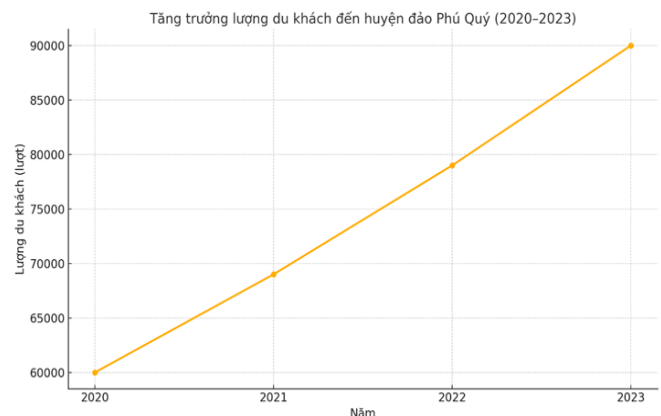
4. Tác động tích cực của truyền thông đại chúng

Truyền thông đại chúng đã đóng vai trò then chốt trong việc quảng bá hình ảnh du lịch và văn hóa đặc trưng của huyện đảo Phú Quý. Theo kết quả khảo sát thực hiện trong năm 2024 tại ba xã của huyện đảo Phú Quý (Tam Thanh, Ngũ Phụng và Long Hải), trên tổng số 300 người được hỏi, 91,3 % tiếp cận thông tin qua truyền hình, 87,4 % thông qua mạng xã hội như Facebook, Zalo và 74,8 % sử dụng các nền tảng video như YouTube, TikTok. Điều này góp phần làm tăng lượng du khách tới đảo từ khoảng 60.000 lượt năm 2020 lên hơn 90.000 lượt vào năm 2023

Bảng 1: Phương tiện tiếp cận thông tin truyền thông của cư dân huyện đảo Phú Quý (N = 300)

Phương tiện truyền thông	Tỷ lệ cư dân tiếp cận (%)
Truyền hình	91,3 %
Mạng xã hội (Facebook, Zalo...)	87,4 %
Nền tảng video (YouTube, TikTok)	74,8 %

Bên cạnh việc thu hút du khách, truyền thông đại chúng còn là công cụ hiệu quả trong việc giới thiệu, quảng bá các lễ hội truyền thống đặc sắc, các nghi thức văn hóa, và di tích lịch sử trên đảo Phú Quý. Những lễ hội như Nghinh Ông, Lễ hội Cầu ngư, nghệ thuật hát bà trạo, được giới thiệu một cách sống động thông qua các chương trình truyền hình, các đoạn video lan truyền nhanh chóng trên mạng xã hội, đã thu hút sự quan tâm lớn của công chúng. Đặc biệt, theo thống kê, hơn 65 % du khách khi được hỏi đều biết đến các hoạt động lễ hội này thông qua các kênh truyền thông đại chúng trước khi quyết định đến tham quan đảo.

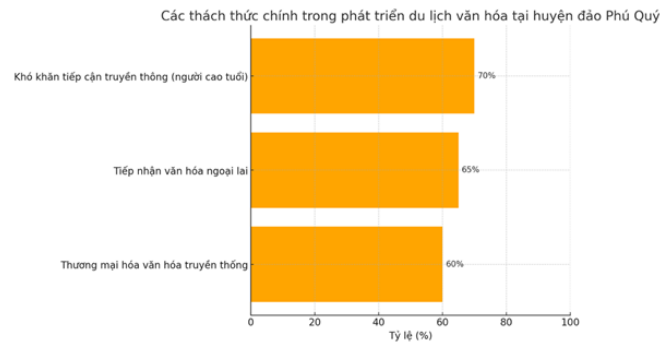


Biểu đồ 1: Tăng trưởng lượng du khách đến huyện đảo Phú Quý (2020-2023) Nguồn: [8]

Bên cạnh lễ hội, ẩm thực Phú Quý (cua huỳnh đế, cá mú hấp, mực một nắng) được quảng bá rộng rãi qua truyền hình và kênh của KOL/du lịch, tạo hiệu ứng lan tỏa. Khảo sát cho thấy 78% du khách bị thu hút bởi ẩm thực và phong cảnh sau khi xem thông tin truyền thông. Đồng thời, truyền thông nâng cao ý thức bảo tồn văn hóa, môi trường; các dự án số hóa di sản như "bảo tàng số" giúp du khách và cư dân tiếp cận rộng hơn. Hơn 70% người dân cho biết nhận thức bảo tồn tăng khi tiếp xúc thường xuyên với nội dung truyền thông [8].

