VĂN HÓA

CƠ QUAN CỦA BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

NĂM THỨ 69

THỨ HAI

26.1.2026 (8.12 Ất Tỵ)

Số 11 (4302)

www.baovanhoa.vn

Email: baovanhoa@fpt.vn

ĐỂ GIA NHẬP MẠNG LƯỚI CÁC THÀNH PHỐ SÁNG TẠO UNESCO:

Huế cần phải làm những gì?

(VH). Trong xu thế phát triển đô thị hiện đại, văn hóa đang ngày càng được nhìn nhận như một nguồn lực nội sinh quan trọng không chỉ để gìn giữ bản sắc, mà còn để tạo ra sức cạnh tranh, sức sống và động lực tăng trưởng bền vững. Với "bức tranh" ấy, ẩm thực nổi lên như một lĩnh vực vừa gần gũi, vừa giàu khả năng lan tỏa: Ẩm thực không chỉ là món ăn, mà còn là ngôn ngữ của ký ức, của thẩm mỹ, của tri thức dân gian và cả năng lực sáng tạo của cộng đồng. [8]



Thành phố Huế đang nỗ lực để gia nhập Mạng lưới các thành phố sáng tạo UNESCO ở lĩnh vực ẩm thực. Trong ảnh: Món ăn *Nem công chả phụng* được chạm trổ vô cùng tinh tế và tỉ mỉ
Ảnh: C.T.V

BÀI VIẾT CỦA TỔNG BÍ THƯ TÔ LÂM:

Tiến lên!
Toàn thắng ắt về ta!

[2+3]

Vững niềm tin, mở đường cho tương lai văn hóa dân tộc

[4+5]

Tận dụng tối đa hút khách từ Năm Du lịch Quốc gia

[6]

Từ kỷ lục phòng vé đến hành trình bền vững của phim Việt

[10]

GIẢI THƯỞNG QUẢNG CÁO SÁNG TẠO VIỆT NAM:

Bản sắc, sáng tạo và di sản Việt

[9]

Bảo vệ tài chính gia đình trước bẫy lừa đảo dịp Tết

[13]

Hành trình khẳng định bản lĩnh của U23 Việt Nam

[15]

BÁO *VĂN HÓA* THÔNG BÁO CHUYỂN TRỤ SỞ

Từ ngày 29.1.2026, Báo *Văn Hóa* tạm chuyển trụ sở từ số 33, ngõ 294/2 Kim Mã, phường Ngọc Hà sang địa điểm mới, số 141 phố Nguyễn Thái Học, phường Cát Linh, thành phố Hà Nội. Các số điện thoại liên hệ không thay đổi.

Báo *Văn Hóa* xin trân trọng thông báo đến quý cơ quan Ban, Bộ, ngành Trung ương, địa phương và quý độc giả biết để thuận tiện liên hệ công tác.

VĂN HÓA

Số 4302 ● Ra ngày 26.1.2026

Tiến lên! Toàn thắng ắt về ta!

● TÔ LÂM, Tổng Bí thư BCH Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam

Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng vừa kết thúc rất thành công là sự kiện chính trị đặc biệt trọng đại, mở ra một kỷ nguyên phát triển mới cho đất nước. Đại hội là sự tập trung cao độ ý chí, nguyện vọng, quyết tâm của toàn Đảng, toàn dân, toàn quân, kết tinh trí tuệ và khát vọng vươn lên của dân tộc. Phương châm của Đại hội: *"Đoàn kết - Dân chủ - Kỷ cương - Đột phá - Phát triển"* không chỉ là khẩu hiệu, mà thực sự là lời hiệu triệu, là mệnh lệnh của trách nhiệm trước lịch sử, khẳng định niềm tin tất thắng vào con đường Đảng, Bác Hồ và nhân dân ta đã lựa chọn.

Với quá trình chuẩn bị công phu, kỹ lưỡng, khoa học và tiếp thu rộng rãi ý kiến đóng góp trong toàn Đảng, toàn dân, văn kiện Đại hội XIV được thông qua thể hiện tầm nhìn chiến lược và quyết tâm chính trị cao nhất. Đặc biệt, lần đầu tiên trong lịch sử các kỳ đại hội, Đại hội XIV ban hành Chương trình hành động kèm theo Nghị quyết - một bước đột phá nhằm bảo đảm Nghị quyết đi ngay vào cuộc sống. Từ chủ trương đến kế hoạch và tổ chức thực hiện đều được xác định rõ ràng ai làm, làm khi nào, cần nguồn lực gì và mục tiêu cuối cùng ra sao. Nhờ vậy, Nghị quyết Đại hội XIV thực sự trở thành một cẩm nang hành động của Đảng và cả hệ thống chính trị, là *"ngọn đuốc soi đường"* trên con đường phát triển mới.

Nghị quyết Đại hội XIV đề ra mục tiêu tổng quát cho giai đoạn 2026-2030 và tầm nhìn đến 2045 hết sức rõ ràng, táo bạo nhưng khả thi: *Giữ vững môi trường hòa bình, ổn định; phát triển đất nước nhanh và bền vững; nâng cao toàn diện đời sống nhân dân; tăng cường tự chủ, tự cường để tiến mạnh trong kỷ nguyên mới của dân tộc*. Quan trọng hơn, Văn kiện Đại hội XIV đã cụ thể hóa ngay tinh thần hành động quyết liệt. Chương trình hành động kèm theo Nghị quyết đặc biệt nhấn mạnh yêu cầu "*lựa chọn đúng - triển khai nhanh - làm đến nơi đến chốn - đo lường bằng kết quả*" đối với mọi nhiệm vụ. Mỗi quyết sách lớn của Đại hội đều được xây dựng thành kế hoạch triển khai thực tế, xác định rõ mục tiêu, giải pháp và tiêu chí đánh giá. Tư tưởng *"Dân là gốc"* được quán triệt xuyên suốt: Nhân dân là trung tâm, là chủ thể của công cuộc phát triển, mọi chính sách đều hướng tới nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân; đồng thời đề cao việc tôn trọng, lắng nghe và phát huy vai trò làm chủ của nhân dân. Nhờ thế, Nghị quyết Đại hội XIV không dừng ở tầm nhìn và định hướng, mà đã mang trong mình hơi thở của cuộc sống, khơi dậy khát vọng phát triển và động lực hành động mạnh mẽ, sẵn sàng đi vào thực tiễn ngay sau Đại hội.

Từ nghị quyết đến hành động

Nghị quyết đã có, Chương trình đã rõ, vấn đề còn lại là hành động. Đại hội yêu cầu tất cả các cấp ủy đảng khẩn trương quán triệt, học tập, cụ thể hóa Nghị quyết thành những chương trình, kế hoạch phù hợp với địa phương, đơn vị mình, nhanh chóng đưa Nghị quyết và Chương trình hành động vào cuộc sống. Tinh thần chung là phải chuyển mạnh từ *"nói"* sang *"làm"*, từ nhận thức thành hành động. Văn kiện Đại hội đã chỉ rõ, cần kiên quyết khắc phục triệt để tình trạng *"nói nhiều làm ít"*, *"nói hay, làm dở"*, *"nói không đi đôi với làm"*, chấm dứt lối làm việc quan liêu, hình thức. Mỗi cấp ủy, mỗi tổ chức đảng, mỗi cán bộ, đảng viên, đặc biệt người đứng đầu, phải nêu cao tinh thần trách nhiệm, gương mẫu đi đầu trong việc biến quyết sách thành hiện thực. Từ nay, *"nói đi đôi với làm"* phải trở thành nguyên tắc hành động; mọi chủ trương, nhiệm vụ đề ra đều phải xác định rõ mục tiêu, giải pháp, gắn trách nhiệm với kết quả, gắn đột phá với bền vững và kỷ luật thực thi phải gắn với sự hài lòng của nhân dân.



