

THIẾT KẾ E-MAGAZINE TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY TẠI VIỆT NAM

Hà Thị Huệ¹

Tóm tắt: Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số đã đặt báo chí truyền thống như: báo giấy, tạp chí in trước thách thức phải tìm cách thích ứng. Nếu không tiến hành chuyển đổi, các ấn phẩm báo chí truyền thống khó có thể giữ được vị thế trước tốc độ tiêu thụ nội dung online ngày càng tăng của độc giả. Từ nhu cầu ấy việc số hóa nội dung báo chí trở thành đòi hỏi tất yếu. Sự xuất hiện của E-magazine với thế mạnh trực quan của môi trường số, với các yếu tố thiết kế đồ họa hỗ trợ giúp độc giả tiếp cận nội dung thuận tiện hơn, tính tương tác tạo sự hứng thú hơn trong quá trình đọc. Chính sự kết hợp giữa công nghệ, và nội dung đã mang lại vị thế riêng cho E-magazine trong hệ sinh thái báo chí hiện đại..

Từ khóa: tạp chí điện tử, báo chí hiện đại, báo chí kỹ thuật số, đa phương tiện.

1. MỞ ĐẦU

E-magazine hiện nay không chỉ là một xu hướng nhất thời mà đã trở thành một phần quan trọng của chiến lược phát triển nội dung số trên thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng, ấn phẩm này xuất hiện dày đặc và phổ biến tại các trang báo lớn như Zing News, VietnamPlus, VnExpress,... Vị thế này được củng cố nhờ khả năng đáp ứng đồng thời ba yếu tố: truyền tải thông tin hiệu quả, tạo trải nghiệm độc đáo và nâng cao giá trị thương hiệu báo chí. Tính hiệu quả của một E-Magazine không chỉ phụ thuộc vào nội dung mà còn chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ các yếu tố thiết kế: Bố cục trình bày, màu sắc, cách phối hợp các phương tiện trực quan, khả năng tối ưu hóa trên nhiều thiết bị, cũng như sự phù hợp với đặc điểm thị hiếu của độc giả.

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Khái niệm về E-Magazine

Có thể thấy, trong suốt trường kì lịch sử xã hội phong kiến, con người cá nhân bị giam hãm, cầm E-Magazine là một dạng bài báo chí đa phương tiện (multimedia), kết hợp nhiều yếu tố như chữ viết, hình ảnh, video, ảnh động, âm thanh,... được thiết kế theo nhiều phong cách. E-Magazine không chỉ tập trung vào nội dung chuyên sâu mà còn được thiết kế theo hướng đa phương tiện, tích hợp nhiều yếu tố khác nhau. Bên cạnh văn bản, thiết kế E-Magazine thường bao gồm các yếu tố đồ họa tĩnh như hình ảnh, biểu đồ, infographic, đồng thời kết hợp cả các yếu tố đồ họa động, video hay hiệu ứng tương tác,

¹ Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

tạo nên trải nghiệm đọc sinh động và hấp dẫn hơn cho độc giả. Trong đó, tiêu đề thường được thể hiện bằng hiệu ứng bắt mắt, đặt trong phần ảnh mở đầu để gây ấn tượng mạnh với độc giả. Nội dung chữ viết cũng được trình bày linh hoạt, với những đoạn trích dẫn nổi bật được sắp xếp thẩm mỹ [1]. E-magazine không chỉ “đưa bài báo lên nền tảng điện tử”, mà còn là việc thiết kế một hành trình đọc xử lý chữ, hình, âm thanh, video và đồ họa hài hòa để thể hiện một câu chuyện trọn vẹn, rõ ràng, thẩm mỹ và giàu cảm xúc.

2.2. Một số đặc điểm của E- Magazine

a. Nội dung là thành phần cốt lõi

Yếu tố đầu tiên đóng vai trò quyết định giá trị thông tin và sức hấp dẫn của một E-Magazine chính là nội dung, khác với báo truyền thống, E-Magazine thường được xây dựng theo hướng chuyên sâu, có tính phân tích và mang phong cách kể chuyện (storytelling), nghĩa là thiết kế câu chuyện được sắp xếp theo đường dẫn, qua đó giúp tạo dựng mạch truyện hấp dẫn, dễ theo dõi. Nội dung chính thường được tích hợp nhiều thông tin bổ trợ như: trích dẫn, số liệu, chú thích hay dữ liệu minh chứng..., nhằm tăng tính thuyết phục và độ tin cậy của bài viết. Ngoài ra, việc tổ chức tiêu đề, tít phụ, đoạn mở đầu và kết thúc một cách rõ ràng giúp độc giả dễ dàng tiếp cận, đồng thời nâng cao hiệu quả truyền tải thông tin.

