

5 VĂN HÓA VÀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

KHI NGHỆ SĨ LAN TỎA GIÁ TRỊ TỪ MẢNH ĐẤT QUÊ HƯƠNG

CHÍ PHÚ

Không chỉ mang đến tiếng cười, cảm xúc trên sân khấu, dàn nghệ sĩ trong “Về quê làm giàu” đang thực sự bước ra khỏi ánh đèn để góp phần thay đổi cuộc sống cộng đồng, từ chính những trải nghiệm thực tế, những phiên livestream nhỏ bé đến hành trình tôn vinh giá trị truyền thống quê hương.

Chương trình truyền hình thực tế “Về quê làm giàu” không đơn thuần là đưa nghệ sĩ về quê để trải nghiệm. Đây là nơi họ thật sự trở thành nhân tố truyền cảm hứng, kích hoạt tinh thần khởi nghiệp cho nông thôn bằng chính sức ảnh hưởng của mình.

Trên sân khấu, họ là những người tạo nên cảm xúc, nghệ sĩ bằng tiếng hát, diễn xuất hay những câu chuyện hài hước. Nhưng ở những phiên chợ quê, những buổi livestream giữa làng bản, họ lại là “bạn đồng hành” của người nông dân.

Từ MC Quyền Linh, người gắn liền với hình ảnh lam lũ, gầy gù, đến các nghệ sĩ trẻ như Thu Hà Ceri, Long Vũ, hay ca sĩ Diệp Lâm Anh, Thanh Duy, tất cả đã cho thấy một vai trò khác của nghệ sĩ, đó là làm cầu nối giữa người dân địa phương và người tiêu dùng khắp cả nước.

Không chỉ ăn cùng, ở cùng mà còn bán hàng cùng người dân

Không giống những chương trình đơn thuần khai thác vẻ đẹp mộc mạc của làng quê hay những pha hài hước khi nghệ sĩ làm nông, “Về quê làm giàu” đi sâu vào giá trị kinh tế. Tại mỗi địa phương, chương trình

tổ chức một phiên livestream kéo dài tới 12 tiếng, nơi đặc sản địa phương được giới thiệu trực tiếp tới người xem qua mạng xã hội.

Tại đây, nghệ sĩ chính là người dẫn dắt buổi bán hàng online. Họ học về sản phẩm, thử nếm, kể lại câu chuyện phía sau món hàng và kêu gọi mọi người ủng hộ. Không khí livestream sôi động, giàu cảm xúc... Và doanh số cũng đáng ngạc nhiên khi đạt được tới trăm triệu đồng chỉ sau vài giờ phát sóng.

Khán giả không chỉ theo dõi vì yêu quý nghệ sĩ, mà còn vì tò mò muốn khám phá nét riêng của từng miền đất, từ bánh đa gác Kẽ Sặt (Hải Dương), nước mắm Ba Làng (Thanh Hóa) đến chè cổ thụ Bản Sen (Quảng Ninh)...

Không còn là khách mời tham quan, nghệ sĩ giờ đây là người đồng hành. Họ trực tiếp leo núi, lội ruộng, đạp xe ven biển hay gánh hàng đi chợ như bao người dân địa phương. Những giọt mồ hôi, tiếng cười và cả sự mệt mỏi rất thật, khiến câu chuyện quê hương trở nên gần gũi và đáng trân trọng.

Ở đảo Bản Sen (Quảng Ninh), Quyền Linh từng mệt đến mức nằm vật trên thân cây sau chặng leo núi hái chè cổ thụ. Nhưng chính câu hát treu vui từ Ngọc Châu và tiếng cười của Long Vũ đã khiến anh bật dậy tiếp tục hành trình.

Hay như buổi đêm bên lửa trại, khi các nghệ sĩ cùng bà con kể lại hành trình đã qua, từng ánh mắt rạng rỡ, từng câu chuyện giản dị đã kết nối những tâm hồn vốn tưởng chừng chẳng bao giờ gặp gỡ.

Khi livestream không còn là sân chơi riêng của thành thị

Điều đặc biệt nhất của “Về quê làm giàu” là đưa công cụ hiện đại như livestream, sàn thương mại điện tử về tận vùng quê. Đây là sự khác biệt khiến chương trình bứt phá giữa hàng loạt nội dung về làng quê.

Không chỉ giúp người dân bán hàng, chương trình còn hỗ trợ mở shop online, đào tạo kỹ năng bán hàng xuyên biên giới, hỗ trợ gian hàng offline và truyền thông trên toàn hệ sinh thái Halotimes.

