



THÔNG TIN HOẠT ĐỘNG HỘI

LỄ KẾT NẠP HỘI VIÊN VÀ PHƯƠNG HƯỚNG TRIỂN KHAI HOẠT ĐỘNG TRONG QUÝ 3, 4 NĂM 2024

NCS Ngô Thị Phương Thảo*

Cùng với việc nâng cao chất lượng sinh hoạt, Chi hội Triết học cơ sở Trường Đại học Sư phạm Hà Nội xem công tác phát triển Hội viên mới là nhiệm vụ thường xuyên. Sáng ngày 10/8/2023, Chi hội Triết học cơ sở trường Đại học Sư phạm Hà Nội đã tổ chức trọng thể Lễ kết nạp cho 6 hội viên mới đang là giảng viên công tác tại Trường Đại học Thương Mại Hà Nội. Tại buổi kết nạp đã có sự hiện diện của BCH Chi hội và đông đảo các hội viên của Chi hội.

Chi hội trưởng PGS.TS. Trần Đăng Sinh và các Phó Chi hội trưởng: PGS.TS. Lê Văn Đoán; TS. Nguyễn Duy Nhiên công bố Quyết định của Ban chấp hành Hội Triết học Việt Nam và trao quyết định cho từng hội viên mới.

Thay mặt cho các hội viên mới kết nạp, hội viên Đào Thu Hà phát biểu cảm tưởng khi được là hội viên của Chi hội: Được tham gia vào hội là một niềm vinh dự, tự hào nhưng cũng mang trong mình trách nhiệm và nghĩa vụ lớn lao. Các hội viên mới hứa quyết tâm thực hiện đúng điều lệ Hội, xây dựng Chi hội ngày một phát triển vững mạnh.

Điều đáng nói là nhờ việc rất chú trọng công tác xây dựng Chi hội, trong đó có việc vận động và kết nạp hội viên mới, số lượng hội viên ngày càng đông đảo. Từ lúc đầu chỉ có 22, cho đến nay số hội viên đã tới 43 người ở các lĩnh vực công tác khác nhau, song đều có chung tình yêu Triết học.

Trong buổi sinh hoạt, Chi hội Triết học cơ sở Trường Đại học Sư phạm Hà Nội rất vinh dự khi được TSKH. Vũ Xuân Minh – nguyên nghiên cứu viên cao cấp Viện Vật lý, Viện Hàn lâm khoa học công nghệ Việt Nam phát biểu, chia sẻ về Chủ đề: Triết học về sự phát triển của xã hội loài người và tặng sách Hoàn thiện học cho Chi hội.

Phát biểu tổng kết, PGS.TS. Trần Đăng Sinh, Ủy viên Thường vụ BCH Hội Triết học Việt Nam, Chi hội trưởng Chi hội khái quát các hoạt động của Hội Triết học Việt Nam, hoạt động của Chi hội trong 6 tháng đầu năm và triển khai phương hướng công tác 6 tháng cuối năm, năm 2024.

Một số hình ảnh Lễ kết nạp và sinh hoạt của Chi hội Triết học cơ sở Trường Đại học Sư phạm Hà Nội

*Chi hội Hội Triết học trường Đại học Sư phạm Hà Nội



XÂY DỰNG HỆ GIÁ TRỊ QUỐC GIA VIỆT NAM GẮN VỚI THỰC TIỄN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

TS. Lê Thị Vinh*

Ngày 11 tháng 9 năm 2024, tại Thành phố Cần Thơ, Viện Triết học thuộc Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam phối hợp với Hội Triết học Việt Nam và Học viện Chính trị khu vực IV tổ chức hội thảo khoa học “Xây dựng Hệ giá trị quốc gia Việt Nam gắn với thực tiễn vùng Đồng bằng sông Cửu Long”. Hội thảo là một trong những hoạt động triển khai nhiệm vụ của chương trình khoa học trọng điểm cấp Bộ “Xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người gắn với giữ gìn, phát triển hệ giá trị gia đình Việt Nam trong thời kỳ mới” do Viện Triết học đang thực hiện. Công ty TNHH Truyền thông Halotimes là đơn vị tài trợ cho hội thảo. Hội thảo là diễn đàn để các nhà khoa học cùng thảo luận, trao đổi các góc nhìn khác nhau liên quan đến vấn đề xây dựng hệ giá trị quốc gia Việt Nam gắn với thực tiễn vùng Đồng bằng sông Cửu Long, với các mục tiêu cụ thể là: (1) Góp phần nghiên cứu, lý giải, đánh giá những vấn đề nóng về giá trị ở Việt Nam, nhằm trực tiếp cung cấp cơ sở lý luận và phương pháp luận cho các nhà nghiên cứu và các ngành, các cấp, các cơ quan có trách nhiệm xây dựng và phát triển hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn

hoá, hệ giá trị chuẩn mực con người gắn liền với hệ giá trị gia đình Việt Nam, lấy đó làm nguồn tham khảo. (2) Nghiên cứu, luận giải làm sáng tỏ quan điểm về hệ giá trị quốc gia của cố Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng trong Bài phát biểu tại Hội nghị văn hóa toàn quốc ngày 24/11/2021. (3) Làm sâu sắc thêm các nội dung xây dựng hệ giá trị quốc gia Việt Nam gắn với thực tiễn vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

Hội thảo có sự hiện diện của lãnh đạo các đơn vị đồng tổ chức, đơn vị tài trợ, đại diện lãnh đạo các Sở, Ban, Ngành của thành phố Cần Thơ và các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long, cùng phần lớn tác giả của hơn 80 báo cáo tham luận. Ngoài phiên khai mạc và bế mạc, hội thảo được chia thành ba phiên toàn thể.

Phát biểu khai mạc hội thảo, GS.TS. Lê Hữu Nghĩa - nguyên Ủy viên Trung ương Đảng, nguyên Giám đốc Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Chủ tịch Hội Triết học Việt Nam, khẳng định: Hội thảo nhằm góp phần giải quyết những vấn đề lý luận và thực tiễn của Hệ giá trị Việt Nam trong sự phát triển đất nước trước thềm Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng. Phát biểu chào mừng hội thảo gồm có PGS.TS.

*Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

Nguyễn Tài Đông- Viện trưởng Viện Triết học, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam; TS. Phan Công Khanh - Giám đốc Học viện Chính trị khu vực IV; ông Lê Văn Thương - CEO Tập đoàn truyền thông Halotimes. Trình bày Báo cáo đề dẫn hội thảo, GS.TS. Hồ Sĩ Quý bày tỏ tin tưởng rằng các tham luận sẽ mang lại cho hội thảo những tri thức và thông tin quý giá.

Trong khuôn khổ phiên khai mạc của hội thảo đã diễn ra Lễ ký kết *Hợp tác Quảng bá và phát triển văn hoá – sản vật địa phương* giữa Tập đoàn Truyền thông Halotimes và thành phố Cần Thơ. Đại diện Sở Công thương thành phố Cần Thơ thực hiện ký kết hợp tác này, cùng với sự chứng kiến của đại diện Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn thành phố Cần Thơ, Sở Văn hóa – Thể thao và Du lịch thành phố Cần Thơ, Sở Lao động – Thương binh và Xã hội thành phố Cần Thơ và Thành đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh thành phố Cần Thơ. Lễ ký kết hợp tác là hoạt động thuộc chương trình truyền thông xã hội “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” do các đơn vị truyền thông phối hợp tổ chức, gồm: Tạp chí Nghiên cứu Triết học, Tạp chí Triết học, Tạp chí Du lịch thành phố Hồ Chí Minh, Tạp chí Xưa và Nay, Tạp chí Gia đình mới, Tạp chí Dân tộc và Thời đại, Tạp chí kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương, Trang Thông tin điện tử tổng hợp Yolo24h, Mạng xã hội du lịch Soctrip, Công ty truyền thông Halotimes. Chiến dịch truyền thông “Mẹ Việt Nam – Gia đình Việt Nam” triển khai các chương trình hành động như: sản xuất chương trình truyền hình thực tế, chương trình hỗ trợ sản vật địa phương, hội chợ Livestream nông sản trực tuyến, Tuần lễ văn hoá quốc tế,...