Tổng Bí thư Tô Lâm

Chuyển sang giai đoạn mới, mỗi chủ trương đúng đắn khi ban hành phải được thực hiện với *quyết tâm gấp mười lần* và *hành động gấp trăm lần* trong thực tiễn; quyết tâm chính trị phải ở mức cao nhất, nỗ lực ở mức lớn nhất, hành động phải quyết liệt nhất - đó là mệnh lệnh xuất phát từ ý chí và khát vọng phát triển của dân tộc. Từ Trung ương đến địa phương, từ các cơ quan Đảng, Nhà nước đến Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội, tất cả phải đồng loạt vào cuộc với khí thế mới; trong đó, mỗi cán



Chương trình nghệ thuật đặc biệt "Dưới lá cờ vẻ vang của Đảng" chào mừng thành công Đại hội XIV của Đảng

bộ, đảng viên, trước hết là từng đồng chí Ủy viên Ban Chấp hành Trung ương Đảng, phải gương mẫu, dám nghĩ, dám nói, dám làm, dám chịu trách nhiệm, dám đổi mới sáng tạo vì lợi ích chung, đặt kết quả phục vụ nhân dân làm thước đo cao nhất cho hiệu quả công việc.

Giai đoạn 5-10 năm tới

Khoảng thời gian 5-10 năm tới chính là giai đoạn bản lề có ý nghĩa quyết định đối với hai mục tiêu chiến lược 100 năm của đất nước. Trong khoảng thời gian không dài này, chúng ta vừa phải hoàn thành các mục tiêu của chặng đường 5 năm 2026-2030, vừa tạo nền tảng vững chắc để vươn tới các mốc phát triển cao hơn vào năm 2045. Mục tiêu đến năm 2030 là đưa nước ta trở thành quốc gia có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao. Điều đó đòi hỏi nền kinh tế liên tục trong nhiều năm phải tăng trưởng bình quân 10%/năm hoặc cao hơn - một tốc độ đột phá chưa từng có, nhưng là mục tiêu hoàn toàn có cơ sở khi chúng ta biết phát huy tối đa các nguồn lực. Đến năm 2045, chúng ta phải thực hiện cho bằng được mục tiêu xây dựng nước Việt Nam phát triển, thu nhập cao, ngang tầm thế giới.

Chính vì thời gian ngắn, nhiệm vụ nặng nề và mang tính quyết định như vậy, Đại hội XIV đã đề ra những chủ trương, giải pháp có tính cách mạng và đột phá nhằm tranh thủ từng cơ hội, vượt qua mọi thách thức. Trong 5 năm tới, chúng ta phải tăng tốc toàn diện trên tất cả các lĩnh vực then chốt: Kinh tế phải bứt phá để đạt mức tăng trưởng cao liên tục; khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo phải được thúc đẩy mạnh mẽ để làm động lực cho phát triển; cải cách thể chế, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh phải tiến hành quyết liệt, thông thoáng để giải phóng mọi nguồn lực xã hội. Đồng thời, các vấn đề xã hội như giáo dục, y tế, văn hóa cần được quan tâm đầu tư ngang tầm với tăng trưởng kinh tế, bảo đảm phát triển hài hòa, bền vững. Công tác xây dựng, chỉnh đốn Đảng và hệ thống chính trị tiếp tục đặt ra yêu cầu rất cao, đặc biệt là xây dựng đội ngũ cán bộ ngang tầm nhiệm vụ - những người *"thật sự tiêu biểu về phẩm chất, trí tuệ, bản lĩnh, đủ sức lãnh đạo thực hiện thắng lợi nhiệm vụ to lớn mà Đảng, Nhà nước và nhân dân giao phó"*.

Nhiệm kỳ Đại hội XIV của Đảng là giai đoạn cực kỳ quan trọng để toàn Đảng, toàn dân lập thành tích cao nhất chào mừng 100 năm Ngày thành lập Đảng (2030). Từ bây giờ, tư duy *"5 năm với tầm nhìn 20 năm"* phải được quán triệt trong chỉ đạo điều hành. Nghĩa là thực hiện thắng lợi mục tiêu 5 năm trước mắt cũng đồng thời là đặt nền móng vững chắc cho mục tiêu nhiều năm tiếp theo. Những quyết sách đúng đắn và đột phá hôm nay không chỉ đem lại kết quả tức thì cho giai đoạn 2026-2030, mà còn tạo đà cho bước phát triển nhảy vọt trong những thập niên tới. Nếu chúng ta tận dụng tốt thời cơ, vượt qua thách thức của 5-10 năm bản lề này, chắc chắn đất nước sẽ cất cánh mạnh mẽ, hiện thực hóa được hoài bão trở thành một Việt Nam hùng cường vào giữa thế kỷ 21. Ngược lại, nếu để lỡ thời cơ hoặc chậm trễ, sai sót trong giai đoạn bản lề, cái giá phải trả sẽ rất đắt - có thể đánh mất cơ hội của cả dân tộc, tụt hậu xa hơn trong một thế giới biến động nhanh chóng. Nhận thức rõ điều đó, toàn Đảng và toàn dân ta càng quyết tâm hành động thần tốc, quyết liệt ngay từ đầu nhiệm kỳ, không để *"một ngày lãng phí, một tuần chậm trễ"*.



Đại hội lần thứ XIV của Đảng thành công rất tốt đẹp **Ảnh: TR.HUẤN**

Vượt lên thách thức

Nhìn về phía trước, chúng ta không có lựa chọn nào khác ngoài thành công. Đại hội XIV đã thắp lên ngọn lửa niềm tin tất thắng, đặt lên vai toàn Đảng, toàn dân ta một trọng trách lịch sử vô cùng nặng nề nhưng cũng rất đỗi vẻ vang. Trước mắt là rất nhiều khó khăn, thách thức, song Đảng ta không cho phép bất cứ sự chùn bước hay thất bại nào trên con đường đã chọn. Cùng với Đảng là niềm tin yêu và kỳ vọng của hơn 100 triệu đồng bào, và trước mắt chúng ta là vận mệnh của cả dân tộc trong thế kỷ 21. Mục tiêu *"dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh"* mà Đảng đề ra không chỉ là khát vọng mà còn là lời hứa danh dự trước nhân dân. Vì thế, mỗi cán bộ, đảng viên, đặc biệt những người *"đứng mũi chịu sào"*, tự nhắc mình phải vươn lên, phải vượt lên chính mình. Chúng ta không được phép trì hoãn đổi mới, không được phép chậm trễ trong hành động, càng không được phép tự thỏa mãn hay ngủ quên trên vòng nguyệt quế. Bài học của những nhiệm kỳ trước cho thấy: Ở đâu có quyết tâm chính trị cao, sự chỉ đạo tập trung, thống nhất, sâu sát, ở đó công việc chuyển biến tích cực; ngược lại, nếu lơi lỏng, chủ quan, thiếu quyết liệt, thì chủ trương dù đúng mấy cũng khó thành công.

