

Quảng bá văn hóa Việt Nam cho người Việt Nam ở nước ngoài qua truyền hình đối ngoại

TS. BUI THỊ VÂN

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: vanbuiajc@gmail.com

Nhận ngày 11 tháng 2 năm 2023; chấp nhận đăng tháng 4 năm 2023.

Tóm tắt: Từ chủ trương của Đảng và Nhà nước về đổi mới công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới, hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam trên các kênh truyền hình đối ngoại đã phát huy hiệu quả, đóng góp vào thành công chung của các hoạt động đối ngoại quan trọng của đất nước, gây ấn tượng tốt đẹp với bạn bè quốc tế về Việt Nam. Trong thời gian tới, để nâng cao hiệu quả quảng bá văn hóa Việt Nam cho người Việt Nam ở nước ngoài cần thực hiện đồng bộ các giải pháp từ nâng cao chất lượng nội dung đến cải tiến phương thức quảng bá. Trong đó cần xác định giải pháp cấp bách đang đặt ra là nâng cao trình độ nghiệp vụ, đạo đức nghề nghiệp, bản lĩnh chính trị, kiến thức văn hóa, ngoại ngữ của đội ngũ phóng viên, biên tập viên là then chốt.

Từ khóa: quảng bá văn hóa; truyền hình đối ngoại.

Abstract: From the policy of the Party and the State on renovating the external information in the new situation, the promotion of Vietnamese culture on foreign - affair television channels has effectively contributed to the success of publicizing important national foreign affairs, making a good impression about Vietnam on international friends. In the coming time, to improve the effectiveness of promoting Vietnamese culture to overseas Vietnamese, it is necessary to synchronously implement solutions including improving content quality and promoting methods. It is essential to identify the key urgent solutions related to improving the professional qualifications, professional ethics, political bravery, cultural knowledge and foreign languages of reporters and editors.

Keywords: cultural promotion; foreign - affair television.

1. Đặt vấn đề

Cho tới năm 2022, có khoảng hơn 5,3 triệu người Việt Nam đang sinh sống và làm việc ở hơn 130 quốc gia và vùng lãnh thổ trên khắp thế giới. Trong đó cộng đồng người Việt Nam tại Hoa Kỳ là đông nhất với 2,2 triệu người và đa dạng, phong phú về ngành nghề, tuổi tác, dân tộc⁽¹⁾. Mỗi người con đất Việt ra nước ngoài dưới nhiều hoàn cảnh, thời điểm khác nhau nhưng cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài vẫn luôn hướng về cội nguồn nơi "chôn rau cắt rốn" luôn gìn giữ và phát huy bản sắc và truyền thống văn hóa dân tộc.

Việc thông tin tuyên truyền các lĩnh vực của Tổ quốc đến cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài

là cần thiết và là nhiệm vụ quan trọng cần được quan tâm. Hầu hết mong muốn của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài là hòa nhập với nhân dân nước sở tại, ổn định cuộc sống và phát triển cộng đồng để giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, hướng về cội nguồn để tham gia vào sự nghiệp xây dựng công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Tuy nhiên, ở một số nơi, tính liên kết cộng đồng người Việt Nam gần bó tương trợ giúp đỡ nhau chưa cao, có nhiều người không nói được tiếng Việt Nam, một số khác có hành động đi ngược lại với lợi ích của đất nước, của dân tộc Việt Nam. Vì thế, việc thông tin tuyên truyền đối ngoại các lĩnh vực của đất nước đến cộng đồng người Việt Nam ở nước

ngoài là cần thiết và là nhiệm vụ quan trọng cần được quan tâm, với các chủ trương, chính sách tích cực nhằm củng cố khối đại đoàn kết dân tộc

Với sứ mệnh "Mang giá trị Việt ra khắp năm châu", truyền hình đối ngoại VTV4 không chỉ chuyên tải tới khán giả một cách khách quan và thuyết phục thông điệp về một Việt Nam sôi động, tươi đẹp, hấp dẫn, mà còn là một Việt Nam của hiện đại, đang trên đà phát triển, hội nhập với thế giới nhưng vẫn giữ được nét độc đáo, truyền thống tôn vinh nền văn hóa, lịch sử, đất nước, con người Việt Nam tới thế giới, mà đặc biệt là cộng đồng người Việt ở nước ngoài. Chương trình "Vietnam Discovery" của kênh VTV4 là chương trình truyền hình thực tế dài tập đầu tiên được chiếu trên kênh truyền hình nước ngoài. Các kênh truyền hình nước ngoài luôn lấy tiêu chí chất lượng lên đầu tiên, trong đó chất lượng ở đây chính là cách làm phải hiện đại, mới lạ, theo chuẩn quốc tế. Đối với "Vietnam Discovery", chương trình đã có cách làm khác với cách làm truyền thống, tạo được chiều sâu, có góc nhìn mới lạ và mang đậm tính khám phá.

