

Giải pháp tăng cường năng lực quảng bá văn hóa của chương trình chuyên đề văn hóa trên truyền hình

Ngày nhận bài: 03/04/2025 | Ngày phản biện: 06/04/2025 | Ngày xuất bản: 14/04/2025

Tác giả: Nguyễn Hồng Thúy (Phóng viên VOV)

Tóm tắt: Văn hoá truyền thống là hồn cốt của quốc gia, dân tộc, là nền tảng tinh thần to lớn tạo nên sự phát triển bền vững của đất nước. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và tiếp biến văn hóa mạnh mẽ, các chương trình chuyên đề về văn hóa trên truyền hình đóng vai trò quan trọng, cung cấp những phân tích và bình luận sâu sắc, góp phần xây dựng nhận thức về bản sắc dân tộc và quảng bá văn hóa quốc gia ra thế giới.

Đa dạng chương trình chuyên đề văn hóa

Với vai trò xung kích trên mặt trận văn hóa - tư tưởng, truyền hình nói chung và các chương trình chuyên đề nói riêng đã góp phần rất lớn trong việc định hướng, gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa truyền thống của dân tộc. Các chương trình chuyên đề về văn hóa có khả năng thể hiện tư tưởng, chủ đề rõ ràng, chuyên sâu, ổn định về thời lượng, đa dạng về hình thức chuyển tải thông tin nên cuốn hút được khán giả và tạo hiệu quả tốt trong công tác tuyên truyền.

Thực tiễn đã chứng minh, những năm gần đây, các Đài Phát thanh - Truyền hình (PTTH) và nhiều kênh truyền hình trên cả nước đã quan tâm đẩy mạnh về cả số lượng, chất lượng các chương trình chuyên đề về văn hóa. Điển hình như kênh VTV1 của Đài Truyền hình Việt Nam với các chương trình chuyên đề về văn hóa nổi bật như "Nẻo về nguồn cội", "Khám phá Việt Nam", "Phép màu cuộc sống", "Nét đẹp dân gian", "Tinh hoa nghề Việt"... Những chương trình này không chỉ mang tính giáo dục cao mà còn tạo cơ hội để người dân tìm hiểu về lịch sử, phong tục, nghệ thuật và các nghề truyền thống ở khắp mọi miền đất nước.

Không chỉ ở cấp Trung ương, các Đài PTTH ở địa phương cũng đã chú trọng phát triển các chương trình chuyên đề về văn hóa. Đài PTTH Hà Nội với chương trình "Di sản kể chuyện" giới thiệu các phong tục, nét đẹp truyền thống của người Hà Nội. Hay Đài PTTH Phú Thọ với chương trình "Sắc màu Tây Bắc" đã phản ánh những đặc sắc về văn hóa của đồng bào các dân tộc thiểu số ở vùng núi phía Bắc, đồng thời giới thiệu các sản phẩm làng nghề truyền thống địa phương.

Với lợi thế về sự phân tích, bình luận, lý giải chuyên sâu, các chương trình chuyên đề văn hóa đã phản ánh chân thực, khách quan, giới thiệu những tinh hoa văn hóa nhân loại và tư tưởng tiến bộ của thời đại phù hợp với quan điểm, đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, văn hóa của Việt Nam đến với nhân dân.

Bên cạnh đó, các chương trình chuyên đề về văn hóa trên sóng truyền hình cũng góp phần triển khai hiệu quả Nghị quyết số 33-NQ/TW, ngày 09/06/2014 của Hội nghị lần thứ 9 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI "Về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước"; Quyết định số 1909/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030...

Quan trọng hơn, thông qua các chương trình chuyên đề về văn hóa, đã tạo ra sức sống mới cho các di sản văn hóa, khai thác tốt hơn vốn văn hoá của dân tộc, hình thành "sức mạnh mềm" cho đất nước. Đây chính là nguồn lực và động lực to lớn để lan tỏa hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa trong phát triển đất nước bền vững, nâng cao vị thế quốc tế và hội nhập toàn cầu.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành công, các chương trình chuyên đề về văn hóa cũng còn một số hạn chế. Đơn cử như nội dung và hình thức chương trình đôi khi còn rập khuôn, thiếu sự sáng tạo; chưa khai thác hết sự phong phú của văn hóa Việt Nam. Một số chương trình chưa được đầu tư đúng mức, thiếu dấu ấn trong lòng khán giả.

