

NGHỆ SĨ CÂN CÂN BẰNG GIỮA SÁNG TẠO VÀ TRÁCH NHIỆM

PGS.TS. TRỊNH HÒA BÌNH *

Nghệ sĩ không chỉ là những người sáng tạo ra các tác phẩm nghệ thuật mà còn có ảnh hưởng lớn đến xã hội qua hành vi và phát ngôn của mình. Tuy nhiên, trong thời đại mạng xã hội phát triển, không ít nghệ sĩ đã vướng vào những sai lầm trong cách ứng xử.

Một ví dụ điển hình gần đây là vụ việc của Rapper Negav gây phẫn nộ khi bị lộ nhóm riêng với nội dung phản cảm trên mạng xã hội. Dù quay trở lại sân khấu, anh vẫn phải đối mặt với làn sóng chỉ trích từ dư luận.

Chúng tôi đã có cuộc trao đổi với Phó Giáo sư, Tiến sĩ Trịnh Hòa Bình, chuyên gia xã hội học để có quan điểm sâu sắc về sự cần thiết trong việc cân bằng giữa sáng tạo và trách nhiệm xã hội của nghệ sĩ.



Phó Giáo sư, Tiến sĩ Trịnh Hòa Bình,
Nguyên Giám đốc Trung tâm điều tra xã hội, Viện xã hội học
(Ảnh: NVCC)

Nghệ sĩ và trách nhiệm xã hội

1. Thưa ông, từ trước tới nay, không ít nghệ sĩ có ảnh hưởng đã vướng vào các phát ngôn và hành vi thiếu chuẩn mực. Theo ý kiến của ông, nguyên nhân nào khiến nhiều nghệ sĩ dễ mắc sai lầm trong phát ngôn hoặc hành xử trên mạng xã hội?

PGS.TS. Trịnh Hòa Bình: Khi nhắc đến nghệ sĩ, chúng ta thường nghĩ đến những người của công chúng, luôn mong muốn để lại dấu ấn trong lòng khán giả và tạo nên tầm ảnh hưởng nhất định. Họ không chỉ tỏa sáng nhờ tài năng mà còn qua cách hành xử và biểu đạt của mình.

Tôi cho rằng điểm đặc trưng của nghệ sĩ là sự độc đáo. Để khẳng định mình trước công chúng, họ thường tìm kiếm những điều khác biệt, vượt khỏi khuôn mẫu thông thường, tìm ra lối đi riêng, cách biểu đạt khác lạ. Đây là một phần lý do khiến công chúng dễ gắn cho

nghệ sĩ hình ảnh khác người, đôi khi mang tính thị phi. Bởi, nghệ sĩ với bản chất sáng tạo, khó có thể chấp nhận sự bình lặng, dung dị. Tuy nhiên, sự khát khao khác biệt đôi khi dẫn nghệ sĩ đến những sai lầm. Họ thường hành động theo cảm xúc, đam mê và trực giác hơn là sự tỉnh táo. Nếu sự tỉnh táo là đặc trưng của nhà khoa học thì nghệ sĩ phải sống với niềm đam mê mãnh liệt và sự cởi mở để vượt qua mọi giới hạn. Chính vì thế, họ dễ bị cuốn vào những sai lầm hoặc tranh cãi.

Điều kỳ lạ là, đôi khi những sai lầm hoặc nét méo mó đó lại trở thành giá trị nghệ thuật với đặc trưng là sự độc đáo, thường đòi hỏi sự phá cách và dấu ấn cá nhân rõ nét. Nhưng cũng từ đó, nghệ sĩ phải đối mặt với những thách thức như thị phi hay áp lực xã hội.

Sai lầm của nghệ sĩ thường không bắt nguồn từ ý định xấu mà do bất cẩn hoặc bốc đồng.