b. Tích hợp các hình thức đồ họa

- Đồ họa tĩnh:

Thiết kế E-Magazine có thể là các thành phần hình ảnh không chuyển động, không có hoạt ảnh hay có tương tác động. Điều này có nghĩa là thiết kế cố định về mặt hình thức. Đồ họa tĩnh thường sử dụng những hình ảnh, infographic, typography, các yếu tố trực quan hóa dữ liệu như sơ đồ, biểu đồ..., xử lý những dữ liệu phức tạp, tạo nên những thông tin dễ nhìn, dễ nhớ hơn so với văn bản thông thường.

- Đồ họa động:

Ngoài các thiết kế tĩnh như báo chí truyền thống, E-Magazine mở rộng thêm các yếu tố đồ họa động như: Video clip, phỏng vấn, phim tư liệu, phóng sự ngắn, âm thanh nền, hoặc các hiệu ứng chuyển động. Những yếu tố này không chỉ làm bài viết sinh động mà còn đưa người đọc đến gần hơn với bối cảnh thực tế. Ví dụ: Video phỏng vấn giúp tái hiện lại bối cảnh và cung cấp góc nhìn trực tiếp từ nhân vật, phim tư liệu đem lại trải nghiệm gần gũi, sống động, hiệu ứng chuyển động nhẹ làm nổi bật trích dẫn quan trọng, kết hợp nhạc nền khiến cho việc đọc không chỉ là hoạt động tiếp nhận thông tin bằng thị giác, mà còn trở thành một trải nghiệm đa giác quan.

c. Tính tương tác

Khả năng tương tác là đặc trưng nổi bật khi phân biệt E-Magazine với tạp chí truyền thống. Các yếu tố như nút bấm, slideshow, ảnh 360 độ, hoặc hiệu ứng scrolly telling – nơi thông tin xuất hiện theo từng nhịp cuộn cho phép độc giả chủ động khám phá thông tin theo nhu cầu riêng, giúp quá trình tiếp nhận thông tin trở nên sinh động và hấp dẫn hơn. Độc giả không chỉ đọc, mà còn “tương tác” với bài viết. Nhờ đó, trải nghiệm đọc không mà trở nên linh hoạt, sinh động và hấp dẫn hơn.

2.3. Xu hướng thiết kế E-Magazine tại Việt Nam hiện nay

a. Tích hợp các yếu tố đa phương tiện

Trong bối cảnh báo chí số cạnh tranh mạnh mẽ, việc chỉ dựa vào văn bản và hình ảnh tĩnh không còn đủ sức giữ chân độc giả. Một khảo sát của Reuters Institute Digital News Report 2023 cho thấy, hơn 62% độc giả trực tuyến tại khu vực châu Á – Thái Bình Dương ưu tiên các bài báo có kèm yếu tố trực quan như video hoặc infographic, trong khi chỉ 34% cho biết họ đọc hết bài viết dạng văn bản dài mà thiếu yếu tố hỗ trợ đồ họa trực quan [2]. Điều này chứng tỏ việc tích hợp đa phương tiện không chỉ là xu hướng mang tính sáng tạo, mà đã trở thành nhu cầu tất yếu để nâng cao khả năng tiếp nhận thông tin. Chính vì vậy, nhiều E-Magazine trên thế giới và tại Việt Nam đã chủ động khai thác mạnh mẽ video, audio, podcast, infographic hay ảnh động để mang đến trải nghiệm “đa giác quan”. Các yếu tố này không chỉ gia tăng tính hấp dẫn về mặt hình thức, mà còn biến quá trình đọc thành một hành trình khám phá. Độc giả có thể nhìn thấy không gian sự kiện qua video, nghe được âm thanh bối cảnh, hoặc quan sát số liệu dưới dạng đồ họa trực quan, họ sẽ cảm nhận câu chuyện rõ hơn, sâu hơn, giàu cảm xúc hơn so với việc chỉ đọc chữ. Vì thế, xu hướng tích hợp đa phương tiện được xem như nền tảng cốt lõi của E-magazine hiện đại.

b. Thiết kế ưu tiên cho di động (mobile-first)

Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ di động và phủ sóng internet ngày càng rộng trên toàn cầu, thiết kế E-Magazine buộc phải thích nghi theo xu hướng ưu tiên trải nghiệm trên điện thoại. Theo Digital 2024: Vietnam của DataReportal, Việt Nam có khoảng 78,44 triệu người dùng Internet, tương đương 79,1% dân số trong năm 2024 – và có 168,5 triệu kết nối di động, vượt hơn cả tổng dân số [3]. Tỷ lệ truy cập Internet và thiết bị di động cao tại Việt Nam cũng là một yếu tố tác động tới thiết kế E-magazine. Sự phổ biến mạnh mẽ của Internet và thiết bị di động đã làm thay đổi căn bản thói quen đọc tin của người Việt. Điều này cũng được thể hiện rõ qua khảo sát của VietnamPlus với kết quả 83,9% độc giả trẻ đọc tin tức thông qua điện thoại thông minh, 12% sử dụng máy tính và số còn lại truy cập bằng máy tính bảng [4]. Độc giả chủ yếu tiếp cận nội dung số

qua smartphone, do đó thiết kế E-Magazine hiện nay ưu tiên mobile-first design với giao diện đảm bảo hiển thị tốt trên màn hình nhỏ, dễ cuộn và thao tác. Những con số này cho thấy smartphone đang được sử dụng rộng rãi, hầu hết người dùng có khả năng truy cập Internet thông qua thiết bị di động. Việc thiết kế ưu tiên cho thiết bị di động đảm bảo hiệu suất và tương tác phù hợp với người dùng di động, vốn là nhóm người tiêu dùng nội dung số đông nhất hiện nay. Các thiết kế “mobile-first” vừa đáp ứng nhu cầu đọc nhanh, trực quan của độc giả, vừa nâng cao khả năng giữ chân người dùng, từ đó tạo điều kiện để cho E-Magazine mở rộng tệp độc giả trung thành. Vì vậy, việc thiết kế ưu tiên cho thiết bị di động sẽ là xu hướng tất yếu mà E-Magazine cần hướng đến.

Nghiên cứu của Think with Google chỉ ra rằng 53% người dùng sẽ rời khỏi một website nếu thời gian tải trên di động vượt quá 3 giây [5]. Điều này cũng đặt ra vấn đề nếu E-Magazine không tối ưu hoá cho mobile về bố cục, tốc độ tải trang, phong chữ đọc được, trải nghiệm tương tác thì rủi ro bỏ lỡ phần lớn từ các độc giả tiềm năng là rất cao. Xu hướng mobile-first không chỉ là lựa chọn thiết kế, mà còn là điều kiện tồn tại và phát triển với E-Magazine trong môi trường cạnh tranh khốc liệt của đầy rẫy các sản phẩm thông tin, truyền thông giải trí ngày nay.



*Bài E-Magazine của báo Nhân Dân . Nguồn:
nhandan.vn*

Tại Việt Nam, nhiều trang báo như Kenh14, báo Nhân Dân... đã chuyển đổi mạnh mẽ theo xu hướng mobile-first. Các E-Magazine của các trang báo này thường có cấu trúc long-form nhưng vẫn giữ được sự “gọn nhẹ” trên màn hình nhỏ: chữ to, khoảng trắng thoáng, hình ảnh toàn màn hình và hiệu ứng cuộn dọc, áp dụng kỹ thuật lazy-loading (tải dần nội dung khi người đọc cuộn), vừa giảm dung lượng ban đầu, vừa tăng tốc độ tải, từ đó cải thiện trải nghiệm mobile.

2.4. Một số bài luận về thiết kế E-Magazine tại Việt Nam hiện nay

Trong kỷ nguyên chuyển đổi số, các tạp chí điện tử ngày càng trở thành công cụ truyền thông linh hoạt và phổ biến rộng rãi. Tạp chí kỹ thuật số ngày càng thu hút sự chú ý của ngành truyền thông do khả năng thu hút độc giả thông qua nội dung tương tác mà không cần tốn nhiều chi phí sản xuất và phân phối như tạp chí truyền thống. Việc hình thành phong cách E-magazine trong bối cảnh hiện nay đều dựa trên ảnh hưởng trực tiếp từ nhiều yếu tố. Trong đó có một số những yếu tố chủ yếu như sau:

a. Thói quen đọc giả

Độc giả ngày nay không còn tiếp nhận thông tin một cách thụ động, họ có khả năng kiểm chứng, so sánh và chọn lọc giữa nhiều nguồn tin khác nhau. Do đó, độc giả đóng vai trò là người đánh giá đối với chất lượng và độ tin cậy của các sản phẩm báo chí. Đặc biệt là trong bối cảnh báo chí số phát triển, không tránh khỏi những cạnh tranh trực tiếp về nội dung và hình thức trình bày. Thói quen của độc giả trở thành yếu tố định hướng thiết kế E-Magazine. Giữ chân được độc giả trung thành là điều quan trọng nhất đối với các cơ quan báo chí hiện nay. Và giải pháp hữu hiệu nhất đó là nghiên cứu và phân tích độc giả, xem xét các hành vi, thói quen và nhu cầu của họ để xây dựng các kế hoạch chiến lược, thiết kế nội dung và hình ảnh sao cho phù hợp.

Do đó mà phương pháp “Thiết kế lấy người dùng làm trung tâm” (User-Centered Design – UCD) đang ngày càng phổ biến và dần trở thành xu hướng quan trọng trong thiết kế sản phẩm số nói chung và trong thiết kế E-Magazine nói riêng. Đây là phương pháp tiếp cận trong thiết kế, trong đó mọi quyết định về giao diện, thành phần cấu trúc, và tính năng đều xoay quanh việc đáp ứng nhu cầu, thiết kế phục vụ hành vi, thói quen và trải nghiệm của người dùng thay vì chỉ dựa trên ý tưởng chủ quan của nhà thiết kế hay tổ chức phát hành như trước. Theo khảo sát của Nielsen Norman Group về cách người dùng đọc thông tin trực tuyến, 79% người đọc lướt qua thông tin và chỉ có 16% là đọc từng từ một [6]. Phần lớn độc giả trẻ thường có xu hướng bỏ qua các bài viết dài và chỉ tập trung vào các nội dung đã được tóm lược, trình bày rõ ràng với tiêu đề phụ nổi bật hoặc có điểm nhấn rõ ràng.

b. Văn hoá và thị hiếu thẩm mỹ hiện đại

Những năm gần đây, yếu tố văn hóa xuất hiện ngày nhiều trong E-Magazine. Các yếu tố họa tiết truyền thống và lịch sử văn hóa phong phú của dân tộc ngày càng được các nhà thiết kế ưa chuộng. họa tiết dân gian, màu sắc quen thuộc của đời sống Việt, chất liệu lấy từ văn hóa bản địa, hoặc những hình ảnh gợi nhắc đến lịch sử, tất cả đều được hòa trộn trong một bố cục hiện đại. Điều này thể hiện xu hướng chung của thiết kế Việt Nam: tìm điểm cân bằng giữa bản sắc và tính đương đại. Việc kết hợp màu sắc truyền thống, họa tiết

dân gian, hay phong chữ gắn liền với ngôn ngữ và văn hóa Việt kết hợp cùng layout hiện đại, tạo ra những E-Magazine đậm chất văn hóa dân tộc mà vẫn hợp thời đại.

Các thiết kế E- Magazine hiện nay đã tăng cường sự sinh động bằng cách đan xen giữa các bảng biểu, hình ảnh minh họa, xu hướng thay thế các đoạn văn dài bằng infographic hay thể hiện số liệu, sự kiện phức tạp trên các biểu đồ với hình ảnh trực quan, đồ họa đẹp mắt và có tính tương tác cao. Thiết kế tối giản vẫn tiếp tục tiếp tục trở thành xu hướng bởi nó phù hợp với thói quen đọc nhanh trên màn hình di động, độc giả ngày càng ưa chuộng sự đơn giản với bố cục gọn gàng, sử dụng nhiều khoảng trắng, font chữ dễ đọc, thiết kế các mảng lớp xen kẽ những nội dung và minh họa trực quan thay cho các đoạn nội dung dài.