2. Thực trạng quảng bá văn hóa Việt Nam cho người Việt Nam ở nước ngoài qua truyền hình đối ngoại

Những chương trình với dạng đề tài khám phá đề từ đó quảng bá văn hóa Việt đã được VTV - Đài Truyền hình Việt Nam thực hiện không ít. Tiêu biểu có thể kể đến như chương trình S - Việt Nam, phát sóng trên VTV1, chương trình "Khám phá Việt Nam" (VTV1), Le Cuisine (VTV4). Tuy nhiên, để tìm kiếm một chương trình truyền hình thực tế mang được nhiều sắc thái và khía cạnh của văn hóa Việt Nam và được thể hiện dưới nhân vật trải nghiệm ngoại quốc, thì chắc chắn "Vietnam Discovery" của VTV4 là chương trình tiên phong.

Với những tuyến chủ đề chính như: khám phá cảnh quan, khám phá ẩm thực, khám phá con người, đôi khi là nhân vật tự trải nghiệm những hoạt động của các làng nghề, thăm thú những điểm nổi bật của từng địa phương đề từ đó làm nổi bật văn hóa vùng miền. "Vietnam Discovery" còn đặc biệt ở chỗ đây là chương trình truyền hình thực tế với sự trải nghiệm của nhân vật nước ngoài. Có thể

thấy, qua "Vietnam Discovery", việc quảng bá văn hóa Việt Nam cho người Việt Nam ở nước ngoài được thể hiện qua 3 nội dung chính.

Thứ nhất, chương trình đã tôn vinh tinh hoa văn hóa dân tộc Việt Nam cho cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và bạn bè thế giới, góp phần nâng cao nhận thức, đáp ứng nhu cầu thông tin của người Việt Nam ở nước ngoài.

Bằng những thước phim sống động, chân thật kết hợp cùng âm thanh với cung bậc, âm điệu đa dạng, truyền hình có khả năng tạo nên những cảm giác chân thực, đầy đủ cho công chúng, chương trình "Vietnam Discovery" của kênh VTV4 đã giúp làm nổi bật những tinh hoa văn hóa dân tộc và đất nước Việt Nam cho người Việt Nam ở nước ngoài. Chương trình đã lựa chọn và đưa lên sóng giới thiệu về các loại hình văn hóa mang đặc trưng của cả 3 miền; giới thiệu những tinh hoa văn hóa trong phong tục, tập quán của 54 dân tộc anh em cho đồng bào ở nước ngoài cũng như du khách trên thế giới.

Ngoài ra chương trình "Vietnam Discovery" trên VTV4 còn quảng bá ẩm thực Việt Nam với kiểu bào trên thế giới, đồng thời giới thiệu nét văn hóa ẩm thực du lịch Việt Nam đến với bạn bè năm châu bằng cách thức khá hữu hiệu và mới lạ. Đây chính là xuất phát điểm để chương trình "Vietnam Discovery" dẫn dắt khán giả đến với các địa danh nổi tiếng của Việt Nam, cùng khám phá vẻ đẹp của những vùng đất khác nhau, cùng học cách chế biến những món ngon, đặc trưng của từng vùng đất mà chương trình giới thiệu. Hương vị thăng trầm của miền cổ đô xưa qua món "Bún bò giò heo - món ăn bình dân xứ Huế", mì quảng, cao lầu đậm đà tình người của vùng đất Quảng Nam hay ngược lên vùng Tây Bắc để cảm nhận rượu Bắc Hà trong tiết trời se lạnh của vùng đất Lào Cai... Những cảm nhận của chính nhân vật trải nghiệm ngoại quốc, đồng thời cũng là khách du lịch thực sự mang đến cho khán giả những thông tin chân thật và bổ ích nhất. Sự cảm nhận và đánh giá của những vị khách này trong hành trình khám phá Việt Nam sẽ không chỉ đơn thuần là tiếng nói của bạn bè quốc tế mà còn là cách giới thiệu những giá trị văn hóa - ẩm

thực đầy hấp dẫn của Việt Nam ra thế giới. Chính vì vậy, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài nói riêng và bạn bè quốc tế nói chung sẽ có được thêm những thông tin hữu ích và được tìm hiểu sâu về văn hóa ở từng vùng miền trên dải đất chữ S.