Lịch sử đã chứng minh: Dân tộc Việt Nam chúng ta chưa bao giờ khuất phục trước bất kỳ kẻ thù hay khó khăn nào. Từ những ngày đầu dựng nước và giữ nước, ông cha ta đã hun đúc nên truyền thống kiên cường, bất khuất, càng gian nan thử thách thì càng đoàn kết, đồng lòng để chiến thắng. Trong thế kỷ 20, dưới ngọn cờ lãnh đạo của Đảng, dân tộc ta đã làm nên những chiến thắng "lừng lẫy năm châu, chấn động địa cầu". Ở thời đại mới, trên mặt trận phát triển kinh tế - xã hội, chúng ta càng phải phát huy tinh thần *"không lùi bước, không chùn bước, chỉ có tiến lên, tiến lên không ngừng"*. Đảng và nhân dân ta quyết giành thắng lợi trong công cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc xã hội chủ nghĩa, bởi mỗi bước đi chậm trễ, mỗi mục tiêu không đạt được đều ảnh hưởng đến tương lai của cả dân tộc. *"Thành công, nhất định thành công!"*- đó là tâm thế, là quyết tâm chính trị mà chúng ta khắc cốt ghi tâm khi bước vào thực hiện Nghị quyết Đại hội XIV.

Trong bối cảnh thế giới đầy biến động, chưa bao giờ thời cơ và thách thức lại đan xen phức tạp như hiện nay. Vận mệnh đất nước phụ thuộc vào khả năng nắm bắt thời cơ và vượt qua thách thức của chúng ta. Hội nhập quốc tế sâu rộng đồng nghĩa với việc Việt Nam đứng trước nhiều sức ép cạnh tranh, song cũng mở ra cánh cửa tiếp thu tri thức, công nghệ tiên tiến và nguồn lực phát triển từ bên ngoài. Toàn cầu hóa kinh tế mang lại thị trường lớn cho hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam, nhưng cũng đòi hỏi chúng ta phải không ngừng nâng cao năng lực nội sinh để vươn lên các nấc thang cao hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu. Những biến động địa - chính trị trên thế giới có thể ảnh hưởng đến môi trường hòa bình, ổn định - điều kiện tiên quyết cho phát triển - vì vậy, nhiệm vụ giữ vững độc lập, chủ quyền và môi trường hòa bình càng trở nên quan trọng. Bối cảnh mới đòi hỏi tư duy và tầm nhìn mới: Chúng ta phải chủ động chiến lược, luôn tỉnh táo, nhạy bén trong phân tích tình hình, linh hoạt, sáng tạo trong đối sách, kiên định nguyên tắc nhưng không giáo điều, cứng nhắc.

Với bản lĩnh và trí tuệ của dân tộc Việt Nam, sự tin yêu, đồng lòng nhất trí của nhân dân, chúng ta có thể khẳng định thuận lợi sẽ nhiều hơn thách thức. Thế và lực của đất nước sau hơn nửa thế kỷ thống nhất đã lớn mạnh hơn bao giờ hết, tạo tiền đề để chúng ta tự tin vươn lên. Uy tín và vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế không ngừng được nâng cao là điều kiện thuận lợi để tranh thủ sự ủng hộ, hợp tác của bạn bè quốc tế. Điều cốt yếu là chúng ta phải phát huy tối đa nội lực, tranh thủ ngoại lực, biến sức mạnh tổng hợp ấy thành động lực phát triển đất nước. Chủ động thích ứng, tích cực đổi mới sáng tạo chính là chìa khóa để Việt Nam vượt qua sóng gió, vững vàng tiến bước trong thời đại đầy biến động.

Nhất định thắng lợi

Trong thời khắc đặc biệt này, hơn bao giờ hết, lời của Chủ tịch Hồ Chí Minh kính yêu vẫn vang vọng: ***"Tiến lên! Toàn thắng ắt về ta!"***. Lời hiệu triệu của Bác năm xưa đã trở thành niềm tin tất thắng, cổ vũ cả dân tộc ta vùng lên giành độc lập, tự do. Ngày nay, trong công cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, lời hiệu triệu ấy vẫn sục sôi khí thế, thôi thúc chúng ta quyết tâm, chiến thắng nghèo nàn, lạc hậu, xây dựng đất nước phồn vinh, hạnh phúc, sánh vai với bạn bè năm châu.

Gần 6 triệu đảng viên cùng trên 100 triệu đồng bào đang mang trong tim mình một ngọn lửa khát vọng Việt Nam hùng cường. Đại hội XIV đã trao cho chúng ta ngọn cờ quyết thắng. Giờ là lúc toàn Đảng, toàn dân, toàn quân cùng siết chặt đội ngũ, chung sức đồng lòng, ra sức thi đua lao động, học tập, công tác và chiến đấu, thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội. Giờ là lúc biến tất cả chủ trương, nghị quyết thành hành động, thành kết quả cụ thể. Tương lai, vận mệnh của đất nước thúc giục chúng ta phải hành động, hành động quyết liệt hơn nữa. Toàn Đảng, toàn dân, toàn quân cùng hành động với tinh thần *"mỗi người làm việc bằng hai"* với tri thức mới, với sự hỗ trợ của khoa học, công nghệ, dưới ánh sáng soi đường của Đảng; chúng ta hành động với ý chí kiên cường, tiến bước trên mọi mặt trận kinh tế, văn hóa, xã hội như những "chiến sĩ thời bình" thì hiệu quả sẽ gấp mười, gấp trăm lần.

Từ niềm tin mãnh liệt vào sự lãnh đạo của Đảng, vào sức mạnh của nhân dân, chúng ta cùng đồng thanh *:"Dưới cờ Đảng vinh quang, vì tương lai tươi sáng của dân tộc, tiến lên, nhất định thắng"*.

Tiến lên! Toàn thắng ắt về ta!.

T.L

Số 4302 ● Ra ngày 26.1.2026

Vững niềm tin, mở đường cho tương lai văn hóa dân tộc

● PGS.TS BÙI HOÀI SƠN

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIV đã bế mạc trong khí thế mới, tư duy mới và tầm nhìn mới. Không chỉ mở ra chặng đường phát triển mạnh mẽ cho đất nước trong kỷ nguyên chuyển đổi sâu rộng, Đại hội còn đặt văn hóa vào vị trí trung tâm của chiến lược phát triển bền vững.

Từ niềm tin chính trị được củng cố, từ khát vọng dân tộc được khơi dậy, một tương lai phát triển giàu bản sắc, nhân văn và sáng tạo đang mở ra cho Việt Nam và cho ngành Văn hóa nước nhà.



Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XIV ra mắt Đại hội

Ảnh: TTXVN

Hội tụ của niềm tin và khát vọng phát triển

Mỗi kỳ Đại hội Đảng là một dấu mốc lớn trong hành trình phát triển của dân tộc, nhưng Đại hội XIV mang trong mình một ý nghĩa đặc biệt, đó là Đại hội của chuyển tiếp lịch sử, của bản lĩnh chính trị được tôi luyện qua thử thách và của khát vọng vươn mình mạnh mẽ trong bối cảnh thế giới biến động sâu sắc.