Tại phiên toàn thể thứ nhất: Triết học và hệ giá trị quốc gia do PGS.TS. Nguyễn Tài Đông và GS.TS. Hồ Sĩ Quý đồng chủ trì, hội thảo đã nghe và thảo luận 6 báo cáo: (1) “Một số ý kiến có tính lý luận về giá trị và hệ giá trị” của PGS.TS. Vũ Hoàng Công - Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh; (2)

“Cơ sở giá trị luận của nhận thức trong triết học trường phái Baden thuộc chủ nghĩa Kant mới” của PGS.TS. Nguyễn Anh Tuấn - Chi hội Triết học cơ sở, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội; (3) “Xây dựng hệ giá trị quốc gia trong bối cảnh chuyển đổi số và kỷ nguyên trí tuệ nhân tạo” của TS. Hồ Mạnh Tùng - Viện Triết học, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam; (4) “Dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh với tư cách là hệ giá trị quốc gia” của TS. Hà Thị Thùy Dương - Học viện Chính trị khu vực IV; (5) “Giá trị triết học trong tín ngưỡng thờ thành hoàng làng” của PGS.TS. Trần Đăng Sinh, TS. Trần Thị Hà Giang - Chi hội Triết học cơ sở, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội và TS. Nguyễn Thị Ngọc Bích - Trường Cao đẳng Y tế Kiên Giang; (6) “Xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước đến năm 2045” của bà Nguyễn Kim Loan - Liên đoàn lao động tỉnh Bình Dương.

Phiên toàn thể thứ hai tập trung vào hệ giá trị quốc gia trong mối liên hệ với các hệ giá trị khác, dưới sự chủ trì của TS. Trần Tuấn Phong và PGS.TS. Vũ Hoàng Công, hội thảo đã nghe và thảo luận 4 báo cáo: : (1) “Quan hệ giữa hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị chuẩn mực con người,



BẢO TỒN VÀ PHÁT TRIỂN VĂN HOÁ THÔNG QUA CHƯƠNG TRÌNH “MẸ VIỆT NAM - GIA ĐÌNH VIỆT NAM”

Ngọc Hân

“Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” là chương trình truyền thông xã hội được phát động với mục đích bảo tồn và phát triển các giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam, trong đó lấy việc phát huy giá trị văn hóa gia đình làm nòng cốt.

Chiến dịch truyền thông “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” do các đơn vị truyền thông phối hợp tổ chức gồm: Tập đoàn truyền thông Halotimes, Tạp chí Xưa và Nay, Tạp chí Triết học, Tạp chí Du lịch TP. HCM, Tạp chí Gia đình mới, Trang Thông tin điện tử tổng hợp Yolo24h, Mạng xã hội du lịch Soctrip.

Mục đích của chương trình là góp phần bảo tồn và phát triển văn hóa Việt Nam, trong đó lấy việc phát huy giá trị văn hóa gia đình làm nòng cốt. Chương trình sẽ được thực hiện một cách toàn diện từ các phương diện nghiên cứu, sáng tạo đến tuyên truyền, quảng bá trên các nền tảng truyền thông trong nước và quốc tế.

Thông qua chương trình, ban tổ chức mong muốn lan tỏa thông điệp về việc gìn giữ, phát huy giá trị văn hóa Việt Nam, phát huy giá trị gia đình Việt Nam trong thời đại mới, đồng thời xây dựng các chương trình hỗ trợ nông dân làm giàu trên đất quê hương.



Chương trình “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” ra mắt tại TP.Cần Thơ (Tháng 9/2024).

Chiến dịch truyền thông “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” được triển khai trong 1 năm, từ tháng 10/2024 đến tháng 10/2025 trên các phương diện: nghiên cứu, sáng tạo, tuyên truyền trên các nền tảng truyền thông trong nước và quốc tế. Nhằm đạt được những mục tiêu: Tạo ra 1 triệu nội dung về Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam trên các nền tảng truyền thông trong nước và quốc tế; Hỗ trợ 2 triệu gia đình Việt Nam có thêm thu nhập thông qua các chương trình hành động như: Sản xuất Chương trình truyền hình thực tế, chương trình hỗ trợ sản vật địa phương, hội chợ Livestream nông sản trực tuyến, Tuần lễ văn hoá quốc tế...; Tuyển tập 1 nghìn tác phẩm văn hoá nghệ thuật về chủ đề Mẹ, gia đình Việt Nam; Công bố 100 công trình nghiên cứu khoa học về vai trò phụ nữ; vai trò người Mẹ; vai trò gia đình trong gìn giữ phát huy truyền thống và lưu giữ văn hóa.