Có thể kể đến các chương trình chuyên đề văn hóa trên kênh Truyền hình VOVTV của Đài Tiếng nói Việt Nam. Dù VOVTV từng được giao nhiệm vụ là kênh chuyên biệt về "Văn hóa – Du lịch" với nhiều chương trình nổi bật như "Không gian đẹp", "Làng nghề Việt", "Về chốn linh thiêng", "Muôn màu cuộc sống", "Sách và cuộc sống" ... tuy nhiên, các chương trình chuyên đề này vẫn chưa tạo được sự đột phá. Hầu hết format

chương trình chỉ dừng lại ở việc có hình hiệu, sau đó là những clip giới thiệu sơ lược về chủ đề, tiếp theo là các nội dung được trình bày một cách tuần tự, thiếu chiều sâu và không đi sâu vào khai thác các nhân vật. Chính vì vậy, các chương trình chưa đủ sức hút, không tạo được sự kết nối mạnh mẽ và sâu sắc với khán giả.

Hay với chương trình “Nẻo về nguồn cội” trên kênh VTV1, hiện nay tính chất trải nghiệm của các nhân vật gần như không còn giữ được như format ban đầu, các chương trình chỉ thuần là phóng sự, tài liệu chứ không có sự tham gia của nhân vật thực tế trong câu chuyện.

Hạn chế tiếp theo là thời lượng phát sóng các chương trình chuyên đề về văn hóa còn chưa đều đặn, gây khó khăn cho khán giả trong việc theo dõi thường xuyên, từ đó làm giảm hiệu quả và mức độ lan tỏa của chương trình. Ví dụ như chương trình “Người Hà Nội” của Đài PTTH Hà Nội. Đây là chương trình giới thiệu các cá nhân tiêu biểu trong gìn giữ và phát huy văn hóa Thủ đô, tôn vinh những giá trị sống đẹp, nhân văn. Chương trình không phát sóng theo khung giờ cố định hàng tuần mà mỗi tháng chỉ phát 1-2 số, có thời điểm tạm dừng hoặc lùi lịch do ưu tiên phát sóng sự kiện thời sự, thể thao, giải trí.

Ngoài ra, các chương trình chuyên đề về văn hóa chưa tận dụng hết tiềm năng đặc thù thông tin trên nền tảng số, đăng tải nguyên chương trình dài, chưa biên tập phù hợp với yêu cầu và đặc tính của từng nền tảng. Ví dụ chương trình “Câu chuyện văn hóa” trên VTV1. Đây là chương trình phân tích các vấn đề văn hóa nổi bật, mang tính phản biện và định hướng giá trị. Khi đăng tải trên các nền tảng số, chương trình này thường đăng nguyên vẹn bản dài 20 – 30 phút mà không được cắt tách, biên tập lại thành các đoạn ngắn, nội dung trọng tâm phù hợp với thói quen xem nhanh của người dùng hiện nay.

Một điểm hạn chế nữa là quy trình sản xuất, quản lý các chương trình chuyên đề về văn hóa còn thủ công, thiếu ứng dụng công nghệ số, chưa tối ưu hóa được chi phí, nguồn nhân lực và phương tiện kỹ thuật...Chương trình “Hồn Việt” của Đài PTTH Thành phố Hồ Chí Minh là một ví dụ. Hiện nay, việc lên kế hoạch nội dung, viết kịch bản, quay, dựng, phát sóng vẫn phụ thuộc chủ yếu vào nhân lực thủ công, không có sự hỗ trợ của hệ thống dữ liệu người xem hay công cụ phân tích xu hướng. Bên cạnh

đó, chương trình cũng chưa ứng dụng AI hoặc dữ liệu số để đề xuất chủ đề phù hợp với nhu cầu khán giả theo từng thời điểm, địa phương hay độ tuổi.

Hay tại kênh Truyền hình VOVTV trước đây, các khâu như lên ý tưởng, xây dựng kịch bản, xin thiết bị và nghiệm thu các chương trình chuyên đề văn hóa đều phải thực hiện qua giấy tờ thủ công. Sự rườm rà và thiếu tính linh hoạt không chỉ làm gián đoạn tiến độ công việc mà còn có thể dẫn đến sự chậm trễ trong quá trình sản xuất, ảnh hưởng đến lịch phát sóng và chất lượng chương trình.