Dù nhận thức được sai lầm, họ đôi khi xem nhẹ hậu quả, cho rằng nó không nghiêm trọng. Tuy nhiên, sức hút và sự khác biệt của nghệ sĩ phải luôn đi đôi với trách nhiệm. Khi cái tôi cá nhân bị tuyệt đối hóa, hệ lụy không chỉ ảnh hưởng đến chính họ mà còn tổn hại đến giá trị văn hóa và nghệ thuật mà họ đại diện. Giá trị thực sự của nghệ sĩ nằm ở khả năng cân bằng giữa sáng tạo và trách nhiệm xã hội. Dẫu nghệ sĩ được biết đến với sự độc lập và sáng tạo, việc tuyệt đối hóa những đặc tính này có thể dẫn đến vấn đề đạo đức. Một số người tránh sai lầm, nhưng cũng có những người chấp nhận rủi ro, coi đó như một phần tất yếu trong hành trình sáng tạo của mình.

Đáng tiếc, không phải nghệ sĩ nào cũng nhận thức được rằng mỗi hành vi, lời nói hay biểu cảm của mình đều có thể trở thành tấm gương cho công chúng. Nếu tất cả đều ý thức rõ ràng về trách nhiệm này, có lẽ họ sẽ truyền tải những giá trị tích cực hơn.

Tuy nhiên, sự tỉnh táo quá mức có thể làm nghệ thuật mất đi tính bất ngờ và sự lấp lánh đặc trưng. Nghệ sĩ, với thiên hướng sáng tạo, thường phải cân bằng giữa hai ranh giới: một bên là chuẩn mực đạo đức, một bên là sự bứt phá sáng tạo. Những người có thể dung hòa cả hai yếu tố này thường rất hiếm, và họ được xem như những cá nhân ưu tú, vượt trội.

Để đạt được sự cân bằng đó, không chỉ cần tài năng thiên bẩm mà còn đòi hỏi quá trình đào tạo nghiêm túc, học hỏi không ngừng và hội nhập xã hội đúng cách. Thế nhưng, không phải nghệ sĩ nào cũng có điều kiện hoặc cơ hội trải qua hành trình này. Nhiều người dựa vào năng khiếu tự nhiên, dồn hết tâm huyết để sáng tạo nghệ thuật một cách hồn nhiên.

Sự hồn nhiên trong sáng tạo mang lại nét tươi mới, độc đáo và chân thật, nhưng cũng có giới hạn. Nó thiếu đi sự toàn diện trong tư duy và sự tỉnh tế trong cách ứng xử. Vì vậy, nghệ sĩ không chỉ cần sáng tạo mà còn phải học hỏi và trau dồi bản thân. Một nghệ sĩ hoàn thiện là người không chỉ tạo ra cái đẹp trong nghệ thuật mà còn biết lan tỏa vẻ đẹp qua hành vi và trách nhiệm với xã hội.

“

Giá trị thực sự của nghệ sĩ không chỉ nằm ở sự khác biệt, mà còn ở khả năng cân bằng giữa sáng tạo và trách nhiệm xã hội

PGS.TS Trịnh Hòa Bình,
Chuyên gia xã hội học

2. Gần đây, Rapper Negav gây phẫn nộ vì bị lộ nhóm riêng phản cảm và có những phát ngôn không phù hợp. Trong bối cảnh dư luận chia thành hai luồng ý kiến, một bên cho rằng anh cần cơ hội sửa sai, bên kia lại cho rằng nghệ sĩ thiếu chuẩn mực không xứng đáng làm thần tượng. Ông có ý kiến gì về vấn đề này?

PGS.TS. Trịnh Hòa Bình: Nghệ sĩ có được tha thứ và tiếp tục hoạt động hay không phụ thuộc vào mức độ nghiêm trọng của những sai lầm đã xảy ra và sức ảnh hưởng của nghệ sĩ đối với cộng đồng. Trong lịch sử, nhiều trường hợp nghệ sĩ mắc sai lầm vẫn được tha thứ và tái xuất nhờ tài năng vượt trội và sự cống hiến không ngừng.

Tuy nhiên, những hành vi vượt quá giới hạn đạo đức hoặc gây tổn hại nghiêm trọng thường dẫn đến việc họ bị loại bỏ khỏi ánh đèn sân khấu.