Nói về ý nghĩa của chương trình “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” trong quá trình thúc đẩy phát triển bền vững đất nước theo tinh thần Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng, GS.TS. Phạm Văn Đức - Phó chủ tịch thường trực Hội Triết học, cho biết: “Phát triển nhanh và bền vững đất nước là một chiến lược có tầm bao quát rộng lớn đã được các Nghị quyết của Đảng trong các Đại hội gần đây, đặc biệt là của Đại hội XIII nhấn mạnh. Phát triển bền vững ở Việt Nam bao hàm các trụ cột như: kinh tế, môi trường, xã hội, văn hóa và con người dựa trên tiền đề là sự ổn định chính trị. Khác với các Đại hội trước, Đại hội lần thứ XIII nhấn mạnh hơn đến việc xây dựng văn hóa và con người Việt Nam. Đúng như Chủ tịch Hồ Chí Minh đã căn dặn: “Văn hóa soi đường cho quốc dân đi” và Cố Tổng bí thư Nguyễn Phú Trọng đã khẳng định: “Văn hóa còn thì dân tộc còn”.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, xây dựng nền văn hóa tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc, xây dựng và phát triển giá trị con người là một trong những trụ cột, không kém trụ cột về kinh tế của phát triển

bền vững. Do đó, có thể nói, chiến dịch “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” sẽ góp phần quan trọng trong việc xây dựng một trụ cột trọng yếu cho phát triển bền vững ở Việt Nam”. GS.TS Trần Văn Phòng - nguyên Viện trưởng Viện Triết học, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh cho rằng: “Đây là sự kiện rất quan trọng có ý nghĩa to lớn trong việc tôn vinh các giá trị văn hóa gia đình, trên cơ sở đó bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc.

Bởi như chúng ta đã rõ bản sắc văn hóa dân tộc được bảo tồn, phát huy thông qua nhiều phương thức khác nhau nhưng thông qua tôn vinh, phát huy các giá trị gia đình là phương thức quan trọng nhất.

Bởi lẽ, các giá trị văn hóa gia đình là nơi hội đủ đầy đủ các giá trị văn hóa dân tộc, là nơi nuôi dưỡng, hun đúc lên hệ giá trị quốc gia và hệ giá trị chuẩn mực con người. Không những vậy, thông qua giáo dục gia đình các giá trị văn hóa dân tộc mới được bảo tồn, gìn giữ, phát huy”.

Th.s Nguyễn Thị Thu Hà, Tổng biên tập Tạp chí du lịch TP.HCM, chia sẻ: “Tạp chí Du lịch TP.HCM sẽ khai thác chuyên sâu về nội dung văn hóa, du lịch rộng khắp các vùng miền trong cả nước trong xuyên suốt các hoạt động nằm trong chiến dịch để truyền tải những nét đẹp văn hóa, du lịch của Việt Nam đến với du khách trong và ngoài nước”.





Trong gia đình Việt Nam, người mẹ vẫn luôn giữ vai trò trung tâm trong việc chăm sóc, giáo dục con cái và giữ gìn hạnh phúc gia đình. Ảnh: Nguyễn Sơn Tùng

Trong khi đó, Nhà sử học Dương Trung Quốc, Tổng Biên tập Tạp chí Xưa và Nay khẳng định: “*Gia đình là nơi bảo tồn những giá trị bền vững, là nền tảng, bệ phóng để cho con người có thể vươn lên cao hơn, xa hơn. Việc xây dựng chiến dịch truyền thông Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam cũng là một cách để bảo tồn và quảng bá nét văn hóa của gia đình Việt Nam*”.

Cùng với việc gìn giữ và phát huy nét đẹp văn hóa trong mỗi quan hệ gia đình, Chiến dịch truyền thông “*Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam*” sẽ góp phần khẳng định sức mạnh của chữ hiếu và khuyến khích trân trọng tình yêu thương gia đình. Phát huy vai trò của chữ lễ trong quy phạm phép tắc, quan hệ giữa người với người. Song song đó khẳng định vai trò người phụ nữ, từ đó đề cao sự gắn kết gia đình trong thời đại mới.

Vừa qua, Tập đoàn truyền thông Halotimes đã ký kết hợp tác với tỉnh Bắc Kạn về việc Đưa sản phẩm OCOP lên sàn TMĐT, đồng thời ký kết với Cần Thơ về nội dung quảng bá văn hóa - sản vật địa phương.