c. Sự phát triển công nghệ và hạ tầng số

Sự phát triển của hạ tầng số, công nghệ web như: HTML5, CSS3, JavaScript, cho phép E-Magazine không còn giới hạn ở văn bản và hình ảnh tĩnh, mà có thể tích hợp thêm các yếu tố như video, âm thanh, hình ảnh động và các yếu tố tương tác. Các hình thức thiết kế mới như scroll-telling hay storytelling tương tác xuất hiện khiến cho trải nghiệm của người đọc trở nên phong phú và hấp dẫn hơn. Việc kết hợp các yếu tố đa phương tiện giúp người đọc tiếp thu và ghi nhớ thông tin hiệu quả hơn so với việc chỉ sử dụng văn bản. E-magazine hiện đại không chỉ là tiếp nhận thông tin đơn thuần qua việc đọc mà còn là một trải nghiệm đa giác quan. Sự phổ cập của mạng 3G, 4G, 5G và điện toán đám mây là cơ sở vững chắc giúp tối ưu hóa tốc độ tải, khả năng lưu trữ và hiển thị các nội dung đa phương tiện trên các nền tảng kỹ thuật số. Các thiết kế E-Magazine cần chú trọng đến tốc độ tải trang, tối ưu khi sử dụng các yếu tố đa phương tiện sao cho đảm bảo hiệu suất kỹ thuật và sự liền mạch trong quá trình trải nghiệm của người đọc.

Sự xuất hiện của các công nghệ mới và nổi trội như trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR) hay thực tế ảo tăng cường (AR) mở ra những xu hướng thiết kế mới cho E-magazine. AI không chỉ là công cụ hỗ trợ soạn thảo nội dung mà còn có khả năng tạo hình ảnh minh họa giúp tiết kiệm thời gian và chi phí trong thiết kế. Trong khi đó, AR được định nghĩa là công nghệ bổ sung thông tin ảo vào thế giới thực, nó cho phép các hình ảnh được quét hiện lên dưới dạng 3D hoặc được bổ sung thêm các thông tin ảo [7]. Còn VR biến thiết kế thành một không gian ảo, nơi độc giả không chỉ đọc mà còn được bước vào thế giới nội dung. Trải nghiệm này mang lại khả năng học tập và nhập vai cao, khiến người dùng hứng thú và ghi nhớ tốt hơn.

d. Nhu cầu truyền thông trong môi trường số tăng cao

Hiện nay các nhu cầu truyền thông không chỉ tồn tại trong khuôn khổ website báo chí. Một bài E-magazine có thể xuất hiện trên Facebook, YouTube, TikTok thông qua

các đường link, video tóm tắt hoặc hình ảnh trích dẫn, tạo không gian mở rộng cho các bài viết E-Magazine. Theo xu hướng lan truyền nội dung (viral), một bài E-magazine hiệu quả có thể tiếp cận lượng độc giả lớn hơn nhiều so với lượt đọc trực tiếp trên website. Vì thế, các tòa soạn cần tối ưu E-magazine theo hướng tương thích đa nền tảng với các thumbnail bắt mắt, hình preview rõ thông điệp, cấu trúc nội dung dễ tương tác và chia sẻ.

Người dùng Việt nằm trong nhóm hoạt động số rất cao: We Are Social ghi nhận Việt Nam “vào club 100 triệu” với mức thâm nhập internet 78,8% và tỷ lệ dùng mạng xã hội thuộc nhóm đầu thế giới; xu hướng tiêu thụ nội dung giải trí–video trực tuyến tăng, thời gian online toàn cầu đạt gần 6 giờ 36 phút/ngày [8]. Đó là một điều kiện lý tưởng để phát triển E-magazine.

e. Sự phát triển kinh tế

Tại Việt Nam, bối cảnh phát triển kinh tế đã mở ra nhiều cơ hội lớn cho thị trường E-Magazine. Các thương hiệu, doanh nghiệp sẵn sàng đầu tư ngân sách vào những hình thức truyền thông hiện đại để tiếp cận đối tượng khách hàng mục tiêu, nâng cao hình ảnh thương hiệu. E-Magazine vì thế trở thành một trong những giải pháp chiến lược, bởi nó vừa đáp ứng nhu cầu thường thức thông tin ở mức độ cao của độc giả, vừa mở ra cơ hội hợp tác quảng cáo giàu tính thẩm mỹ cho doanh nghiệp. Điều này góp phần thúc đẩy sự phát triển của E-Magazine. Từ đó cũng gia tăng sự cạnh tranh giữa các tòa soạn khiến họ phải tìm hướng đi mới để vừa giữ chân độc giả vừa thu hút nhà tài trợ. Nói cách khác, kinh tế phát triển không chỉ mở rộng nhu cầu thông tin của công chúng mà còn quyết định mức độ sẵn sàng đầu tư sản xuất E-Magazine, từ đó thúc đẩy sự phổ biến và nâng cao chất lượng loại hình này tại Việt Nam.