Ngoài ra, truyền thông cũng đóng góp quan trọng trong việc thúc đẩy các hoạt động cộng đồng nhằm bảo vệ môi trường và phát triển du lịch bền vững. Hơn 80 % người dân địa phương khi tham gia khảo sát cho biết họ thường xuyên theo dõi và hưởng ứng tích cực các chiến dịch bảo vệ môi trường như "Giữ gìn biển đảo xanh sạch đẹp", "Ngày chủ nhật xanh" được quảng bá trên các phương tiện truyền thông. Các chương trình giải trí, văn hóa, thông tin giáo dục trên các phương tiện truyền thông đại chúng còn giúp cải thiện đáng kể đời sống văn hóa tinh thần của người dân đảo Phú Quý. Nhờ các chương trình này, người dân địa phương không chỉ có cơ hội cập nhật

kiến thức văn hóa, xã hội mới nhất mà còn gắn kết cộng đồng thông qua các hoạt động văn hóa, xã hội ý nghĩa được truyền thông phổ biến rộng rãi, góp phần xây dựng cộng đồng cư dân văn minh, hiện đại, và đoàn kết.



Biểu đồ 2: Các thách thức chính trong phát triển du lịch văn hoá tại huyện đảo Phú Quý Nguồn: [8]
Những thách thức đặt ra

Bên cạnh những hiệu ứng tích cực, sự phát triển nhanh chóng của truyền thông đại chúng cũng tạo ra không ít thách thức đối với mục tiêu phát triển bền vững du lịch văn hóa và gìn giữ đời sống văn hóa tinh thần của huyện đảo Phú Quý. Các thách thức có thể được nhóm lại thành ba vấn đề chính:

Thứ nhất, sự thương mại hóa văn hóa truyền thống đang làm giảm tính nguyên bản và giá trị thiêng liêng của các nghi lễ và di sản địa phương. Các lễ hội như Nghinh Ông, Cầu Ngư đang có xu hướng bị đơn giản hóa và biến tướng để phục vụ mục tiêu du lịch, khiến khoảng 60 % cư dân lo ngại về việc mai một bản sắc văn hóa [8].

Thứ hai, ảnh hưởng của văn hóa ngoại lai và phân hóa thế hệ trở nên rõ rệt trong bối cảnh tiếp cận truyền thông số ngày càng phổ biến. Trong khi 65 % giới trẻ dành thời gian cho các sản phẩm văn hóa nước ngoài, hơn 70 % người cao tuổi cho biết gặp khó khăn khi tiếp cận thông tin truyền thông hiện đại, tạo nên khoảng cách thế hệ trong tiếp nhận và truyền thụ giá trị văn hóa.

Thứ ba, áp lực về hạ tầng và môi trường tăng mạnh khi lượng du khách gia tăng nhanh chóng (từ 60.000 lượt năm 2020 lên 90.000 lượt năm 2023) [8]. Tuy nhiên, cơ sở hạ tầng chưa theo kịp tốc độ phát triển, đặc biệt là về xử lý rác thải, cung cấp nước sạch và điện, dẫn đến tình trạng ô nhiễm và suy giảm chất lượng cảnh quan tự nhiên.

5. Đề xuất các giải pháp

Để khắc phục những thách thức trên, nghiên cứu đề xuất sáu nhóm giải pháp chiến lược hướng đến sự cân bằng giữa phát triển và bảo tồn: (1) Xây dựng chiến lược truyền thông văn hóa có định hướng, tập trung vào việc quảng bá chân thực giá trị văn hóa bản địa, hạn chế thương mại

hóa, và tăng cường nội dung giáo dục. Cần có bộ quy chuẩn về sử dụng hình ảnh – biểu tượng văn hóa trong truyền thông đại chúng. (2) Số hóa và bảo tồn di sản văn hóa thông qua việc xây dựng thư viện số, bảo tàng ảo, nền tảng dữ liệu mở để giới thiệu, lưu trữ và phát huy di sản văn hóa của đảo một cách hiện đại và hấp dẫn. (3) Đầu tư nâng cấp hạ tầng du lịch (giao thông, xử lý rác thải, nước sạch, điện) nhằm giảm thiểu áp lực sinh thái và nâng cao chất lượng trải nghiệm du khách, đồng thời thúc đẩy mô hình du lịch sinh thái bền vững. (4) Đẩy mạnh truyền thông cộng đồng và nâng cao nhận thức bằng các chiến dịch truyền thông dài hạn như “Phú Quý xanh – sạch – đẹp” hay “Bảo tồn văn hóa đảo Phú Quý”, với sự tham gia rộng rãi của người dân và du khách. (5) Tăng cường đào tạo kỹ năng truyền thông và quản lý du lịch cho cộng đồng, đặc biệt là giới trẻ và cán bộ địa phương, nhằm khai thác hiệu quả công cụ số và kiểm soát chất lượng nội dung truyền thông. (6) Xây dựng hệ thống giám sát – đánh giá truyền thông du lịch, qua đó đo lường hiệu quả và tác động thực tế, đồng thời điều chỉnh chiến lược phù hợp. Chính quyền nên thúc đẩy hợp tác công - tư trong xây dựng nội dung truyền thông và phát triển sản phẩm du lịch văn hóa bền vững.