Một số giải pháp nhằm tăng cường năng lực quảng bá văn hóa

Sự phát triển của Internet và truyền thông xã hội mang lại nhiều lợi thế trong tiếp cận thông tin. Tuy nhiên, đây cũng chính là những kênh truyền thông dễ bị “nhiều” bởi các bình luận thiếu tính xây dựng, những thông tin sai sự thật, những luận điệu xuyên tạc về văn hóa Việt Nam, gây ảnh hưởng không nhỏ đến nhận thức của đối tượng tiếp nhận.

Trước thực tế đó, báo chí nói chung, truyền hình và các chương trình chuyên đề văn hóa nói riêng đóng vai trò then chốt trong việc quảng bá văn hóa dân tộc, định hướng dư luận và cung cấp kiến thức sâu sắc cho công chúng. Những chương trình này không chỉ thực hiện nhiệm vụ phân tích và lý giải các vấn đề văn hóa một cách khách quan và đa chiều, mà còn phải làm tốt công tác tuyên truyền, quảng bá về đất nước, về văn hóa con người Việt Nam với toàn thế giới theo đúng tinh thần của Đảng: “Phát triển con người toàn diện và xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc để văn hóa, con người Việt Nam thực sự trở thành sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc”. Do đó, cần phải có những giải pháp:

Thứ nhất, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tiếp tục chỉ đạo sâu sát công tác quản lý các chương trình chuyên đề về văn hóa; tiếp tục thực hiện tốt chức năng hướng dẫn, cung cấp, hợp tác, đặt hàng, sử dụng các chương trình chuyên đề về văn hóa để tăng thêm nguồn lực tài chính, bảo đảm duy trì nguồn kinh phí ổn định cho hoạt động sản xuất các chương trình chuyên đề về văn hóa.

Ngoài ra, để phát huy hơn nữa vai trò của báo chí nói chung và truyền hình nói riêng trong việc xây dựng và phát triển văn hóa, con người mới, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du

lịch cùng các Bộ, ban, ngành liên quan cần tăng cường sự chỉ đạo, định hướng và cung cấp thông tin để kịp thời tuyên truyền, góp phần nâng cao nhận thức, trách nhiệm và hành động của các ngành, các cấp và của người dân đối với việc xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Đồng thời, cần có sự phối hợp chặt chẽ, nhịp nhàng, đồng bộ giữa cơ quan chỉ đạo, quản lý về văn hóa với cơ quan chỉ đạo, quản lý về báo chí trong định hướng và quản lý thông tin báo chí, truyền thông về văn hóa, hướng đến mục tiêu xuyên suốt khơi dậy khát vọng và phát huy mạnh mẽ giá trị văn hóa, con người Việt Nam, nhất là trong điều kiện cách mạng công nghiệp 4.0, chuyển đổi số phát triển mạnh mẽ hiện nay.

Thứ hai, các Đài PTTH và kênh truyền hình cần ban hành cơ chế và quy định cụ thể về công tác giám sát, bảo đảm các chương trình chuyên đề về văn hóa tuyên truyền đúng, chính xác về chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước về văn hóa; đẩy mạnh việc giáo dục, nâng cao dân trí và phục vụ đời sống tinh thần của nhân dân; đấu tranh phòng, chống sự xâm nhập và tác hại của các sản phẩm văn hóa độc hại; ngăn chặn các hoạt động báo chí, văn hóa theo xu hướng thương mại hóa, buông lỏng quản lý nội dung, xã hội hóa sai nguyên tắc. Song song với đó, sát sao chỉ đạo, chủ động phối hợp giữa các đơn vị, phòng ban chuyên môn để nắm bắt các kế hoạch, xây dựng các chương trình chuyên đề về văn hóa theo từng lộ trình, từ đó, xây dựng kế hoạch truyền thông cho toàn Đài một cách phù hợp.

Thứ ba, tích cực đổi mới nội dung, hình thức các chương trình chuyên đề về văn hóa. Trước hết, khai thác những khía cạnh mới lạ hoặc trình bày nội dung theo cách sáng tạo, như sử dụng công nghệ để tái hiện lễ hội truyền thống hoặc kể lại các câu chuyện lịch sử bằng hình ảnh động...