Giờ đây, từ người già ở làng chè đến cô gái bán bánh đậu xanh, ai cũng có thể trở thành “người bán hàng online” nhờ chương trình, điều tưởng chừng xa vời trước đây.

Và điều khiến “Về quê làm giàu” ghi điểm không phải kỹ xảo truyền hình hay chiêu trò drama, mà chính là sự chân thành. Mỗi tập phát sóng như một lời kể mộc mạc về đời sống, nơi nghệ sĩ rời xa ánh đèn, về cùng bà con gói bánh, làm hương, tách hầu hay gặt lúa.

Chính MC Quyền Linh đã từng chia sẻ: *“Mấy ngày qua, Quảng Ninh đón chúng tôi bằng những cơn gió mùa Đông Bắc lạnh giá, nhưng chính tình cảm nồng hậu của bà con nơi đây đã sưởi ấm lòng chúng tôi”*. Đó là câu nói không cần diễn, chỉ là lời thật và vì vậy mà chạm đến trái tim khán giả.

Ở chặng 2 “Về quê làm giàu”, sự xuất hiện của dàn nghệ sĩ nổi tiếng như NSƯT Kim Tử Long, Hoa hậu Bùi Quỳnh Hoa, Hari Won, Jack -J97... đã khiến chương trình liên tục lọt Top thịnh hành trên mạng xã hội, kéo theo sự chú ý không nhỏ đến các đặc sản vùng miền mà họ đại diện.



Truyền hình thực tế không chỉ để xem, mà để sống cùng

Khán giả đang thay đổi. Khán giả không còn muốn xem gameshow hài hước đơn thuần, mà cần nội dung truyền cảm hứng và có ý nghĩa thực tiễn. Sự lan tỏa của “Về quê làm giàu” là minh chứng rõ nét cho một hướng đi đúng: lấy thực tế làm nền tảng, lấy công nghệ làm công cụ và lấy cảm xúc làm cầu nối.

Nông thôn giờ đây không chỉ là bối cảnh quay mà là nội dung sống, nơi có văn hóa, con người, đặc sản và cả những khát vọng đổi đời. Khi nghệ sĩ bước vào, không phải để “diễn”, mà để “sống” cùng bà con, thì chương trình không còn là show, mà là một hành trình.

Hành trình “Về quê làm giàu” có thể tạm kết thúc ở mỗi địa phương, nhưng tinh thần mà nó để lại thì còn mãi. Đó là tinh thần khởi nghiệp từ bản sắc, từ mảnh đất mình sinh ra. Là sự tự hào về những gì tưởng chừng giản dị nhất: con tôm, cây chè, bát nước chè xanh...

Và trên hết, là tinh thần sẻ chia. Khi nghệ sĩ không ngại lấm lem để đồng hành, không ngại livestream hàng giờ để kêu gọi mua hàng giúp bà con. Đó không chỉ là tấm lòng, mà là trách nhiệm cộng đồng, điều khiến “người của công chúng” trở nên xứng đáng với sự yêu mến.

Khi nghệ sĩ không chỉ toả sáng trên sân khấu mà còn lan tỏa giá trị từ quê hương. Đó chính là ánh sáng thật sự, bền bỉ và nhân văn.

TRẠM PHÁT SÓNG (+84) SẮP HÉ LỘ THỜI ĐIỂM GHI HÌNH TẬP ĐẦU TIÊN

NHẬT LỆ

Là một trong những dự án quan trọng của Halotimes trong năm 2025, chương trình truyền hình thực tế tìm kiếm tài năng “Trạm Phát Sóng (+84)” sắp chính thức bước vào giai đoạn ghi hình.

Chiều ngày 12/6, Tập đoàn Truyền thông Halotimes tổ chức sự kiện “Global Signal - Tín hiệu Việt Nam 2025”.

Không chỉ đơn thuần là dịp công bố các dự án trọng điểm trong năm, sự kiện còn thể hiện tầm nhìn mới của Halotimes: đưa những giá trị sáng tạo, nhân văn và bản sắc Việt Nam lan tỏa mạnh mẽ ra thế giới, khẳng định vị thế của truyền thông Việt trên bản đồ toàn cầu.