Thứ hai, chương trình □Vietnam Discovery□ giúp giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam, phát huy trong cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

Với bất kỳ quốc gia nào, việc truyền bá, giáo dục những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của dân tộc mình bao giờ cũng được ưu tiên hàng đầu, Việt Nam cũng không ngoại lệ. Đây cũng là một nhiệm vụ đặt ra với chương trình □Vietnam Discovery□ trên kênh VTV4 trong công tác tuyên truyền. Giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc mà chương trình giới thiệu tới cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài gồm toàn bộ cái hay, cái đẹp trong nền văn hóa tinh thần, sự hiểu biết về những giá trị sáng tạo của nhân dân qua các thời đại, những phong tục tập quán, lễ hội có ý nghĩa tích cực đối với đời sống xã hội, những tình cảm tốt đẹp của cộng đồng như tình yêu đất nước, quê hương, sự cảm thông chia sẻ đoàn kết dân tộc, những truyền thống đáng được trân trọng, phát huy như: tinh thần hiếu học, cần cù lao động, □ Những nội dung này qua từng tập phát sóng, chương trình □Vietnam Discovery□ trên kênh VTV4 không chỉ thỏa mãn được nhu cầu hưởng thụ văn hóa, giải trí mà còn góp phần giáo dục, xây dựng lối sống tích cực cho cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Hiểu biết sâu sắc truyền thống văn hóa của dân tộc là cơ sở để cộng đồng tự tin hòa nhập vào xã hội ở đất nước sở tại. Mặt khác nó khơi dậy trong cộng đồng niềm tự hào, ý thức giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc hướng về cội nguồn. Nếu ta tận mắt chứng kiến và cùng trải nghiệm cuộc sống tha hương với cộng đồng người Việt ở nước ngoài mới thấy hết sức sống mạnh mẽ của những giá trị văn hóa truyền thống. Dù xa quê hương, xa Tổ quốc nhưng những người con đất Việt ở khắp nơi trên thế giới vẫn luôn nuôi dưỡng và gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc Việt. Suối nguồn □quê hương□ tựa dòng nước dịu mát chưa bao giờ dừng chảy trong tâm hồn họ.

Thứ ba, tăng cường khối đại đoàn kết, tương trợ

giúp đỡ lẫn nhau trong cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

Đảng và Nhà nước ta cũng đã ban hành nhiều chủ trương, chính sách đối với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài nhằm tăng cường tinh đoàn kết, tương trợ trong cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, như Nghị quyết 36/NQ-TW của Bộ Chính trị khẳng định: □Người Việt Nam ở nước ngoài là một bộ phận không thể tách rời và là một nguồn lực của cộng đồng dân tộc Việt Nam, là nhân tố quan trọng góp phần tăng cường quan hệ hợp tác hữu nghị giữa nước ta với các nước□⁽²⁾.

Nội dung chương trình luôn bám sát quan điểm chỉ đạo của Đảng ta về tập hợp đoàn kết dân tộc trong công tác đối với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Với đặc trưng của truyền hình, thông qua những nhân vật trải nghiệm với những thước phim chân thật, chương trình □Vietnam Discovery□ trên kênh truyền hình VTV4 vừa cho công chúng □nghe□ và vừa cho họ □thấy□ những nỗ lực hòa hợp, hòa giải dân tộc cả từ phía Đảng, Nhà nước ta và cộng đồng kiều bào cùng sự gắn kết giữa 54 dân tộc qua từng tập phát sóng. Tiêu biểu có thể kể đến các tập đã được phát sóng như □Người Hà Nhì nơi vùng biên ải□ □Một thoáng Hà Giang□ hay □Sức sống Hà Giang□ tất cả những tập phim về vùng Tây Bắc đều cho chúng ta thấy một Việt Nam nồng đượm tình người.