Ông Lê Văn Thương - CEO của Tập đoàn truyền thông Halotimes chia sẻ: “*Đã có rất nhiều chương trình tọa đàm nói về vấn đề làm sao để đào tạo người nông dân, địa phương tự marketing, bán hàng. Nhưng một thử thách lớn của chúng ta là tất cả các sàn TMĐT tại Việt Nam mà người dân đang ưa chuộng hiện nay đều không phải của Việt Nam.*

Đó là trở ngại của chúng tôi, cũng là lý do mà chương trình hành động “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” ra đời.

Chúng tôi mong muốn tìm ra biện pháp, để cùng với các tỉnh, các địa phương giải quyết các vấn đề mà người nông dân đang gặp phải. Nếu người dân thuận lợi bán được hàng, được sản phẩm do chính mình làm ra trên quê hương mình, đó là phát triển du lịch. Chỉ khi người dân thu được lợi ích, doanh nghiệp thu được lợi ích thông qua những hoạt động này thì mới tạo ra được những giá trị phát triển bền vững”.

HALOTIMES ĐỒNG HÀNH CÙNG SỰ KIỆN KỶ NIỆM 55 NĂM QUAN HỆ NGOẠI GIAO VIỆT NAM - THỤY ĐIỂN

Tập đoàn Truyền thông Halotimes, đơn vị đại diện thương hiệu mạng xã hội Soctrip - đồng hành cùng sự kiện The Music of ABBA (Âm nhạc của ABBA), show diễn nằm trong chuỗi hoạt động kỷ niệm 55 năm quan hệ ngoại giao Việt Nam - Thụy Điển.

Nhóm Arrival From Sweden do nhà sản xuất âm nhạc Vicky Zetterberg thành lập năm 1995 tại Thụy Điển, với các thành viên chủ chốt gồm Mark, Sarah, Vicky, Matt, Kev, Steve, Jack. Từ đó đến nay, họ đã lưu diễn ở 70 quốc gia trên thế giới. Trong năm nay, nhóm đã hoàn thành 80 buổi biểu diễn.

Hai thành viên của ABBA, Björn Ulvaeus và Benny Andersson từng tặng Arrival From Sweden ca khúc Just A Notion, được nhóm phát hành lần đầu năm 1999. Năm 2021, ABBA thể hiện bài hát này, đưa vào album Voyage.



The music of ABBA đưa khán giả Việt Nam trở về thuở thanh xuân đáng nhớ.

Nằm trong khuôn khổ kỷ niệm 55 năm quan hệ ngoại giao Việt Nam - Thụy Điển, Nhà hát lớn Hà Nội, Dàn nhạc giao hưởng Sài Gòn (SPO) và VietShow với sự hỗ trợ của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch sẽ mang tour lưu diễn The Music of ABBA (Âm nhạc của ABBA) của nhóm nhạc Arrival From Sweden đến Việt Nam.

Tour lưu diễn The Music of ABBA diễn ra tại TP.HCM vào ngày 5/10, Đà Nẵng vào ngày 9/10 và Thủ đô Hà Nội vào ngày 12/10. Đặc biệt, tour lưu diễn có sự góp mặt của nghệ sĩ Ake Sundqvist - nhạc công của ban nhạc ABBA.

The Music of ABBA sẽ có những dấu ấn đặc biệt chưa từng có ở Việt Nam đó là sự kết hợp của 70 nghệ sĩ Dàn nhạc Giao hưởng Sài Gòn và 18 nghệ sĩ nhóm Arrival From Sweden. Chương trình cũng sẽ bán đấu giá các kỷ vật của ABBA như nhạc cụ, đĩa than... với mục đích thiện nguyện, cùng với đó là những màn trình diễn trang phục độc đáo.

Mạng xã hội du lịch Soctrip là đơn vị phân phối vé chính thức cho tour The Music of ABBA (Âm nhạc của ABBA) tại Việt Nam.



Ông Lê Văn Thương - CEO Tập đoàn truyền thông Halotimes.

Ông Lê Văn Thương - CEO Tập đoàn truyền thông Halotimes, đơn vị đại diện thương hiệu mạng xã hội Soctrip, cho biết Soctrip là ứng dụng tích hợp cả mạng xã hội, OTA (đại lý du lịch trực tuyến) và thương mại điện tử.