Trong các văn kiện được thông qua, có thể cảm nhận rõ một tinh thần xuyên suốt: Niềm tin vào con đường phát triển đã lựa chọn, niềm tin vào sức mạnh nội sinh của dân tộc, niềm tin vào khả năng kiến tạo tương lai bằng đổi mới sáng tạo và cải cách thể chế. Sau gần 40 năm Đổi mới, đất nước đã đạt được những thành tựu to lớn, có ý nghĩa lịch sử, nhưng Đại hội không dừng lại ở việc tổng kết thành tựu. Điều đáng quý hơn là Đại hội nhìn thẳng vào những điểm nghẽn, những giới hạn của mô hình phát triển cũ để mạnh dạn mở ra tư duy mới, cách làm mới.

Tinh thần "nói ít - làm nhiều - làm đến cùng" được nhấn mạnh như một mệnh lệnh hành động. Đây không chỉ là một yêu cầu về phương pháp quản trị quốc gia, mà còn là một thông điệp văn hóa - chính trị sâu sắc: Chuyển từ tư duy nghị quyết sang tư duy thực thi; từ lời hứa sang kết quả cụ thể; từ quản lý hành chính sang quản trị phát triển. Chính sự thay đổi trong tư duy ấy đã tạo nên niềm tin mới trong xã hội, niềm tin rằng những quyết sách của Đảng không chỉ đúng về định hướng mà sẽ được hiện thực hóa bằng hành động quyết liệt, có trách nhiệm.

> *Tinh thần "nói ít - làm nhiều - làm đến cùng" được nhấn mạnh như một mệnh lệnh hành động. Đây không chỉ là một yêu cầu về phương pháp quản trị quốc gia, mà còn là một thông điệp văn hóa chính trị sâu sắc: Chuyển từ tư duy nghị quyết sang tư duy thực thi; từ lời hứa sang kết quả cụ thể; từ quản lý hành chính sang quản trị phát triển. Chính sự thay đổi trong tư duy ấy đã tạo nên niềm tin mới trong xã hội, niềm tin rằng những quyết sách của Đảng không chỉ đúng về định hướng mà còn sẽ được hiện thực hóa bằng hành động quyết liệt, có trách nhiệm.*

Niềm tin đó càng được củng cố khi Đại hội khẳng định rõ vai trò trung tâm của con người và văn hóa trong mô hình phát triển mới. Không còn là "lĩnh vực phụ trợ", văn hóa được nhìn nhận như nền tảng tinh thần, là động lực nội sinh và là hệ điều tiết cho sự phát triển bền vững. Khi văn hóa được đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội trong cấu trúc phát triển quốc gia, điều đó cho thấy tầm nhìn chiến lược và chiều sâu tư duy của Đại hội. Đại hội XIV vì thế không chỉ khép lại một nhiệm kỳ, mà còn mở ra một chân trời phát triển mới, nơi tăng trưởng không chỉ đo bằng GDP, mà còn bằng chất lượng sống, bằng bản sắc được gìn giữ, bằng lòng tin xã hội được bồi đắp và bằng vị thế văn hóa của Việt Nam trên trường quốc tế.

Văn hóa trong tầm nhìn mới

Một trong những dấu ấn nổi bật của Đại hội XIV là sự chuyển biến mạnh mẽ trong nhận thức về vai trò của văn hóa. Lần đầu tiên, các văn kiện Đại hội cùng với những định hướng chiến lược mới đã đặt văn hóa vào vị trí trung tâm của tiến trình phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới.

Nghị quyết về phát triển văn hóa Việt Nam vừa được ban hành trước thềm Đại hội đã tạo nền tảng lý luận và chính trị quan trọng cho bước chuyển này. Văn hóa không chỉ là "hồn cốt dân tộc", mà còn là nguồn lực phát triển, là sức mạnh mềm quốc gia, là động lực thúc đẩy đổi mới sáng tạo và là yếu tố bảo đảm sự phát triển hài hòa, bền vững. Đại hội XIV đã tiếp nối và nâng tầm tinh thần đó khi khẳng định rõ: Phát triển đất nước nhanh nhưng phải bền vững; hiện đại nhưng không đánh mất bản sắc; hội nhập sâu rộng nhưng vẫn giữ được bản lĩnh văn hóa dân tộc.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, văn hóa càng trở thành "hệ điều tiết" quan trọng cho sự phát triển. Công nghệ có thể thay đổi cách chúng ta sống, làm việc và giao tiếp, nhưng chính văn hóa mới định hướng giá trị, chuẩn mực và mục tiêu cuối cùng của sự phát triển. Khi văn hóa thấm sâu vào chính sách, vào quản trị, vào đời sống xã hội, nó sẽ tạo nên một nền tảng phát triển nhân văn, nơi con người không bị cuốn trôi bởi tốc độ tăng trưởng, mà được đặt ở vị trí trung tâm của mọi quyết sách.

Đối với ngành Văn hóa, Đại hội XIV mở ra một không gian phát triển rộng lớn chưa từng có. Công nghiệp văn hóa, kinh tế sáng tạo, du lịch văn hóa, di sản số, nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh, thiết kế, truyền thông số… không còn được nhìn nhận như những lĩnh vực bên lề, mà trở thành những cấu phần quan trọng của nền kinh tế tri thức. Khi văn hóa gắn với đổi mới sáng tạo và công nghệ, giá trị gia tăng mà nó tạo ra không chỉ nằm ở doanh thu, mà còn ở hình ảnh quốc gia, ở sức hấp dẫn của Việt Nam trong mắt bạn bè quốc tế. Đồng thời, Đại hội cũng nhấn mạnh yêu cầu xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện: Yêu nước, nhân ái, trung thực, trách nhiệm, sáng tạo và hội nhập. Đây chính là trục giá trị cốt lõi để văn hóa thực sự trở thành nền tảng của phát triển. Một xã hội có thể giàu lên về vật chất trong thời gian ngắn, nhưng chỉ có thể phát triển bền vững khi con người trong xã hội đó có nền tảng đạo đức, có ý thức cộng đồng và có khát vọng cống hiến.

Vì vậy, tương lai của ngành Văn hóa sau Đại hội XIV không chỉ là mở rộng quy mô hoạt động, mà còn là nâng tầm sứ mệnh, góp phần kiến tạo hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người Việt Nam trong thời đại mới.

Từ niềm tin chính trị đến hành động văn hóa

Đại hội đã thắp lên niềm tin, nhưng biến niềm tin thành hiện thực là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị và của mỗi người làm văn hóa hôm nay. Điều mà Đại hội gửi gắm không chỉ là định hướng chiến lược, mà còn là lời hiệu triệu hành động.

Trước hết, cần khẩn trương thể chế hóa các quan điểm của Đại hội về văn hóa thành chính sách cụ thể, khả thi. Từ hoàn thiện pháp luật về di sản, nghệ thuật, công nghiệp văn hóa, đến cơ chế đặt hàng, xã hội hóa, hợp tác công

- tư trong lĩnh vực văn hóa… tất cả đều cần một cách tiếp cận mới: Linh hoạt hơn, sáng tạo hơn và phù hợp với thực tiễn vận động nhanh của đời sống văn hóa - nghệ thuật hiện đại. Cùng với đó là yêu cầu đổi mới tư duy quản lý văn hóa. Quản lý không chỉ là cấp phép hay kiểm soát, mà phải là kiến tạo môi trường sáng tạo, khơi thông nguồn lực xã hội, bảo vệ quyền tác giả và thúc đẩy thị trường văn hóa phát triển lành mạnh. Khi người nghệ sĩ, nhà sáng tạo được làm việc trong một môi trường tự do, minh bạch và được bảo hộ về pháp lý, họ sẽ tạo ra những sản phẩm văn hóa có giá trị, vừa giàu bản sắc dân tộc, vừa có sức cạnh tranh quốc tế.