“Trạm Phát Sóng (+84)” nằm trong loạt dự án của Halotimes trong năm 2025. Dành cho mọi công dân từ 16 tuổi trở lên, chương trình là cơ hội để tất cả mọi người có thể tự tin tỏa sáng trên sân khấu. Ngoài ra, chương trình còn mang đến cơ hội ra mắt, trình diễn chuyên nghiệp, giúp thí sinh chạm gần hơn đến giấc mơ nghệ thuật đích thực.

Trong màn giao lưu tại sự kiện, ông Nguyễn Đăng Khoa - Giám đốc Sản xuất chương trình Trạm Phát Sóng (+84) cho biết: “Mọi công tác chuẩn bị cho ngày ghi hình đầu tiên đã hoàn tất và sẽ sớm được công bố chính thức. Chúng tôi không đi theo mô hình đào tạo mà hướng tới việc tìm kiếm những tài năng thật sự - những con người mang trong mình khát khao và năng lượng nghệ thuật.

Chương trình sẽ tạo ra những sân khấu chuyên nghiệp, nơi các thí sinh được thể hiện như những nghệ sĩ thực thụ, được chấp cánh để biến ước mơ thành hiện thực. Tôi tin rằng đất nước Việt Nam, con người Việt Nam và giá trị Việt Nam luôn là số một trong lòng mỗi công dân. Mỗi cá nhân tham gia sẽ là một ‘trạm phát sóng’ lan tỏa bản sắc và tinh thần dân tộc ra thế giới”.

Cùng giao lưu tại sự kiện còn có danh ca, nhạc sĩ Ngọc Sơn - thành viên hội đồng chuyên



môn của chương trình Trạm Phát Sóng (+84) và nam diễn viên Minh Dự. Danh ca Ngọc Sơn bày tỏ sự trân trọng trước những nỗ lực bền bỉ của Tập đoàn Truyền thông Halotimes trong việc lan tỏa giá trị văn hóa và nhân văn Việt Nam.

Ngọc Sơn cho rằng, từ đêm nhạc “Người Con Đạo Hiếu”, chương trình truyền hình thực tế “Về Quê Làm Giàu” cho tới “Trạm Phát Sóng (+84)”, Halotimes đã và đang xây dựng những chương trình, sân chơi ý nghĩa cho cộng đồng. Theo nam danh ca, những mục tiêu và dự án đầy ý nghĩa ấy xứng đáng được lan rộng hơn nữa trong tương lai.

Về phía Minh Dự, nam diễn viên chia sẻ: “Lâu lắm rồi tôi mới thấy lại một chương trình tìm kiếm tài năng tại Việt Nam, đây cũng là lần đầu tiên một chương trình như vậy được chính người Việt Nam sản xuất.

Điều đó khiến tôi rất xúc động. Hy vọng qua chương trình, mọi người sẽ thấy được rằng, đâu có nơi nào đẹp như sông, như núi, như con người Việt Nam”.

“Trạm Phát Sóng (+84)” là hành trình gồm 5 vòng thi, từ tìm kiếm, rèn luyện đến tỏa sáng sân khấu và chạm tay vào đỉnh vinh quang.

Với sự tham gia của các nghệ sĩ hàng đầu trong vai trò cố vấn chuyên môn, chương trình mang đến cơ hội phát triển toàn diện cho các tài năng. Đây hứa hẹn sẽ là sân chơi nghệ thuật đầy cảm hứng, kết nối đam mê và nâng tầm giá trị Việt.

HALOTIMES KÝ KẾT HỢP TÁC CHIẾN LƯỢC VỚI GTEL MOBILE

Chiều 12/6, tại sự kiện “Halotimes Global Signal” do Tập đoàn Truyền thông Halotimes (Halotimes) tổ chức, đã diễn ra lễ ký kết hợp tác chiến lược giữa Halotimes với Gtel Mobile.

Theo đó, với khát vọng đưa văn hóa và công nghệ Việt Nam vươn tầm quốc tế, Halotimes đã tổ chức sự kiện chiến lược “Global Signal - Tín hiệu Việt Nam 2025” nhằm ra mắt các dự án trọng điểm trong năm. Đồng thời, còn khẳng định mạnh mẽ về việc Việt Nam đã sẵn sàng phát đi những tín hiệu sáng tạo, nhân văn và hiện đại đến với thế giới.

Được lấy cảm hứng từ hình ảnh trạm phát sóng và mã vùng quốc gia Việt Nam (+84), “Global Signal” ví Halotimes như một trung tâm phát tín hiệu văn hóa, công nghệ của Việt Nam trong kỷ nguyên số.