3. Theo ông, những phát ngôn hoặc hành động không chuẩn mực của nghệ sĩ có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến xã hội như thế nào, đặc biệt đối với giới trẻ?

PGS.TS. Trịnh Hòa Bình: Người hâm mộ nghệ sĩ hiện nay, đặc biệt là giới trẻ, không chỉ đại diện cho thế hệ hôm nay mà còn là tương lai của xã hội. Khi tôn sùng và xem nghệ sĩ như thần tượng, giới trẻ chịu ảnh hưởng sâu sắc từ hành vi, phát ngôn và hoạt động nghệ thuật của họ. Tuy nhiên, nếu nghệ sĩ mắc sai lầm trong hành xử hoặc phát ngôn, những tác động tiêu cực có thể lan tỏa, ảnh hưởng đến nhận thức và hành động của công chúng, đặc biệt là thanh thiếu niên.

Sứ mệnh của nghệ sĩ không chỉ dừng lại ở việc cống hiến nghệ thuật mà còn ở trách nhiệm xây dựng những giá trị văn hóa tốt đẹp cho xã hội. Mỗi hành động, phát ngôn hay

biểu hiện của họ đều có sức ảnh hưởng lớn, đòi hỏi sự chuẩn mực và trách nhiệm. Sai lầm dù nhỏ cũng có thể làm suy giảm uy tín, mất niềm tin từ công chúng và ảnh hưởng tiêu cực đến cộng đồng.

Nghệ sĩ cần biết điều tiết bản thân, tránh những hành động bộc phát hoặc thiếu kiểm soát. Sự ổn định trong hình ảnh không chỉ giúp họ duy trì sự nghiệp lâu dài mà còn góp phần nâng cao giá trị tinh thần và văn hóa cộng đồng. Một nghệ sĩ thực thụ không chỉ tỏa sáng bằng tài năng mà còn cần ý thức sâu sắc về trách nhiệm với xã hội.

Xã hội hiện đại với tư duy cởi mở và khoan dung đã mang đến nhiều cơ hội để đánh giá nghệ sĩ một cách toàn diện, không chỉ dựa vào sai lầm mà còn xét đến tài năng và cống hiến. Trong bối cảnh hiện đại, ranh giới giữa việc tha thứ và phê phán nằm ở thái độ của nghệ sĩ và sự đánh giá công tâm từ cộng đồng. Những người nghệ sĩ đích thực, nếu thực sự có tài năng và tâm huyết, vẫn có thể vượt qua sóng gió để tiếp tục hành trình của mình.

Vai trò của công chúng và truyền thông trong việc giúp nghệ sĩ sửa sai

4. Ông đánh giá thế nào về vai trò của công chúng đối với nghệ sĩ trong bối cảnh hiện nay? Theo ông, công chúng Việt Nam có xu hướng tha thứ cho nghệ sĩ sau những sai lầm hay không và những yếu tố nào ảnh hưởng đến điều này? Với một nghệ sĩ đã mất lòng tin từ công chúng, họ cần làm gì để có thể trở lại làm nghề một cách chính đáng?

PGS.TS. Trịnh Hòa Bình: Vai trò của công chúng trong đời sống nghệ thuật vô cùng lớn, vừa đa dạng, phức tạp, mang tính hai chiều. Công chúng không chỉ đánh giá mà còn góp phần hình thành hành trình quay lại của nghệ sĩ sau sai lầm.

Công chúng Việt Nam không hoàn toàn khước từ cơ hội cho nghệ sĩ, nhưng lại yêu cầu sự chân thành, trách nhiệm và giá trị thực sự. Để khôi phục niềm tin, nghệ sĩ cần chứng

minh sự thay đổi và cống hiến của mình qua nghệ thuật, dù hành trình ấy đầy thử thách.

Câu chuyện về sự trở lại của nghệ sĩ sau sai lầm có lẽ giống như câu hỏi “quả trứng có trước hay con gà có trước”. Một mặt, họ cần cơ hội để sửa chữa và cống hiến. Mặt khác, công chúng và các cơ quan quản lý cũng phải cân nhắc kỹ lưỡng, tránh để sự dễ dãi làm tổn hại đến giá trị đạo đức nghề nghiệp.