Tiếp đến là đa dạng hóa về nội dung và đối tượng phục vụ, bảo đảm cho khán giả được tiếp cận chương trình một cách thuận tiện nhất, đưa chương trình đến mọi vùng, miền, đáp ứng nhu cầu hưởng thụ văn hóa lành mạnh của nhân dân. Ngoài ra, chú trọng “Việt hóa” nội dung, tức là chương trình chuyên đề hướng tới sự nhân văn và gìn giữ truyền thống văn hóa dân tộc.

Thứ tư, tiếp tục đầu tư công nghệ và thúc đẩy chuyển đổi số để các Đài PTTH và kênh truyền hình mở rộng phạm vi tác động, đặc biệt trên nền tảng số và mạng xã hội, từ đó

làm chủ dòng chảy thông tin, số dẫn dắt và định hướng dư luận.

Thông qua các nền tảng như Facebook, YouTube, TikTok... và các app, ứng dụng của từng Đài, giúp đáp ứng nhu cầu đa dạng của khán giả về nội dung và trải nghiệm, cho phép người xem tiếp cận chương trình trên nhiều thiết bị, mọi lúc, mọi nơi. Đặc biệt, việc phân phối chương trình cần phù hợp với đặc tính từng nền tảng. Đơn cử, trên Facebook và YouTube thời lượng dài nhưng với TikTok, do tính chất "lướt" video ngắn, cần cắt ghép thành những đoạn ngắn, hấp dẫn ngay từ giây đầu tiên. Các Đài PTTH, kênh truyền hình cần phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng để kiểm soát và xử lý thông tin trên không gian mạng, góp phần bảo vệ chủ quyền trên không gian mạng.

Thứ năm, cần quan tâm đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ nhà báo chuyên nghiệp, am hiểu về lĩnh vực văn hóa. Do văn hóa là một lĩnh vực đặc thù, có phạm vi rộng, vì vậy, việc tuyên truyền, quảng bá về văn hóa đòi hỏi nhà báo cần có phong kiến thức dày dặn về văn hóa, từ đó có cái nhìn sâu sắc về lĩnh vực. Nhà báo cần có tài liệu, tư liệu để khái quát, so sánh, đối chiếu, xây dựng chương trình chuyên đề về văn hóa một cách sâu sắc, mang cá tính riêng. Do vậy, Hội Nhà báo Việt Nam, các cơ quan báo chí cần tổ chức các buổi tập huấn, giao lưu, nâng cao kiến thức đa ngành về văn hóa cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên. Đây là hoạt động thiết thực giúp chương trình chuyên đề về văn hóa có chiều sâu và hàm lượng tri thức cao. Ngoài ra, cần kết hợp với các chuyên gia văn hóa, nhà khoa học để nghiên cứu, phân tích để hiểu, có sức thuyết phục chuyên đề văn hóa trong các chương trình, giúp truyền tải và lan tỏa những giá trị văn hóa sâu sắc đến với cộng đồng rộng rãi.

Phát triển văn hóa được Đảng ta xác định là một nhiệm vụ chiến lược. Chính vì vậy, trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng hiện nay, việc gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống được coi là tất yếu, góp phần chấn hưng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc văn dân tộc. Với vai trò xung kích trên mặt trận văn hóa - tư tưởng, báo chí nói chung và các chương trình chuyên đề về văn hóa trên truyền hình nói riêng đã và đang khẳng định vị thế, tầm quan trọng trong việc thực hiện nhiệm vụ này. Để nâng cao hơn nữa chất lượng và hiệu quả tuyên truyền của các chương trình chuyên đề về văn hóa trên truyền hình, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước về báo chí, văn hóa với các Đài PTTH trong việc đổi mới

nội dung, đa dạng hóa hình thức thể hiện, ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số, sáng tạo trong cách tiếp cận với khán giả. Qua đó sẽ góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền văn hóa Việt Nam trong kỷ nguyên mới, tạo dựng "sức mạnh mềm" để nâng cao vị thế văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế./.

Tài liệu tham khảo

1. Đảng Cộng sản Việt Nam. Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương khóa XI. H. Văn phòng Trung ương Đảng, 2014.
2. Kết luận số 76-KL/TW ngày 04/6/2020 của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 33-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước.
3. Trần Bảo Khánh, Bùi Trí Trung (2021), Sản xuất chương trình truyền hình chuyên đề, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.
4. Phạm Duy Đức (chủ biên). Phát triển văn hóa Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020 – Xu hướng và giải pháp. H. Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, 2010.