Qua chương trình □Vietnam Discovery□ trên kênh VTV4, khán giả cũng được thấy cảnh vật thân thương nơi quê nhà qua từng đường làng, con phố nhỏ. Trong tâm hồn người xa xứ ai cũng mong ước có ngày trở về nơi mình đã sinh ra. Đó là nỗi niềm của thế hệ kiều bào cao tuổi, sau bao lo toan bộn bề, họ luôn muốn yên hưởng tuổi già ở quê hương □Nơi chôn rau cắt rốn□ Bằng chứng rõ nét nhất đó là con số kiều bào về thăm quê hương không ngừng tăng lên, cho thấy cộng đồng ngày càng tin tưởng vào chính sách đổi mới và tinh thần hòa hợp, hòa giải dân tộc của Nhà nước ta. Đối với đối tượng người Việt Nam ở nước ngoài, chương trình rất có thể là cầu nối gắn kết họ với quê hương, với đồng bào trong nước, tạo nên khối đoàn kết gắn bó giữa người Việt Nam ở trong nước và người Việt Nam ở

nước ngoài đủ sức mạnh để xây dựng đất nước và bảo vệ trước những biến cố thời đại.

Hiệu quả của bất kỳ loại hình báo chí nào, dù nó là báo hình, báo nói hay báo viết là ở chỗ số lượng công chúng của nó. Có thể nói, chương trình *Vietnam Discovery* đã khá thành công khi tiếp cận được khá nhiều đối tượng khán giả. Đặc biệt hơn, đây là chương trình truyền hình thực tế đầu tiên của VTV4 được chiếu trên kênh nước ngoài, cụ thể là kênh Arirang (Hàn Quốc).

Việc lựa chọn nhân vật trải nghiệm có thể coi là một yếu tố quan trọng, quyết định sự hấp dẫn của chương trình. VTV4 xây dựng một mạng lưới cộng tác viên nước ngoài có đam mê tìm hiểu Việt Nam. Quá trình lựa chọn nhân vật diễn ra kỹ lưỡng, dựa trên những đam mê, sở thích và hiểu biết của nhân vật về lĩnh vực, đề tài mà chương trình đang nói tới. Điều thú vị là chính nhân vật trải nghiệm nước ngoài sẽ gợi mở cho ê - kíp sản xuất góc nhìn và ý tưởng để chương trình tạo nên sự khác biệt và hấp dẫn.

Tuy nhiên, chương trình cũng có những hạn chế nhất định như: bất đồng ngôn ngữ với bà con dân tộc, thời tiết thất thường khi trải nghiệm văn hóa địa phương. Nhân vật trải nghiệm là người nước ngoài 100%. Điều này cũng gây cản trở không ít trong quá trình nhân vật tác nghiệp với những người dân không hiểu tiếng Anh. Có lẽ, hạn chế lớn nhất của chương trình *Vietnam Discovery* đó chính là phương thức lan tỏa chưa thật sự hiệu quả. Có thể nhận thấy Facebook là một mảnh đất màu mỡ cho truyền thông nhưng dường như VTV4 chưa thật sự làm tốt được điều này. Để nói về điều này, có thể thấy ở VTV hiện tại, Trung tâm Tin tức VTV24 đang làm rất tốt việc truyền thông trên Facebook.

Phân tích và làm rõ những thế mạnh của công tác quảng bá văn hóa trên VTV4 nói chung và chương trình *Vietnam Discovery* nói riêng, đồng thời chỉ ra những mặt hạn chế của chương trình là một công việc cần thiết. Điều này sẽ giúp cho chương trình ngày một hoàn thiện hơn, đáp ứng nhu cầu thông tin của người Việt Nam ở nước ngoài và tăng tính hiệu quả tuyên truyền vận động tập hợp đoàn kết, cũng như gìn giữ và phát huy văn hóa Việt

Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay. Không chỉ vậy, độ phủ của chương trình cũng sẽ trở nên rộng rãi hơn khi cải thiện được về cả nội dung và hình thức cũng như công tác truyền thông trên các nền tảng.

3. Một số giải pháp nâng cao chất lượng quảng bá văn hóa Việt Nam cho người Việt Nam ở nước ngoài thông qua truyền hình đối ngoại

Thứ nhất, cải thiện phương thức quảng bá chương trình.