Một nhiệm vụ quan trọng khác là đưa văn hóa thấm sâu hơn vào đời sống xã hội. Văn hóa không chỉ ở bảo tàng, nhà hát hay lễ hội, mà phải hiện diện trong trường học, công sở, doanh nghiệp, không gian số và đời sống cộng đồng. Xây dựng văn hóa công vụ, văn hóa kinh doanh, văn hóa ứng xử trên môi trường mạng… chính là những biểu hiện cụ thể của việc đưa tinh thần Đại hội vào đời sống hằng ngày. Đặc biệt, thế hệ trẻ cần được đặt ở trung tâm của chiến lược phát triển văn hóa. Họ vừa là người thừa hưởng di sản văn hóa dân tộc, vừa là lực lượng sáng tạo ra diện mạo văn hóa mới của Việt Nam trong kỷ nguyên số. Khi thanh niên Việt Nam mang trong mình lòng tự hào dân tộc, tư duy toàn cầu và khả năng sáng tạo không giới hạn, đó chính là tương lai tươi sáng nhất của văn hóa nước nhà.

> *Đại hội XIV đã khép lại nhưng một hành trình mới vừa bắt đầu. Niềm tin được củng cố, khát vọng được khơi dậy, tầm nhìn đã rõ ràng. Với ngành Văn hóa, đây là thời khắc của cơ hội lớn lao và trách nhiệm nặng nề. Nếu biết nắm bắt thời cơ, đổi mới tư duy và hành động quyết liệt, văn hóa Việt Nam không chỉ là nền tảng tinh thần của xã hội, mà còn sẽ trở thành nguồn lực mạnh mẽ, góp phần đưa đất nước phát triển nhanh, bền vững và giàu bản sắc trong những thập niên tới.*

Đại hội XIV đã khép lại nhưng một hành trình mới vừa bắt đầu. Niềm tin được củng cố, khát vọng được khơi dậy, tầm nhìn đã rõ ràng. Với ngành Văn hóa, đây là thời khắc của cơ hội lớn lao và trách nhiệm nặng nề. Nếu biết nắm bắt thời cơ, đổi mới tư duy và hành động quyết liệt, văn hóa Việt Nam không chỉ là nền tảng tinh thần của xã hội, mà còn sẽ trở thành nguồn lực mạnh mẽ, góp phần đưa đất nước phát triển nhanh, bền vững và giàu bản sắc trong những thập niên tới. ■

Trung ương thống nhất tuyệt đối bầu đồng chí Tô Lâm giữ chức Tổng Bí thư BCH Trung ương Đảng khóa XIV

Như *Văn Hóa điện tử* đã đưa tin, BCH Trung ương Đảng khóa XIV đã thống nhất tuyệt đối bầu đồng chí Tô Lâm, Tổng Bí thư BCH Trung ương Đảng khóa XIII tiếp tục giữ chức Tổng Bí thư BCH Trung ương Đảng khóa XIV.

Sáng ngày 23.1, tại trụ sở Trung ương Đảng, BCH Trung ương Đảng khóa XIV đã tổ chức Hội nghị lần thứ nhất để quyết định những vấn đề đặc biệt quan trọng, đánh dấu khởi đầu của nhiệm kỳ mới. Tổng Bí thư BCH Trung ương Đảng khóa XIII Tô Lâm triệu tập viên Hội nghị phát biểu khai mạc và thay mặt Đoàn Chủ tịch Hội nghị điều hành chương trình Hội nghị. Trên cơ sở thực hiện nghiêm Điều lệ Đảng, quy chế làm việc, quy chế bầu cử và các nội dung liên quan, phát huy cao độ tinh thần đoàn kết và trách nhiệm, thực hiện tốt nguyên tắc tập trung dân chủ, Hội nghị lần thứ nhất BCH Trung ương Đảng khóa XIV đã hoàn thành các nội dung đặc biệt quan trọng: Bầu Bộ Chính trị; Bầu Tổng Bí thư; Bầu Ban Bí thư.

Nghe báo cáo về phương án các chức danh lãnh đạo chủ chốt của Đảng, Nhà nước và cho ý kiến về nhân sự đảm nhiệm chức danh Thường trực Ban Bí thư; Bầu Ủy ban Kiểm tra Trung ương; Bầu Chủ nhiệm Ủy ban Kiểm tra Trung ương. BCH Trung ương Đảng khóa XIV đã thống nhất tuyệt đối bầu đồng chí Tô Lâm, Tổng Bí thư BCH Trung ương Đảng khóa XIII tiếp tục giữ chức Tổng Bí thư BCH Trung ương Đảng khóa XIV.

Ngay sau đó, vào chiều 23.1, tại Trung tâm Hội nghị Quốc gia, Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng đã họp phiên bế mạc. Trong diễn văn bế mạc Đại hội lần thứ XIV của Đảng, Tổng Bí thư Tô Lâm nhấn mạnh: "Thành công rất tốt đẹp của Đại hội XIV thể hiện niềm tin, ý chí, quyết tâm và tầm nhìn phát triển mới của đất nước ta. Với sự đoàn kết và khí thế quyết tâm của Đại hội; với những quyết sách lớn đã được thông qua; với sự thống nhất ý chí và hành động của toàn Đảng; với sức mạnh của nhân dân và khối đại đoàn kết toàn dân tộc, chúng ta nhất định sẽ thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội XIV, xây dựng nước Việt Nam hòa bình, độc lập, dân chủ, giàu mạnh, phồn vinh, văn minh, hạnh phúc, vững bước đi lên chủ nghĩa xã hội.

Đại hội kêu gọi toàn Đảng, toàn dân, toàn quân cả nước, đồng bào ta ở nước ngoài phát huy cao độ tinh thần yêu nước, ý thức trách nhiệm công dân, khát vọng phát triển; mỗi cơ quan, đơn vị, tổ chức, cá nhân hãy bắt đầu bằng những công việc cụ thể nhất, góp phần đưa đất nước ta mỗi ngày một phá triển; Nhân dân ta mỗi ngày một ấm no, hạnh phúc; Việt Nam ta mỗi ngày một lớn mạnh, sánh vai cùng các cường quốc năm châu như Bác Hồ hằng mong muốn".

Sau phiên bế mạc Đại hội XIV của Đảng, Tổng Bí thư Tô Lâm đã chủ trì họp báo quốc tế công bố kết quả Đại hội. Theo Tổng Bí thư, Đại hội không chỉ đạt được sự thống nhất rất cao về nội dung các văn kiện và chương trình hành động, mà còn thể hiện sự tập trung, thống nhất cao trong công tác lựa chọn nhân sự BCH Trung ương Đảng khóa XIV. Đại hội đã bầu BCH Trung ương gồm 200 đồng chí, trong đó có 180 Ủy viên chính thức và 20 Ủy viên dự khuyết. Tổng Bí thư khẳng định, các Ủy viên Trung ương Đảng khóa XIV là những đại diện tiêu biểu cho khoảng 5,6 triệu đảng viên của Đảng Cộng sản Việt Nam, hội tụ đầy đủ các tiêu chuẩn về phẩm chất, đạo đức, uy tín, năng lực và trình độ; được Đại hội tín nhiệm cao, giao trọng trách lãnh đạo Đảng giữa hai kỳ Đại hội, đáp ứng yêu cầu của giai đoạn cách mạng mới...