“Soctrip cung cấp giải pháp để mọi người có thể sở hữu tấm vé xem show diễn The Music of ABBA nhanh chóng nhất, dễ dàng nhất, tiện lợi nhất. Bên cạnh đó, khi tải ứng dụng, khách hàng sẽ nhận được rất nhiều tiện ích như các voucher giảm giá khi mua sắm trên ứng dụng này hoặc book vé máy bay, tour du lịch... với chi phí thấp nhất”, ông Lê Văn Thương cho biết thêm.

Bà Phương Hồ, đại diện BTC, cũng cho biết: *“Chúng tôi đã chuẩn bị hệ thống phân phối vé cả kênh online lẫn mua trực tiếp để đưa vé đến gần hơn với những người yêu quý âm nhạc của ABBA. Chúng tôi thật sự cảm ơn sự đồng hành của các đối tác chiến lược, đặc biệt là Soctrip. Soctrip đã cùng chúng tôi đưa ra những giải pháp để đưa vé của tour diễn The Music of ABBA giới thiệu rộng rãi đến công chúng”.*



Bà Phương Hồ, đại diện BTC, ký kết hợp tác với đối tác chiến lược Soctrip



Theo BTC, sự hợp tác chiến lược lần này là một bước tiến quan trọng, mở ra cánh cửa để cùng nhau kiến tạo nên những đêm nhạc hoành tráng, khó quên, phục vụ nhu cầu thưởng thức âm nhạc đỉnh cao của khán giả, đồng thời tạo thành điểm nhấn trong hoạt động kỷ niệm 55 năm quan hệ ngoại giao Việt Nam - Thụy Điển.

Mạng xã hội Du lịch Soctrip

Soctrip là ứng dụng cung cấp dịch vụ du lịch trực tuyến (OTA - Online Travel Agent) và Thương mại điện tử (E-Commerce) trên nền tảng mạng xã hội.

Soctrip là công ty đi đầu trong lĩnh vực mạng xã hội (Social Network) tại Việt Nam và thế giới, Soctrip đã sở hữu và phát triển với hệ sinh thái đa dạng như: tour, vé máy bay, khách sạn, mua sắm trực tuyến,...

Với năng lực công nghệ hiện đại, Soctrip mang đến trải nghiệm đặt vé nhanh chóng, không lo nghẽn mạch:

- Đơn vị phân phối vé chính thức uy tín tại Việt Nam.
- Hàng ngàn Ưu đãi, quà tặng đặc biệt: Voucher giảm giá và quà tặng dành riêng khi mua trên Soctrip.
- Thanh toán nhanh chóng tiện lợi và bảo mật chỉ một chạm, không cần dùng tiền mặt.
- Quy trình đặt vé đơn giản, dễ dàng tra cứu thông tin, chỗ ngồi trực tuyến mà không cần phải đến địa điểm bán vé chỉ trong chớp mắt.

HALOTIMES ĐỒNG HÀNH "BƯỚC NHẢY HOÀN VŨ" 2024 LAN TOẢ NHỮNG GIÁ TRỊ VĂN HOÁ TỐT ĐẸP

CHƯƠNG TRÌNH "BƯỚC NHẢY HOÀN VŨ" 2024 LÀ SỰ KẾT HỢP VĂN HOÁ VIỆT NAM VÀ QUỐC TẾ, PHÙ HỢP VỚI SỨ MỆNH MÀ TẬP ĐOÀN TRUYỀN THÔNG HALOTIMES ĐANG THEO ĐUỔI.

Cách đây 14 năm, chương trình "Bước nhảy hoàn vũ" lần đầu tiên được tổ chức tại Việt Nam, trở thành một trong những gameshow truyền hình thực tế đầu tiên lên sóng vào thời điểm đó. Qua 7 mùa lên sóng, từ năm 2016, chương trình tạm dừng với nhiều lý do.