Hiện nay, với sự phát triển của Internet, phần đông người dân tại thành thị, đặc biệt là giới trẻ ít tiếp cận truyền hình. Ngoài việc truy cập các website để lấy thông tin, các mạng xã hội đang là địa chỉ truy cập thường xuyên của con người bởi tính tương tác, tính cộng đồng ảo.

Với sự phát triển của các trang mạng xã hội, việc quảng bá các chương trình truyền hình trên mạng xã hội mang lại hiệu quả vô cùng tích cực. Chỉ cần tạo một tài khoản trên các trang mạng xã hội, chọn lĩnh vực đặc thù của chương trình, xây dựng nội dung thu hút và hình ảnh, video bắt mắt, từ đó có thể quảng bá lượng thông tin tới một cộng đồng lớn với mức độ truyền tin nhanh chưa từng có thông qua việc chia sẻ đường dẫn (link). Đây cũng là một phương thức hiệu quả để thực hiện công tác thông tin đối ngoại, bởi tính phổ biến của nó sẽ mở rộng phạm vi đối tượng cho chương trình, đem lại lượng khán giả lớn cho chương trình. Đội ngũ chương trình *Vietnam Discovery* chưa sử dụng triệt để các mạng xã hội, mạng chia sẻ để quảng bá cho chương trình nên chưa đạt hiệu quả cao. Nguyên nhân là do đội ngũ thực hiện nhiệm vụ này chưa nắm được tính chất của từng mạng xã hội nên có cách thức quảng bá như nhau ở tất cả các mạng xã hội.

Đối với mạng xã hội Facebook, chương trình cần có chiến lược, chiến dịch hợp lý để tăng lượt yêu thích và tăng độ phủ. Để cải thiện điều này, chính những người làm chương trình cần đi đầu trong nhiệm vụ tăng lượt yêu thích cho trang. Hiện nay, đội ngũ làm báo nói chung và làm truyền hình nói riêng rất đông đảo và phần lớn đều sử dụng facebook. Việc tăng lượt yêu thích cho facebook

của □Vietnam Discovery□ có thể bắt đầu từ chính lực lượng này. Trong số những người làm báo hình có rất nhiều nhân vật nổi tiếng, có nhiều người hâm mộ. Chỉ cần họ chia sẻ trang facebook của □Vietnam Discovery□ lên trang cá nhân là có rất nhiều người quan tâm và bình luận.

VTV4 nên đăng tải các tập phim của chương trình thành các video ngắn (cắt nhỏ đoạn) lên Facebook để thu hút người xem. Người admin⁽³⁾ có thể đăng tải những nội dung không liên quan đến chương trình để đỡ gây nhàm chán và chủ yếu là thu hút sự chú ý của người dùng facebook. Ban tuyển dụng của VTV4 cũng có thể chú ý tới thế hệ GenZ - những người làm truyền thông dễ tiếp cận được với những xu hướng mới nhất, từ đó tăng độ phủ sóng cho chương trình. Ban đầu sự quan tâm của họ chỉ nằm ở những nội dung mang tính giải trí, nằm ngoài chương trình. Nhưng sau đó, khi đã like page, lướt cập nhật mới về các đoạn video ngắn sẽ hiện lên trang chủ của người dùng, vô tình đã làm cho chương trình tiếp cận gần hơn với đông đảo khán giả.

Để duy trì lượt yêu thích, admin của page có thể ra những câu đố liên quan đến chương trình, những câu hỏi gợi mở liên quan đến nội dung phát sóng của những tập đã cập nhật trên facebook. Ngoài ra, tổ chức cuộc thi với cơ cấu các giải thưởng hấp dẫn cũng là cách hay và hiệu quả để tăng lượt quan tâm cho trang facebook của chương trình. Ví dụ như tổ chức cuộc thi ảnh □Đi cùng dải đất chữ S□, cuộc thi □Làm phim cùng Vietnam Discovery□

Đối với mạng chia sẻ Youtube: Để quảng bá cho chương trình, trước hết, Vietnam Discovery cần cập nhật đầy đủ tất cả các tập đã phát sóng trên sóng truyền hình. Bên cạnh đó có thể cập nhật cả các liên quan đến hậu trường làm phim. Bên cạnh đó, □Vietnam Discovery□ nên đăng ký bản quyền các clip để tránh tình trạng các tài khoản cá nhân khác sao chép rồi đăng tải lại,

Thứ hai, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, đạo đức nghề nghiệp, kiến thức văn hóa, ngoại ngữ, bản lĩnh chính trị của những người làm chương trình.