Dù vậy, thực tế cho thấy nghệ thuật luôn cần những tài năng thực sự. Dù có những khoảng lặng hay khoảng trống, nếu nghệ sĩ đủ bản lĩnh và quyết tâm sửa chữa, họ vẫn có thể tiếp tục con đường sáng tạo và mang lại giá trị cho cộng đồng.

5. Dưới góc nhìn của ông, truyền thông có vai trò như thế nào trong việc “đánh sập” hoặc “cứu vớt” sự nghiệp của nghệ sĩ?

PGS.TS. Trịnh Hòa Bình: Truyền thông đóng vai trò vô cùng quan trọng, có thể nâng tầm hoặc vùi dập sự nghiệp của một nghệ sĩ chỉ trong thời gian ngắn. Với sức mạnh định hướng dư luận, truyền thông không chỉ đưa nghệ sĩ lên đỉnh cao danh vọng mà còn có thể tạo ra những áp lực không thể chống đỡ khi họ vướng vào tranh cãi.

Ở Việt Nam, sức mạnh truyền thông cũng được thể hiện rõ qua nhiều sự kiện. Chẳng hạn, khi một nghệ sĩ dính líu đến scandal, truyền thông có thể “đánh chặn” mọi ngã đường, khiến họ không thể lên tiếng thanh minh. Nhưng ngược lại, cũng chính truyền thông có thể tạo điều kiện để nghệ sĩ phục hồi hình ảnh khi dư luận đã nguôi ngoai và có những đánh giá công bằng hơn.

Truyền thông không chỉ đưa tin, mà còn kiến tạo và điều chỉnh các góc nhìn trong xã hội. Điều này vừa là sức mạnh vừa là trách nhiệm. Sử dụng truyền thông đúng cách có thể giúp nâng đỡ giá trị tích cực và sửa chữa sai lầm. Nhưng nếu lạm dụng, nó cũng có thể đẩy nghệ sĩ và các cá nhân khác đến bờ vực sự nghiệp. Vì thế, vai trò truyền thông cần được khai thác một cách tối ưu, tránh trở thành con dao hai lưỡi gây tổn thương không cần thiết.

Đạo đức nghề nghiệp trong ngành giải trí

6. Thưa ông, trong trường hợp nghệ sĩ mắc sai lầm, công ty quản lý và người đại diện nên đóng vai trò gì để kịp thời ngăn chặn và xử lý hiệu quả các vấn đề phát sinh?

PGS.TS. Trịnh Hòa Bình: Nghệ sĩ cần phải chịu trách nhiệm về những gì họ làm ra. Tuy nhiên, điều này thực sự rất mong manh, bởi vì chúng ta nhận thấy rằng phẩm chất của người nghệ sĩ thường không gắn liền với việc “đứng trên mặt đất”, họ thường bay bổng, phiêu diêu trong sáng tạo.

Vai trò của cơ quan quản lý, người đại diện ở đây là cần gần hơn với những nghệ sĩ để trao đổi thẳng thắn, chỉ rõ những điều họ chưa làm tốt. Những ý tưởng nào đang bay bổng quá mức, không thực tế, cần được định hướng lại để họ có thể quay về với tinh thần trách nhiệm. Thay vì chỉ áp dụng các biện pháp kỷ luật cứng nhắc, việc hỗ trợ, đồng hành và định hướng sẽ mang lại hiệu quả bền vững hơn.

Tuy nhiên, nếu hành vi sai lầm của nghệ sĩ vi phạm các giá trị văn hóa, chạm đến vấn đề nhạy cảm, hoặc ảnh hưởng đến lợi ích quan trọng của đất nước, họ cần chịu trách nhiệm pháp lý. Ngược lại, với những sai lầm không quá nghiêm trọng, cần tạo điều kiện để họ nhận ra và sửa chữa, thay vì chỉ trích hay áp đặt quá mức, bởi nghệ sĩ là những người luôn cần không gian sáng tạo và cảm hứng.