Phát biểu tại sự kiện, ông Lê Văn Thương - CEO Halotimes nhấn mạnh: “Chúng tôi gọi hôm nay là tín hiệu Việt Nam bởi đây không chỉ là một sự kiện, mà là một lời khẳng định: Việt Nam hoàn toàn có thể phát đi những tín hiệu văn hóa, công nghệ đầy bản lĩnh ra thế giới.

Halotimes đã, đang và sẽ tiếp tục là một trạm phát sóng sáng tạo, nơi văn hóa truyền thống được giữ gìn, nơi công nghệ hiện đại được ứng dụng.

Chúng tôi tin rằng muốn đưa văn hóa Việt đi xa, phải bắt đầu từ niềm tin sâu sắc vào giá trị của chính mình”.

Cũng tại sự kiện đã diễn ra lễ ký kết ghi nhớ chiến lược giữa Halotimes với Viễn thông Di động Toàn Cầu Gtel Mobile (Trực thuộc Bộ công an).

Sự hợp tác này đánh dấu chặng đường phát triển mới của cả hai doanh nghiệp để cùng mang lại lợi ích cho cộng đồng.



Ông Lê Văn Thương
CEO Tập đoàn Truyền thông Halotimes.

Tại các văn bản ký kết, hai doanh nghiệp mong muốn thiết lập mối quan hệ hợp tác chiến lược để triển khai dự án SIM như: SIM Idol gắn với hình ảnh nghệ sĩ, SIM du lịch, Thẻ đồng thương hiệu, kết nối hạ tầng, khai thác dịch vụ số, thương mại điện tử.

Đồng thời, đẩy mạnh phát triển hệ sinh thái dịch vụ số, thương mại điện tử và nền tảng truyền thông - giải trí phục vụ người dùng trên nền tảng số (bao gồm nhưng không giới hạn ở hoạt động livestream, concert, vé sự kiện...) và kết nối hạ tầng, hệ sinh thái tiêu dùng;

Cùng với đó, khai thác tiềm năng truyền thông, thương mại và cộng đồng người dùng thông qua việc sử dụng và tích hợp hiệu quả qua các nền tảng Soctrip, Ziichat và GMobile.



Nhằm thực hiện một cách hiệu quả thỏa thuận hợp tác chiến lược đã ký kết, lãnh đạo của cả hai đơn vị cũng đã thống nhất và cam kết tăng cường hơn nữa tinh thần hợp tác, tương xứng với tiềm năng của hai bên.

Trong đó, hai bên cam kết sẽ dành nguồn lực tốt nhất để hợp tác và phát triển một cách bền vững trong thời gian tới với mục tiêu khai thác tối đa các thế mạnh của mỗi bên để tạo ra những sản phẩm và dịch vụ có giá trị cao, không chỉ đáp ứng nhu cầu khách hàng, mà còn góp phần tích cực cho sự phát triển của xã hội, của đất nước.

Đặc biệt, thỏa thuận hợp tác cũng là cơ sở để Halotimes và Gtel Mobile cùng phát huy lợi thế của mình, từ đó không chỉ mang tới lợi ích và giá trị tăng thêm cho khách hàng mà còn đảm bảo an toàn cho khách hàng trên không gian mạng.

“Trên cương vị của công ty viễn thông di động toàn cầu, việc ký kết hợp tác với Halotimes là một bước tiến mới trong việc tiếp cận đến với các đối tượng khách hàng. Cùng với đó là việc hợp tác sẽ giúp kết nối văn hóa - công nghệ Việt Nam với bạn bè quốc tế” - ông Nguyễn Hồng Quang,

Phó phòng Kinh doanh chi nhánh miền Nam Gtel Mobile nhấn mạnh.

Về việc lựa chọn Halotimes trở thành đối tác chiến lược, theo đại diện Gtel Mobile, đây là một đối tác có thế mạnh về truyền thông, Gtel Mobile mong muốn đôi bên sẽ cùng nhau lan tỏa nhiều hơn nữa những giá trị cốt lõi chung về công nghệ, văn hóa, cộng đồng...

Hai bên cũng đưa ra cam kết, sự đồng hành sẽ mở ra nhiều cơ hội lớn về triển khai dịch vụ số, kết nối hạ tầng, thương mại điện tử...



Việc hợp tác sẽ mở ra cơ hội lan tỏa nhiều hơn nữa những giá trị cốt lõi chung về công nghệ, văn hóa, cộng đồng...