6. Kết luận

Nghiên cứu này đã góp phần làm rõ vai trò hai chiều của truyền thông đại chúng trong phát triển du lịch văn hóa tại huyện đảo Phú Quý, tỉnh Bình Thuận. Thông qua cách tiếp cận hệ thống kết hợp giữa khảo sát định lượng, phỏng vấn định tính và phân tích tài liệu thứ cấp, kết quả cho thấy truyền thông đại chúng vừa là công cụ thúc đẩy nhận diện điểm đến, nâng cao ý thức cộng đồng, vừa là tác nhân định hình hành vi du lịch bền vững và bảo tồn văn hóa.

Điểm mới của nghiên cứu không chỉ nằm ở việc xác định mối quan hệ nhân quả giữa truyền thông – nhận thức – hành vi cộng đồng, mà còn đề xuất mô hình truyền thông ba chiều gồm: (1) quảng bá và lan tỏa giá trị văn hóa; (2) giáo dục cộng đồng và nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin; (3) điều hướng hành vi và duy trì bản sắc văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa. Mô hình này có thể là một đóng góp lý luận cho các nghiên cứu liên ngành về truyền thông và du lịch văn hóa, đặc biệt trong các không gian biên viễn như đảo và vùng ven biển.

Tuy nhiên, truyền thông cũng mang đến những nguy cơ, như sự thương mại hóa các giá trị truyền thống, áp lực hạ tầng - môi trường và sự phân hóa xã hội - văn hóa giữa các thế hệ. Do đó, phát triển du lịch văn hóa trong thời đại truyền thông số đòi hỏi tư duy chính sách liên ngành,

cơ chế điều phối truyền thông văn hóa có chọn lọc, và sự tham gia đồng bộ của cộng đồng – chính quyền – doanh nghiệp.

Trong tương lai, Phú Quý có thể trở thành hình mẫu về ứng dụng truyền thông đại chúng vào phát triển du lịch văn hóa bền vững nếu biết kết hợp hài hòa giữa bảo tồn giá trị truyền thống và đổi mới sáng tạo. Đây cũng chính

là định hướng phát triển cần thiết không chỉ cho Phú Quý mà còn cho nhiều địa phương khác trong tiến trình hội nhập văn hóa toàn cầu.

Lời cảm ơn: Chúng tôi xin cảm ơn trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Thành phố Hồ Chí Minh đã hỗ trợ cho nghiên cứu này.

Tài liệu tham khảo

¹ Số liệu điều tra của tác giả (2024)

¹ Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2023-2024, huyện ủy Phú Quý, tỉnh Bình Thuận

1. Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th Ed.). Free Press.
2. Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128 - 138). Routledge.
3. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th Ed.). Sage Publications.
4. Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th Ed.). Free Press
5. UNESCO & UNWTO. (2017). *Tourism and Culture Synergies*. UNWTO.
6. Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. CABI
7. Greenwood, D. J. (1989). Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization. Trong V. Smith (Ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (tr. 171–186). Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press
8. Số liệu khảo sát điền dã của tác giả năm 2024

The impact of mass media on the development of cultural tourism in Phu Quy island district, Binh Thuan province

Tran My Ngoc

Faculty of Tourism, Nguyen Tat Thanh University

Mail: tmngoc@ntt.edu.vn

Abstract Phu Quy Island, covering an area of 17.82 km², is renowned for its stunning beaches, diverse marine ecosystems, and rich cultural-historical heritage. However, cultural tourism on the island has predominantly developed spontaneously, lacking structured management and long-term strategic planning. This study evaluates the significant role of mass media in fostering sustainable cultural tourism development in Phu Quy Island district, Binh Thuan Province. Utilizing a systems approach and data collection from various sources during 2020 - 2023, the study highlights that mass media literacy play a crucial role in promoting distinctive cultural's values, raising community awareness on cultural-heritage preservation, and encouraging responsible tourism's behavior. Research findings reveal that effective communication strategies have contributed by an average annual increase of tourist arrivals of 15-20%, significantly enhancing local community awareness regarding cultural and environmental conservation. The study proposes several strategic solutions, including: (1) strengthening media content management to balance tourism development with cultural preservation; (2) creating and disseminating high-quality media content highlighting local culture; and (3) conducting training programs to improve communication awareness and skills among local residents. Robust and innovative media practices are identified as essential tools for realizing sustainable cultural tourism objectives, ensuring long-term economic, social, and cultural benefits for Phu Quy Island district.

Keywords: Mass media, cultural tourism, Phu Quy, Binh Thuan, sustainable development.