Việc nâng cao hiệu quả thông tin đối ngoại của

chương trình □Vietnam Discovery□ trên kênh VTV4 trước hết phụ thuộc vào nhân tố con người. Đây là khâu đầu tiên, có ý nghĩa quyết định đến sự thành công, thất bại của bất kỳ một chương trình truyền hình nào. Bởi vậy, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, đạo đức nghề nghiệp, kiến thức văn hóa, ngoại ngữ, bản lĩnh chính trị của đội ngũ sản xuất chương trình vừa là vấn đề vừa mang tính trước mắt, vừa có ý nghĩa chiến lược, lâu dài.

Sản xuất chương trình truyền hình là quá trình lao động khoa học, tinh vi, phức tạp, có tính khám phá và phát hiện của đội ngũ sản xuất. Một chương trình mang tính tìm tòi những điều mới lạ như □Vietnam Discovery□ lại càng không thể chấp nhận sự lặp lại nhàm chán đó. Bên cạnh đó, cần ý thức sâu sắc rằng muốn đáp ứng tốt nhất yêu cầu của công việc, người làm truyền hình hiện đại không chỉ có bản lĩnh chính trị là đủ mà cần phải có tri thức về nhiều lĩnh vực và đặc biệt là có hiểu biết sâu rộng về địa danh, lịch sử, văn hóa, con người Việt Nam. Bởi qua mỗi tập phim, mỗi thông điệp lại được chuyển đến công chúng phải là đại diện cho sự chuẩn mực. Muốn làm được điều đó, đội ngũ những người làm chương trình phải am hiểu sâu sắc, toàn diện vấn đề mà mình phản ánh trong tập phim.

Cần đặc biệt quan tâm đến việc nâng cao vốn kiến thức đa lĩnh vực cho những người làm truyền hình., đặc biệt là nhân vật trải nghiệm là người ngoại quốc. □Vietnam Discovery□ đòi hỏi phải có những kiến thức rộng rãi trên các lĩnh vực: văn hóa, nghệ thuật, địa lý, lịch sử, con người. Sẽ không thể có một tác phẩm truyền hình nào đạt đến độ chuẩn mực cả về nội dung, hình thức nếu người sáng tạo ra nó không có được sự chuẩn mực về phong kiến thức văn hóa. Đây không phải là vấn đề lý thuyết mà là đòi hỏi của hiện thực. Trên thực tế, có một số phóng viên, biên tập viên truyền hình rất thành thạo chuyên môn nghiệp vụ nhưng lại yếu về kiến thức văn hóa. Những yếu kém này biểu hiện qua sự thiếu chuẩn mực trong cử chỉ, lời nói, thái độ, phong cách khi phỏng vấn, quay phim, lên hình□ Điều này gây phản cảm với công chúng.

Bất cứ một sản phẩm truyền hình nào cũng có ý nghĩa xã hội sâu sắc. Thông qua sản phẩm truyền

hình, người làm báo vừa cung cấp thông tin vừa hướng dẫn, định hướng tư duy cho xã hội. Do đó, đội ngũ sản xuất cần phải có kiến thức văn hóa sâu rộng, thậm chí trên nhiều lĩnh vực họ phải am hiểu sâu sắc và trước mọi người. Kiến thức văn hóa phải đủ cho họ có khả năng nắm bắt, phản ánh sự vật, hiện tượng chính xác hơn mọi người.

Tiêu chuẩn về đạo đức nghề nghiệp phải được đặt lên hàng đầu với những nhà báo làm truyền hình đối ngoại. Đây là cơ sở để các tập phim của □Vietnam Discovery□ thuyết phục, tập hợp, đoàn kết cộng đồng kiều bào ta ở nước ngoài hướng về Tổ quốc.

Thứ ba, nâng cao chất lượng chương trình.