7. Theo ý kiến của ông, ngành giải trí Việt Nam cần làm gì để xây dựng hệ thống đạo đức nghề nghiệp rõ ràng và hỗ trợ nghệ sĩ tránh những sai lầm đáng tiếc?

PGS.TS. Trịnh Hòa Bình: Việc xây dựng hệ thống đạo đức nghề nghiệp rõ ràng cho ngành giải trí là nhiệm vụ khó khăn, bởi đây là một thiết chế phức tạp, thiếu sự định hướng rõ ràng và một “người cầm lái” thống nhất. Tuy nhiên, không thể phủ nhận rằng việc giáo dục đạo đức nghề nghiệp là yếu tố cần thiết và cấp bách hơn bao giờ hết.

Trong suốt thời gian qua, vấn đề đạo đức nghề nghiệp trong ngành giải trí dường như bị bỏ ngỏ. Những người bước chân vào lĩnh vực nghệ thuật, dù là sân khấu, điện ảnh hay âm nhạc, vẫn chưa được hướng dẫn và rèn luyện bài bản về chuẩn mực đạo đức. Điều này tạo ra khoảng trống lớn trong việc định hình ý thức trách nhiệm và giá trị cốt lõi cho người nghệ sĩ. Mặc dù nghệ thuật luôn đề cao sự cá tính và sáng tạo, nhưng những giá trị đó phải hài hòa với văn hóa và đạo đức của xã hội.

Chính phủ, các ngành văn hóa và giáo dục cần chung tay xây dựng một môi trường làm việc minh bạch, có hệ thống quy định rõ ràng để hỗ trợ nghệ sĩ tránh mắc phải những sai lầm không đáng có. Đồng thời, việc giáo dục đạo đức nghề nghiệp không nên chỉ là hình thức, mà cần được thực hiện xuyên suốt trong quá trình hoạt động của mỗi nghệ sĩ.

Ngành giải trí Việt Nam đang ở thời điểm cần thiết để nhìn nhận lại và xây dựng một hệ thống đạo đức nghề nghiệp bài bản, từ đó nâng cao chất lượng sáng tạo nghệ thuật và khẳng định giá trị bền vững của nghệ thuật trong đời sống xã hội.



“

Nghệ thuật không chỉ cần tài năng mà còn cần sự đồng cảm

PGS.TS Trịnh Hòa Bình,
Chuyên gia xã hội học

8. Thưa ông, liệu chúng ta nên mở cơ hội cho các nghệ sĩ từng mắc sai lầm quay lại sự nghiệp hay việc này cần phải được cân nhắc kỹ lưỡng dựa trên các yếu tố như mức độ sai lầm và quá trình khắc phục của họ?

PGS.TS Trịnh Hòa Bình: Mức độ sai lầm là yếu tố quan trọng để cân nhắc trong việc đối xử với nghệ sĩ, nhưng tinh thần chung vẫn nên là sự bao dung và tha thứ. Đối với giới nghệ sĩ hoặc cá nhân nghệ sĩ từng mắc sai lầm, việc mở lối quay trở lại là điều cần thiết, đặc biệt khi họ có tài năng, khắc phục được lỗi lầm và khơi dậy lại niềm đam mê, tâm huyết với sự nghiệp của mình.

Khi nghệ sĩ có thể đóng góp tích cực, cống hiến cho đời sống xã hội và mang lại giá trị tốt đẹp cho cộng đồng, việc trao cho họ cơ hội làm lại không chỉ là hành động nhân văn mà còn thúc đẩy sự phát triển chung của nền nghệ thuật. Sự cởi mở và đồng hành từ phía công chúng, cơ quan quản lý và cả ngành giải trí sẽ là động lực lớn giúp nghệ sĩ vượt qua khó khăn, khẳng định lại giá trị bản thân.