Năm 2024, "Bước nhảy hoàn vũ" chính thức trở lại với nhiều sự mới mẻ, thay đổi toàn diện từ format đến quá trình tổ chức sản xuất. Bà Huỳnh Thanh Tuyền - Đại diện Cát Tiên Sa, đơn vị sản xuất chương trình cho biết: "Có một điều vô cùng đặc biệt chưa từng diễn ra trong 7 mùa trước đó là yếu tố sống còn được đưa vào năm nay. Tất cả những người chơi có thể dừng lại ở bất kỳ thời điểm nào nếu không vượt qua được thử thách chương trình đặt ra và ngay lập tức có người chơi mới thay thế".

Chương trình "Bước nhảy hoàn vũ" chính thức trở lại sau 8 năm với format mới đầy hấp dẫn.

"Bước nhảy hoàn vũ" trở lại trong mùa thi mới với sự đồng hành của Tập đoàn truyền thông Halotimes cùng ứng dụng ZiiChat trong vai trò nhà tài trợ chính. Mạng xã hội du lịch Soctrip là đơn vị bảo trợ truyền thông. Đáng chú ý, sẽ có rất nhiều nội dung độc quyền của "Bước nhảy hoàn vũ" 2024 được đăng tải trên nền tảng Soctrip.



Ông Lê Văn Thương - CEO Tập đoàn truyền thông Halotimes.



Ông Lê Văn Thương - CEO Tập đoàn truyền thông Halotimes - Đơn vị đại diện thương hiệu Soctrip và Ziichat tại Việt Nam - cho biết, “Bước nhảy hoàn vũ” có sự kết nối những nền văn hóa khác nhau, với người chơi đến từ Việt Nam, Hàn Quốc, Bulgaria. Đây cũng là sứ mệnh mà Halotimes luôn theo đuổi: quảng bá những giá trị tốt đẹp trong văn hoá của các quốc gia trên toàn thế giới, kết nối mọi người đến gần nhau hơn, không phân biệt khoảng cách địa lý, ngôn ngữ.

“Chúng tôi sở hữu 2 nền tảng ứng dụng công nghệ gồm Mạng xã hội du lịch Soctrip và Ứng dụng nhắn tin trò chuyện Ziichat, giúp mọi người dễ dàng kết nối với nhau và tiếp cận các nội dung trực tuyến một cách dễ dàng.

Thông qua mạng xã hội Soctrip, khán giả có thể bầu chọn, vinh danh những cặp đôi xuất sắc nhất trong chương trình, đồng thời bày tỏ niềm yêu thích với thần tượng của mình. Đặc biệt khi sử dụng Soctrip, khán giả sẽ được xem những nội dung độc quyền chất lượng cao chỉ có trên ứng dụng này” - ông Lê Văn Thương cho biết.



Tập đoàn truyền thông Halotimes đồng hành cùng chương trình “Bước nhảy hoàn vũ” lan tỏa những giá trị văn hoá tốt đẹp giữa các quốc gia

Ông Nguyễn Vọng Ngàn - Đại diện Đài Truyền hình Việt Nam bày tỏ vinh dự khi là cầu nối đem đến cho khán giả một loại hình nghệ thuật rất đặc thù, bên cạnh những gameshow ca nhạc lớn khác. Giúp khán giả hiểu thêm phía sau vinh quang, thành công là sự lao động nghệ thuật nghiêm túc, có cả những chấn thương.

“Bước nhảy hoàn vũ” năm 2024 sẽ gồm những người chơi nữ đến từ Việt Nam và Hàn Quốc: Diễn viên Phương Oanh, Diễn viên Trương Quỳnh Anh, Ca sĩ - Diễn viên Quỳnh Nga, Hoa hậu Lê Hoàng Phương, Á hậu Lê Nguyễn Ngọc Hằng, Người đẹp Emma Lê, Vũ công Phạm Lịch, Phát thanh viên - Hooyeon, Miss Korea Busan - Min-young, Miss Korea - Sooyeon, Ca sĩ Shinju. Cùng với đó là các vũ công nam quốc tế.



Dàn người đẹp Việt Nam và Hàn Quốc tham gia “Bước nhảy hoàn vũ”

Theo chia sẻ từ nhà sản xuất, những người chơi không bắt buộc bắt cặp với bạn nhảy do chương trình chỉ định sẵn mà có cơ hội rút thăm chọn người nhảy cùng xứng đáng. Chương trình “Bước nhảy hoàn vũ” dự kiến lên sóng đầu tháng 11/2024, vào tối thứ 7 hàng tuần trên kênh VTV3.