Trả lời câu hỏi về vai trò của Việt Nam trong các vấn đề toàn cầu, Tổng Bí thư Tô Lâm nhắc lại tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh: Việt Nam là một bộ phận của thế giới; mọi việc trên thế giới đều có quan hệ với Việt Nam và mọi việc ở trong nước cũng có quan hệ với thế giới. Theo đó, Việt Nam đã nâng tầm vai trò của đối ngoại, đặt quan hệ quốc tế ngang với nhiệm vụ quốc phòng, an ninh; xác định quốc phòng, an ninh và đối ngoại là những lĩnh vực trọng yếu, thường xuyên, cấp bách và mang tầm chiến lược. Tổng Bí thư khẳng định, Việt Nam chủ trương hội nhập ngày càng sâu rộng vào đời sống chính trị, kinh tế và văn minh nhân loại; là thành viên có trách nhiệm của Liên Hợp Quốc; cùng các quốc gia, dù lớn hay nhỏ, chia sẻ trách nhiệm chung đối với các vấn đề toàn cầu. Việt Nam sẽ tiếp tục đóng góp tích cực vào kiến tạo hòa bình thế giới, tham gia gìn giữ hòa bình, viện trợ nhân đạo, cứu hộ, cứu nạn và sẵn sàng đảm nhiệm vai trò trung gian hòa giải, cầu nối trong giải quyết các tranh chấp, xung đột...

Kết luận họp báo, Tổng Bí thư Tô Lâm khẳng định hội nhập quốc tế là xu thế không thể đảo ngược. Việt Nam sẽ tiếp tục làm tốt hơn nữa công tác đối ngoại và hội nhập quốc tế, kiên định mục tiêu hòa bình, hợp tác và phát triển, vì lợi ích của nhân dân Việt Nam và vì tiến bộ chung của nhân loại; đồng thời gửi lời cảm ơn tới các nhà báo đã đồng hành cùng Đại hội XIV của Đảng. **P.V (tổng hợp)**



Trung ương thống nhất tuyệt đối bầu đồng chí Tô Lâm giữ chức Tổng Bí thư Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XIV **Ảnh: TTXVN**

Nhân dịp đồng chí Tô Lâm được BCH Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam khóa XIV bầu lại làm Tổng Bí thư BCH Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam khóa XIV, lãnh đạo nhiều nước và các chính Đảng đã gửi điện chúc mừng.

Bí thư thứ nhất Đảng Cộng sản Cuba, Chủ tịch nước Cộng hòa Cuba Miguel Diaz-Canel Bermudez; Tổng thống Cộng hòa Liên bang Nga Vladimir Putin, Chủ tịch Đảng Nước Nga Thống nhất Dmitry Medvedev; Chủ tịch Đảng Dân chủ Tự do Nhật Bản, Thủ tướng Nhật Bản Takaichi Sanae; Tổng thống Mông Cổ Ukhnaa Khurelsukh; Tổng thống Cộng hòa Belarus Aleksandr Lukashenko, Bí thư thứ nhất Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Belarus Sergey Syrankov; Tổng thống Cộng hòa Nicaragua Daniel Ortega Saavedra và đồng Tổng thống Rosario Murillo đã gửi điện, thư chúc mừng đồng chí Tổng Bí thư Tô Lâm...

Tận dụng tối đa hút khách từ Năm Du lịch Quốc gia

● **Bài. ảnh: PHAN HIẾU**

Năm 2026, tỉnh Gia Lai vinh dự được Bộ VHTTDL chọn là địa phương đăng cai Năm Du lịch Quốc gia. Đây là cơ hội vàng để Gia Lai quảng bá du lịch đến với các thị trường trong nước và quốc tế; đồng thời thúc đẩy thu hút đầu tư và tạo động lực cho các ngành kinh tế khác phát triển.



Vịnh Quy Nhơn, nơi dự kiến sẽ diễn ra nhiều hoạt động trong chuỗi sự kiện Năm Du lịch Quốc gia 2026

Nghiên cứu triển khai các sản phẩm

Đẩy mạnh công tác triển khai sự kiện lớn, Văn phòng UBND tỉnh Gia Lai vừa có thông kết luận của Phó Chủ tịch UBND tỉnh Nguyễn Thị Thanh Lịch tại buổi họp báo cáo về các kế hoạch liên quan đến Năm Du lịch quốc gia - Gia Lai 2026.

Theo bà Nguyễn Thị Thanh Lịch, việc đăng cai Năm Du lịch quốc gia - Gia Lai 2026 là cơ hội quan trọng đối với sự phát triển của tỉnh. Do đó, các hoạt động trong khuôn khổ Năm Du lịch quốc gia phải được triển khai theo hướng gắn với phát triển kinh tế, có sự liên kết chặt chẽ giữa du lịch với văn hóa, thể thao, thương mại, nông nghiệp, dịch vụ và các ngành kinh tế liên quan.

Để Năm Du lịch quốc gia diễn ra có chiều sâu, tạo giá trị lan tỏa, bà Nguyễn Thị Thanh Lịch yêu cầu Sở VHTTDL rà soát, đánh giá tình hình thực tế, hoàn thiện kế hoạch phát triển du lịch tàu biển trên địa bàn tỉnh; nghiên cứu, tham khảo kinh nghiệm của các địa phương có cảng biển, khai thác hiệu quả du lịch tàu biển như TP.HCM, Hải Phòng, Đà Nẵng. Đồng thời xây dựng kế hoạch làm việc với các chủ tàu, hãng tàu, doanh nghiệp lữ hành quốc tế để đề xuất phương án triển khai phù hợp, hiệu quả. Trước mắt, nghiên cứu tham mưu xây dựng mô hình thí điểm, làm cơ sở đánh giá, rút kinh nghiệm và hoàn thành trong tháng 2.

Về triển khai sản phẩm "Chuyến tàu di sản", bà Nguyễn Thị Thanh Lịch yêu cầu Sở VHTTDL tiếp tục nghiên cứu, khai thác các chuyến tàu du lịch nội địa; đồng thời phối hợp với Sở Du lịch TP Đà Nẵng, tỉnh Khánh Hòa để nghiên cứu xây dựng tuyến tàu du lịch di sản kết nối Đà Nẵng - Quy Nhơn - Khánh Hòa hoặc Đà Nẵng - Diêu Trì - Khánh Hòa, bảo đảm tính liên kết vùng.

Đối với các chuyến bay charter, lãnh đạo tỉnh Gia Lai giao Sở VHTTDL có văn bản phúc đáp, thống nhất về mặt chủ trương đối với đề xuất tổ chức các chuyến bay charter phục vụ Năm Du lịch quốc gia - Gia Lai 2026. Đồng thời đề nghị Tập đoàn FLC báo cáo cụ thể về số lượng khách dự kiến, số lượng chuyến bay, thời gian và phương án tổ chức thực hiện. Trên cơ sở báo cáo của FLC và tình hình thực tế, Sở VHTTDL phối hợp Sở Xây dựng, Công an tỉnh và cảng hàng không Phù Cát tổng hợp, tham mưu đề xuất UBND tỉnh xem xét, quyết định mức độ hỗ trợ và phương án triển khai phù hợp, bảo đảm hiệu quả, khả thi.