Nghệ thuật không chỉ cần tài năng mà còn cần sự đồng cảm. Tha thứ không có nghĩa là bỏ qua sai lầm, mà là nhìn nhận khả năng sửa đổi, tạo điều kiện để tài năng thực sự được thăng hoa và mang lại ý nghĩa tích cực cho xã hội.



ĐÊM NHẠC “NGƯỜI CON ĐẠO HIẾU”: BẢN HÒA CA TÌNH THÂN, LAN TỎA GIÁ TRỊ GIA ĐÌNH VIỆT

CEO. LÊ VĂN THƯƠNG *

Tối 25/12, tại Cung Văn hóa Hữu nghị Việt Xô, Hà Nội, chương trình biểu diễn nghệ thuật đặc sắc mang tên “Người Con Đạo Hiếu” đã chính thức diễn ra, đánh dấu một điểm sáng trong chuỗi hoạt động thuộc chiến dịch truyền thông xã hội “Mẹ Việt Nam - Gia Đình Việt Nam”.

Mở đầu đêm nhạc, ông Lê Văn Thương, CEO Tập đoàn Truyền thông Halotimes, đã có bài phát biểu đầy cảm xúc và ý nghĩa, gửi lời chào chân thành đến các quý vị đại biểu, khách mời, đối tác, doanh nghiệp và toàn thể khán giả.

Ông Lê Văn Thương bày tỏ niềm tự hào khi có cơ hội đồng hành chiến dịch truyền thông xã hội mang giá trị nhân văn sâu sắc, trong không khí chuyển giao giữa năm cũ và năm mới tại Thủ đô Hà Nội.

Trong bài phát biểu, ông Lê Văn Thương nhấn mạnh tầm quan trọng của chiến dịch “Mẹ Việt Nam - Gia Đình Việt Nam” như một hành trình lan tỏa những giá trị văn hóa gia đình và lòng hiếu thảo, những nét đẹp truyền thống của dân tộc Việt Nam trong bối cảnh xã hội hiện đại hóa.

Vị CEO cũng thể hiện sự tự hào khi Halotimes, với vai trò là đơn vị tổ chức, đã kết hợp sức mạnh công nghệ và văn hóa để tạo ra một không gian nghệ thuật vừa sâu lắng vừa hiện đại, đáp ứng nhu cầu của khán giả đa thế hệ.



Ông Lê Văn Thương - CEO Tập đoàn Truyền thông Halotimes phát biểu mở màn chương trình.

“

“Người con Đạo hiếu” không chỉ là một chương trình nghệ thuật mà còn là món quà tinh thần dành cho mọi gia đình Việt Nam. Đây là sự giao thoa giữa giá trị truyền thống và hơi thở hiện đại, khơi gợi lòng biết ơn, tình thân và lòng hiếu thảo những giá trị cốt lõi cần được giữ gìn và phát huy trong bất kỳ thời đại nào.

CEO Lê Văn Thương xúc động chia sẻ.

Song song đó, vị CEO cũng nhấn mạnh về 4 giá trị cốt lõi mà Halotimes theo đuổi, bao gồm phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam, giữ gìn bản sắc dân tộc, đổi mới sáng tạo công nghệ, ứng dụng trí tuệ nhân tạo để góp phần xây dựng chuỗi cung ứng toàn cầu, công nghiệp hóa nông nghiệp Việt Nam, gia tăng giá trị sản phẩm nông nghiệp và thu nhập cho người dân và phát triển báo chí và truyền thông đa phương tiện, đáp ứng xu hướng hiện đại.

Từ những giá trị đó, chiến dịch truyền thông “Mẹ Việt Nam - Gia Đình Việt Nam” được ra đời, với sự phối hợp của các tổ chức uy tín và hàng trăm chuyên gia, nghệ sĩ hàng đầu Việt Nam. Mục tiêu lớn nhất là kết nối, khơi dậy

sức mạnh đại đoàn kết dân tộc và mang lại sự thịnh vượng bền vững cho gia đình Việt.