Muốn làm chương trình hay trước hết phải làm đúng, muốn làm đúng thì đội ngũ những người làm chương trình cần tìm hiểu kỹ lưỡng những thông tin liên quan đến chủ đề, nắm bắt được tinh thần và giá trị cốt lõi mà người làm phim muốn công hiến cho người xem truyền hình. Vì chương trình □Vietnam Discovery□ mang tính chất khám phá nên điều khán giả quan tâm là họ có thu nhận được thông tin gì mới so với những gì họ đã biết không. Chính vì thế điều tối kỵ nhất là chỉ đưa những thông tin đã phổ biến, ai cũng đã biết rõ để xây dựng thành các tập phim. Đội ngũ sản xuất cần tiến hành khảo sát kỹ lưỡng, cần kết hợp với các ban, ngành có liên quan ở địa phương đó để nhận được đầy đủ những thông tin bổ ích và sự giúp đỡ khi cần thiết. Không nên thu thập nội dung kiểu □ôm đồm□, thấy bất kỳ hiện tượng lạ nào cũng có thể xây dựng thành một tập phim mà chỉ nên chọn lọc những chân dung tiêu biểu, những cá nhân xuất sắc, có những hành động, công việc mang ý nghĩa nào đó đối với xã hội. Đặc biệt khi khai thác các vấn đề liên quan đến đồng bào các dân tộc thiểu số, đội ngũ sản xuất cần phải hết sức tinh tế để phân biệt đâu là đặc trưng văn hóa, đâu là hủ tục lạc hậu không nên đưa lên sóng truyền hình. Khi tiếp xúc với bà con các dân tộc thiểu số, những người làm chương trình cần thể hiện rõ thiện chí, gây cảm tình để quá trình làm phim được thuận lợi.

Thứ tư, xây dựng và hoàn thiện đội ngũ cộng tác viên, nhân vật trải nghiệm là người nước ngoài

Một chương trình muốn hấp dẫn, thu hút được đông đảo công chúng thì trước hết, chính những người tham gia thực hiện chương trình cần phải có lập trường tư tưởng vững vàng, có trình độ chuyên môn cao, có kinh nghiệm, có khả năng ngoại ngữ, có đầu óc phân tích và thẩm mỹ. Chương trình □Vietnam Discovery□ đặc biệt ở chỗ nhân vật trải nghiệm là người nước ngoài. Chính vì vậy, bên cạnh việc nhanh chóng hoàn thiện đội ngũ thực hiện chương trình cũng cần tiến hành bồi dưỡng nghiệp vụ cho đội ngũ nhân vật trải nghiệm này để họ ngày một chuyên nghiệp, hoạt động có hiệu quả hơn trong công tác giới thiệu và quảng bá hình ảnh Việt Nam trên chương trình □Vietnam Discovery□ Bên cạnh đó, việc bổ sung và xây dựng đội ngũ cộng tác viên ở các địa phương là cần thiết vì họ là nguồn lưu trữ thông tin rất lớn, sẽ hỗ trợ rất đắc lực cho công tác tìm kiếm nguồn tư liệu để phát triển nội dung cho chương trình. Việc tìm kiếm đội ngũ cộng tác viên cũng không khó khăn nhất là khi chúng ta có thể sử dụng các công cụ như facebook hay đơn giản hơn là lập hòm thư bạn đọc, tiếp nhận tất cả những ý kiến phản hồi hoặc đóng góp ý tưởng, phát hiện phù hợp với tiêu chí của chương trình

Là một chương trình mới ra đời cách đây 8 năm, nhưng có thể nói □Vietnam Discovery□ đã thực hiện khá tốt chức năng của mình trong việc quảng bá hình ảnh Việt Nam theo một cách hoàn toàn mới. Không chỉ vậy, đây là chương trình truyền hình thực tế đầu tiên được chiếu trên kênh của nước ngoài, cụ thể là kênh Arirang, Hàn Quốc. □Vietnam Discovery□ đã một mặt quảng bá những nét đẹp tiềm ẩn ở khắp mọi miền Tổ quốc, giới thiệu tới người xem hình ảnh một Việt Nam đang trên đà phát triển nhưng vẫn giữ được những giá trị văn hóa vùng miền đặc sắc; mặt khác giới thiệu những thành tựu của đất nước trong việc khai thác, bảo vệ và gìn giữ những giá trị cốt lõi của dân tộc./

(1) <https://plo.vn/thu-tuong-gap-mat-cong-dong-nguoi-vietnam-o-bo-dongmypo6t80090.html?fbclid=IwAR2ZO-CoXKgzNtvIjeqWHGnKfMISEnD6VaKPDSPJm7beLlfnznkdsdYC2bI>.

(2) Nghị Quyết số 36 của Bộ Chính trị về Công tác đối với người Việt Nam ở nước ngoài.

(3) Admin: Người quản trị facebook.