Tạo đà tăng trưởng kinh tế

Năm 2025, du lịch Gia Lai tiếp tục tăng trưởng tích cực với 12,4 triệu lượt khách, tăng 17,6% so với năm trước; tổng doanh thu đạt khoảng 29.000 tỉ đồng. Năm 2026 Gia Lai phấn đấu đón 15 triệu lượt khách, tăng 21% so với năm 2025; tổng thu du lịch đạt khoảng 35.000 tỉ đồng. Để đạt mục tiêu này, cùng với đà tăng của 2025, tỉnh sẽ tiếp tục đầu tư hệ thống hạ tầng, cơ sở lưu trú, dịch vụ và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch.

Bà Nguyễn Thị Kim Chung, Phó Giám đốc Sở VHTTDL Gia Lai cho biết: "Năm Du lịch 2026 tại Gia Lai dự kiến diễn ra 155 sự kiện, trong đó có 21 sự kiện do Bộ VHTTDL tổ chức, 34 sự kiện phối hợp với các tỉnh, thành phố và 100 sự kiện do tỉnh chủ trì".

Theo bà Nguyễn Thị Kim Chung, nằm trong chuỗi sự kiện Năm Du lịch quốc gia, từ đầu năm 2026, tỉnh Gia Lai sẽ tổ chức nhiều hoạt động và diễn ra đến hết ngày 31.12. Qua đó, giúp du khách trải nghiệm và tìm hiểu về điểm đến du lịch, cũng như những sản phẩm du lịch mới, sản phẩm du lịch đặc trưng trên địa bàn tỉnh ở vùng cao nguyên và vùng biển. Với các hoạt động xuyên suốt và công tác chỉ đạo của tỉnh, ngành Du lịch hy vọng năm nay sẽ là năm bứt phá về chỉ tiêu tăng trưởng du lịch tỉnh Gia Lai.



Tỉnh Gia Lai đẩy mạnh hút khách bằng không gian văn hóa cồng chiêng

Trong khi đó chia sẻ về tầm quan trọng của sự kiện Năm Du lịch quốc gia sẽ diễn ra tại Gia Lai, ông Nguyễn Phạm Kiên Trung, Phó Chủ tịch Hiệp hội Du lịch tỉnh Gia Lai cho biết: "Việc nhận tổ chức đăng cai Năm Du lịch Quốc gia 2026 cần phải huy động rất nhiều nguồn lực của địa phương để thực hiện. Điều đó cũng cho thấy sự quan tâm đặc biệt của các cấp lãnh đạo, các Sở, ngành và chính quyền địa phương đối với sự phát triển của ngành Du lịch tỉnh Gia Lai. Do vậy cần phải tận dụng tối đa cơ hội để phát huy hiệu quả truyền thông, quảng bá du lịch Gia Lai nhân sự kiện lớn này".■

Đưa Khu du lịch quốc gia Mộc Châu phát triển bền vững

Tỉnh Sơn La vừa tổ chức Hội thảo: "Du lịch xanh và bền vững - động lực phát triển Khu du lịch quốc gia Mộc Châu".

Tại Hội thảo, đại diện các Doanh nghiệp du lịch Mộc Châu, Doanh nghiệp lữ hành, hợp tác xã kinh doanh Du lịch đã tham luận về các nội dung: "Du lịch cộng đồng - Bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, kết nối cộng đồng, nâng cao hiệu quả chất lượng sản phẩm và dịch vụ để đón khách du lịch trong nước và quốc tế"; "Thực trạng, nguyên nhân và giải pháp thu hút thị trường khách du lịch quốc tế đến với Khu du lịch quốc gia Mộc Châu"; "Du lịch lễ hội gắn với bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc Mộc Châu"… Đại diện phường Mộc Châu cũng giới thiệu sâu về Chương trình du lịch Mộc Châu - Hẹn ước mùa hoa, kết nối điểm đến, góp phần nâng tầm thương hiệu du lịch Sơn La.

Các đại biểu cũng đã chia sẻ, tham vấn, chỉ ra bức tranh toàn cảnh về du lịch Mộc Châu, đánh giá chân thực những điểm mạnh, điểm yếu, khuyến nghị, đề xuất những giải pháp thiết thực để phát huy tiềm năng, lợi thế, khắc phục hạn chế, xây dựng hình ảnh, thương hiệu, nâng cao chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ để du lịch Mộc Châu thực sự phát triển xanh, bền vững, phục vụ, đón khách du lịch ngày càng tốt hơn, đông hơn; phát triển đa dạng các sản phẩm, loại hình du lịch….

Đây là những tham vấn giúp tỉnh Sơn La và UBND các xã, phường trên địa bàn Khu du lịch Quốc gia Mộc Châu có cơ sở để xây dựng Kế hoạch, chiến lược và giải pháp để định hướng phát triển Khu du lịch quốc gia Mộc Châu và Du lịch tỉnh Sơn La phát triển tương xứng với tiềm năng, lợi thế; "Sản phẩm đặc sắc - Dịch vụ chuyên nghiệp - Thủ tục thuận tiện, đơn giản - Giá cả cạnh tranh - Môi trường vệ sinh sạch, đẹp - Điểm đến an toàn, văn minh, thân thiện", đáp ứng yêu cầu phục vụ khách du lịch ngày một tốt hơn.

MINH LÝ



Du lịch cộng đồng gắn với bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống là một trong những sản phẩm chính của Mộc Châu

Ảnh: T.TÂM

Nhiều lựa chọn tour Tết hấp dẫn

● **Bài, ảnh: THU THỦY**

Với kỳ nghỉ Tết Nguyên đán Bính Ngọ kéo dài 9 ngày từ 14-22.2, thị trường du lịch được dự báo bước vào "mùa vàng" đầu năm, khi xu hướng của du khách chuyển mạnh sang tìm kiếm trải nghiệm chất lượng, giàu giá trị văn hóa. Theo nhận định, nhu cầu du lịch dịp này sẽ ngày càng phong phú, đa dạng; du khách có xu hướng ưu tiên lựa chọn các điểm đến xa, mới mẻ nhưng vẫn phù hợp với khả năng chi trả.

Sau đà tăng mạnh của kỳ nghỉ Tết Dương lịch 2026, kỳ nghỉ Tết Nguyên đán kéo dài 9 ngày được xem là cơ hội để du lịch Việt Nam tiếp tục "đón sóng" tăng trưởng và tạo đà bứt phá trong năm 2026. Theo các chuyên gia, thị trường du lịch sẽ không chỉ tăng trưởng "nóng" về số lượng mà còn phát triển về chiều sâu. Khách hàng có xu hướng cân nhắc kỹ lưỡng hơn về giá trị chuyến đi. Du lịch Tết hiện nay không chỉ là "đi chơi" mà còn được xem là món quà tinh thần tái tạo năng lượng cho cả gia đình sau một năm nhiều biến động, nên dù kinh tế còn thách thức, nhu cầu vẫn rất khả quan ở phân khúc trung và cao cấp. Nhiều đơn vị vẫn giữ đà tăng trưởng ổn định, ước tăng khoảng 15-20% so với cùng kỳ năm ngoái.