Khép lại lời phát biểu, ông Lê Văn Thương bày tỏ niềm tin rằng chiến dịch truyền thông “*Mẹ Việt Nam - Gia Đình Việt Nam*” sẽ góp phần lan tỏa những giá trị nhân văn, thúc đẩy tinh thần đại đoàn kết dân tộc và xây dựng một tương lai thịnh vượng cho mọi gia đình Việt Nam.

Đêm nhạc “*Người con đạo hiếu*” là một phần trong chiến dịch truyền thông “*Mẹ Việt Nam - Gia Đình Việt Nam*” do tập đoàn truyền thông Halotimes tổ chức, trong đó bao gồm mục tiêu tạo dựng cầu nối giữa những người con xa quê và gia đình, đồng thời giúp đỡ người dân phát triển bền vững trên chính mảnh đất quê hương.



Chiến dịch truyền thông “*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 văn hoá Việt Nam đậm đà bản sắc dân tộc, trong đó lấy việc phát huy giá trị văn hoá gia đình làm nòng cốt.

Bên cạnh đó, chiến dịch truyền thông “*Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam*” cũng sẽ 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...

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 Nghiên cứu Triết học, Tạp chí Du lịch TP. HCM, Tạp chí Xưa và Nay, Tạp chí Gia Đình Mới, Trang Thông tin điện tử tổng hợp Yolo24h, Mạng xã hội du lịch Soctrip.



MẸ VIỆT NAM
GIA ĐÌNH VIỆT NAM

“MẸ VIỆT NAM – GIA ĐÌNH VIỆT NAM” MỞ RỘNG CƠ HỘI CHO SẢN VẬT ĐỊA PHƯƠNG VƯƠN TẦM QUỐC TẾ

QUÁCH NGỌC

Trong giai đoạn đầu, chiến dịch truyền thông “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” đã đạt nhiều thành tựu ấn tượng, ghi dấu ấn trong việc bảo tồn văn hóa và thúc đẩy kinh tế địa phương.

Tháng 9/2024, Tập đoàn Truyền thông Halotimes phối hợp cùng nhiều đối tác chính thức khởi động chiến dịch “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam”. Với mục tiêu bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc, chiến dịch nhấn mạnh vai trò gắn kết giữa văn hóa và kinh tế trong phát triển bền vững.

Trong giai đoạn đầu (tháng 9-12/2024), chiến dịch đã đạt được những kết quả nổi bật. Điển hình là việc ký kết hợp tác với các địa phương, tạo nền tảng đưa sản vật địa phương lên sàn thương mại điện tử (TMĐT), hỗ trợ tiêu thụ bền vững.

Lan tỏa giá trị văn hóa khắp các vùng miền



Ngày 26/8, Halotimes ký thỏa thuận hợp tác với tỉnh Bắc Kạn nhằm mục tiêu đưa sản phẩm OCOP lên sàn TMĐT. Tại buổi ký kết, ông Lê Văn Thương - CEO Tập đoàn Truyền thông Halotimes tin rằng, người dân phải sống được bằng sản phẩm của mình làm ra, bằng sản vật của địa phương ấy.

Lễ ký kết, hợp tác với tỉnh Bắc Kạn là sự khởi đầu, để đi vào chi tiết hơn, BTC chương trình sẽ tiếp cận với các làng nghề, các doanh nghiệp đang kinh doanh trong lĩnh vực này để

đồng hành. Như vậy, mới tạo ra được doanh nghiệp địa phương phát triển, người dân địa phương làm giàu trên đất quê hương...

Tiếp nối thành công, ngày 11/9, Halotimes hợp tác với thành phố Cần Thơ thực hiện các chương trình quảng bá văn hóa và sản vật địa phương, tạo bước đột phá trong phát triển kinh tế - văn hóa vùng miền.

Đại diện Sở Công Thương TP Cần Thơ (bên trái) và CEO Tập đoàn truyền thông Halotimes (bên phải) ký kết hợp tác.