3. KẾT LUẬN

Cùng với sự phát triển của xã hội, đứng trước kỷ nguyên vươn mình của khoa học công nghệ, những bài viết dài nếu trình bày theo cách thông thường trên các website thường khó giữ chân độc giả đến cuối cùng, đồng thời cũng hạn chế về tính thẩm mỹ và sự hấp dẫn trong thiết kế. E-Magazine ra đời như một giải pháp tối ưu, giúp truyền tải những nội dung chuyên sâu một cách lôi cuốn, sinh động và trực quan hơn. E-Magazine là loại hình bài viết đang đồng hành với xu hướng phát triển của báo chí hiện đại, đặc biệt trong môi trường báo điện tử, nơi nội dung chuyên sâu được nhấn mạnh kết hợp với các thiết kế đồ họa đa phương tiện, với sự trải nghiệm đa giác quan và tính tương tác cao. Đang ngày càng được ưa chuộng. Trong bối cảnh công nghệ liên tục đổi mới, tạo nền tảng cho hạ tầng số ngày càng hoàn thiện và phát triển, tạo cơ hội và thách thức. Điều này đòi hỏi thiết kế E-Magazine cũng phải có sự đổi mới phương thức thể hiện nhằm thích ứng linh hoạt, phù hợp với yêu cầu của thời đại.

Một yếu tố quan trọng khác chính là nguồn lực sáng tạo trẻ, yếu tố then chốt định hình xu hướng phát triển của E-Magazine trong giai đoạn hiện nay. Với những góc nhìn mới, tư duy thời đại cùng với sự hỗ trợ của các chương trình đào tạo đa phương tiện, báo chí số, thiết kế đồ họa và truyền thông tại các cơ sở đào tạo sẽ hứa hẹn tạo nên những sản phẩm E-Magazine đáp ứng nhu cầu của độc giả.

Có thể thấy, E-magazine đang là một hình thức báo chí hiện đại, đang dần khẳng định vai trò của nó trong việc nâng cao chất lượng thông tin, cải thiện trải nghiệm đọc và mở rộng phạm vi ảnh hưởng của báo chí số. Trong tương lai, khi công nghệ tiếp tục thay đổi, E-magazine sẽ còn nhiều cơ hội để phát triển mạnh mẽ hơn nữa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. OneCMS. (2025, September 21), *Tổng quan về e-magazine, hình thức làm báo điện tử trở nên sống động hấp dẫn*, <https://oncms.vn/tong-quan-ve-e-magazine-hinh-thuc-lam-bao-dien-tu-tro-nen-song-dong-hap-dan-49634.html>
2. Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023), *Reuters Institute Digital News Report 2023*, Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-p6es-hb13>
3. DataReportal. (2024). Digital 2024: Vietnam. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-vietnam>
4. VietnamPlus. (2025, June 17), *Báo chí thu hút Gen Z bằng nội dung sáng tạo*, <https://www.vietnamplus.vn/bao-chi-thu-hut-gen-z-bang-noi-dung-sang-tao-post1044798.vnp>
5. Think with Google. (n.d.), *Mobile site load time statistics*, <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/mobile-site-load-time-statistics/>
6. Nielsen, J. (1997), *How users read on the web*. Nielsen Norman Group, <https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>
7. Nielsen, J. (1993), *Response time limits*. Nielsen Norman Group, <https://www.nngroup.com/articles/response-times-3-important-limits>
8. We Are Social. (2024), *Digital 2024 October global statshot report*, <https://wearesocial.com/us/blog/2024/10/digital-2024-october-global-statshot-report/>

E-MAGAZINE DESIGN IN THE CURRENT CONTEXT IN VIETNAM*Ha Thi Hue*

Abstract: *The rapid advancement of digital technologies has placed traditional journalism—including printed newspapers and magazines—under significant pressure to adapt. Without undergoing digital transformation, legacy print publications find it increasingly difficult to maintain their position amid readers' growing preference for online content consumption. This shift in audience behavior has made the digitization of journalistic content an inevitable requirement. Within this context, the emergence of E-magazines has introduced a format that leverages the visual strengths of the digital environment. Enhanced by supportive graphic design elements, E-magazines offer more convenient content access and heightened interactivity, creating a more engaging reading experience. The synergy between technology and journalistic content has established a distinctive role for E-magazines within the contemporary media ecosystem.*

Keywords: *E-magazine, modern journalism, digital press, multimedia.*

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 25-9-2025; ngày phản biện đánh giá: 20-10-2025; ngày chấp nhận đăng: 11-11-2025)