Không chỉ dừng lại ở phạm vi trong nước, Halotimes còn mở rộng hợp tác quốc tế. Ngày 25-26/11, sự kiện “Quảng bá & Phát triển văn hóa - Du lịch - Sản vật địa phương Việt Nam - Trung Quốc” được tổ chức với sự tham gia của hơn 100 chuyên gia, nhà khoa học và doanh nghiệp từ hai nước. Điểm nhấn

của sự kiện là thông điệp: “Giúp người nông dân làm giàu trên đất quê hương.”

Theo ông Lê Văn Thương, mục tiêu lớn nhất của chiến dịch là hỗ trợ người dân tiêu thụ nông sản tại địa phương, tạo ra lợi ích cho cả người dân và doanh nghiệp, từ đó xây dựng chuỗi giá trị bền vững.

Gia đình - Nền tảng cho sự phát triển bền vững

Không chỉ tập trung vào kinh tế và văn hóa, chiến dịch truyền thông “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” còn đề cao vai trò của gia đình trong việc xây dựng xã hội phát triển bền vững.

Trong khuôn khổ chiến dịch, các chương trình nghệ thuật, văn hóa đặc sắc với chủ đề tôn vinh tình cảm gia đình sẽ được tổ chức, thu hút sự tham gia của nhiều nghệ sĩ nổi tiếng tại Việt Nam như danh ca Ngọc Sơn. Tại sự kiện “Halotimes 8 - Khởi tạo kỷ nguyên mới,” danh ca Ngọc Sơn đã được vinh danh là nhân vật truyền cảm hứng cho chiến dịch.



Nhà Sử học Dương Trung Quốc trao kỷ niệm chương cho Danh ca Ngọc Sơn - nhân vật truyền cảm hứng cho chiến dịch “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam”.

Chia sẻ về quyết định đồng hành cùng chiến dịch, nam danh ca bày tỏ:

“Chữ hiếu là hành trang quan trọng để mỗi người trẻ bước vào đời. Tôi mong muốn dùng lời ca của mình để lan tỏa giá trị yêu thương và nét đẹp truyền thống gia đình Việt đến với xã hội.”

Đặc biệt, ngày 25/12, danh ca Ngọc Sơn góp mặt trong chương trình âm nhạc “Người con đạo hiếu” cùng nhiều nghệ sĩ khác như NSND Thu Hiền, NSƯT Thanh Thanh Hiền, NSƯT

Kim Tử Long, ca sĩ Ngô Lan Hương,... Các nghệ sĩ sẽ mang đến những tiết mục không chỉ có tính giải trí mà còn truyền tải thông điệp gắn kết, đề cao giá trị thiêng liêng của gia đình.

Gia đình - Nền tảng cho sự phát triển bền vững

Chiến dịch “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” sẽ tiếp tục kéo dài trong năm 2025, hứa hẹn mang đến nhiều hoạt động ý nghĩa và thiết thực. Nổi bật trong số đó là việc sản xuất các chương trình truyền hình thực tế, tổ chức hội chợ livestream nông sản trực tuyến, thực hiện Tuần lễ Văn hóa Quốc tế, cùng với hỗ trợ quảng bá các sản vật địa phương trên các nền tảng truyền thông.

Chiến dịch hướng đến những mục tiêu đầy tham vọng gồm: Tạo ra 1 triệu nội dung trên các nền tảng truyền thông trong nước và quốc tế, góp phần tăng thu nhập cho 2 triệu gia đình Việt Nam, thực hiện 100 công trình nghiên cứu khoa học thông qua các hội thảo, tọa đàm cấp quốc gia và quốc tế, cùng việc sản xuất 1.000 tác phẩm văn học, nghệ thuật, MV và phim.

Các nội dung này không chỉ khẳng định sứ mệnh của chiến dịch mà còn tạo động lực gắn kết chặt chẽ giữa văn hóa và kinh tế, hướng đến sự phát triển bền vững cho cộng đồng.

Hơn cả một chiến dịch truyền thông, “Mẹ Việt Nam - Gia đình Việt Nam” chính là cầu nối đưa những giá trị văn hóa Việt Nam lan tỏa mạnh mẽ, đồng thời góp phần xây dựng một xã hội bền vững dựa trên nền tảng vững chắc của gia đình.