Theo nhận định của nhiều công ty du lịch, đối với tour nội địa khách vẫn có xu hướng chọn trải nghiệm Đông - Tây Bắc với các điểm dự kiến sẽ kín khách là Sa Pa (Lào Cai), Lô Lô Chải (Tuyên Quang), Mộc Châu (Sơn La), Điện Biên... Những điểm đến gần Hà Nội, tiện lợi về di chuyển như Cát Bà (Hải Phòng), Hạ Long (Quảng Ninh), Ninh Bình... vẫn là những điểm có sức hút tốt trong dịp Tết. Bên cạnh đó, các tuyến du lịch miền Trung và miền Nam với mức giá hợp lý vẫn thu hút sự quan tâm của đông đảo du khách. Đặc biệt, Phú Quốc được đánh giá là điểm đến hấp dẫn cả khách quốc tế lẫn nội địa nhờ lợi thế có các đường bay mới của Sun Phu Quoc Airways với chi phí phù hợp.

Về du lịch quốc tế, thời điểm này, các đơn vị lữ hành ghi nhận những tour du lịch ở các nước châu Á như Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Trung Quốc, Singapore... vẫn là những điểm đến được khách lựa chọn nhiều.

Là trung tâm du lịch của cả nước, Hà Nội đang kỳ vọng sẽ tiếp tục đón được lượng khách kỷ lục trong 9 ngày nghỉ Tết Nguyên đán Bính Ngọ. Theo Sở Du lịch Hà Nội, đơn vị đã ban hành văn bản gửi UBND các phường, xã, các đơn vị, doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hà Nội thực hiện rà soát, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch, xây dựng các sản phẩm mới phù hợp nhu cầu, thị hiếu của du khách để sẵn sàng phục vụ người dân và du khách, đồng thời tăng cường công tác đảm bảo an ninh trật tự, an toàn cho du khách.

Hiện nay, nhiều sản phẩm du lịch và chương trình vui chơi đón Tết Nguyên đán và xuân Bính Ngọ tại Hà Nội đã được giới thiệu, quảng bá rộng rãi. Thành phố Hà Nội sẽ tổ chức bắn pháo hoa tại 31 điểm trên địa bàn thành phố vào đêm giao thừa Tết Nguyên đán Bính Ngọ, đồng thời tổ chức nhiều hoạt động văn hóa, giải trí hấp dẫn. Trong đó, khu vực hồ Hoàn Kiếm và phố cổ Hà Nội tiếp tục là điểm hấp dẫn và thu hút du khách trong thời khắc đón giao thừa và đầu năm mới. Tại các điểm di tích như Văn Miếu - Quốc Tử Giám tiếp tục diễn ra hội chữ xuân, viết thư pháp đầu năm. Di tích Nhà tù Hỏa Lò phục vụ du khách tham quan các khu trưng bày. Khu di sản Hoàng thành Thăng Long phục vụ người dân và du khách tour "Ký ức Cột cờ" và không gian trải nghiệm số hấp dẫn.

Trong dịp Tết Nguyên đán, nhiều địa phương cũng chủ động chuẩn bị các sản phẩm, tour du lịch hấp dẫn để phục vụ du khách. Tiêu biểu, phường Ba Đình tiếp tục duy trì tour "Hà Nội - Chạm miền ký ức" thuộc dự án Toa tàu số 6, bắt đầu từ mùng 3 Tết. Tại xã Hương Sơn, công tác chỉnh trang hàng quán, dịch vụ, vệ sinh môi trường được triển khai đồng bộ, đồng thời đưa vào khai thác 4 tuyến hành trình trải nghiệm gồm: Thiên Trù - Hương Tích; Thanh Sơn - Hương Đài; tuyến Long Vân (Long Vân, Sũng Sàm) và tuyến Tuyết Sơn (Bảo Đài, Tuyết Sơn, chùa Cá). Qua đó, du khách có thể tham quan, du lịch ngay trong những ngày Tết, trước thời điểm khai hội chùa Hương.

Bên cạnh đó, các địa phương cũng chuẩn bị nhiều hoạt động tham quan, trưng bày chào đón xuân Bính Ngọ trên tuyến du lịch "Con đường Di sản Nam Thăng Long - Hà Nội" với chủ đề "Điểm về nguồn cội", kết nối các điểm đến như đình, đền Nội Bình Đà (xã Bình Minh), làng nghề tăm hương (xã Ứng Thiên), làng nghề dệt tơ tằm, tơ sen (xã Hồng Sơn)... Trong dịp Tết Nguyên đán, các khách sạn trên địa bàn thành phố cũng triển khai nhiều hoạt động thu hút và đón khách đến lưu trú với nhiều hình thức khác nhau như thiết kế những gói sản phẩm nghỉ dưỡng ưu đãi đặc biệt, bao gồm các chương trình, gói dịch vụ ẩm thực đi kèm nghỉ dưỡng. Nhiều khách sạn đã đầu tư vào không gian trang trí tạo điểm nhấn độc đáo để thu hút du khách đến tham quan và check-in.

Theo Sở Du lịch Hà Nội, những chương trình này không chỉ nhằm đáp ứng nhu cầu vui chơi, giải trí, nghỉ dưỡng của du khách trong dịp Tết mà còn góp phần quảng bá thương hiệu du lịch Thủ đô. ■



Di tích Nhà tù Hỏa Lò sẽ mở cửa phục vụ du khách tham quan dịp Tết Bính Ngọ

Đắk Lắk kích cầu năm 2026 với dấu ấn "Về miền di sản"

Tỉnh Đắk Lắk vừa triển khai chương trình phát triển du lịch năm 2026 với nhiều hoạt động, sự kiện kích cầu hấp dẫn mang đậm dấu ấn "Về miền di sản". Mục tiêu đặt ra là du khách sẽ được trải nghiệm, tìm hiểu di sản văn hóa và di sản thiên nhiên trong không gian biển - rừng - cao nguyên.

Lễ hội cá ngừ Đắk Lắk năm 2026 với chủ đề "Tinh hoa Câu vàng - Khát vọng vươn khơi" sẽ được tổ chức tại phường Tuy Hòa trong tháng 4 với các hoạt động như: Chương trình nghệ thuật tái hiện hành trình khởi nguyên nghề cá ngừ, tri ân ngư dân tiên phong, trao dây câu vàng cho thế hệ trẻ; Triển lãm nghệ thuật sắp đặt, không gian check-in, nghệ thuật kể chuyện với mô hình cá ngừ bằng tranh ánh sáng; Trưng bày, giới thiệu, chế biến và thưởng thức các món ăn đặc sắc từ cá ngừ kết hợp trình diễn ẩm thực…

Trong chuỗi các hoạt động kích cầu du lịch dịp hè năm 2026 và dịp Lễ Quốc khánh 2.9, tỉnh Đắk Lắk tổ chức các đêm nhạc DJ và trình diễn thời trang du lịch tại Quảng trường Tháp Nghinh Phong (phường Tuy Hòa). Nhiều gian hàng trải nghiệm sản phẩm du lịch biển cũng được ngành Du lịch tỉnh, chính quyền địa phương và các doanh nghiệp trưng bày, giới thiệu, quảng bá đến du khách trong và ngoài tỉnh.

Dịp cuối năm 2026, tại phường Buôn Ma Thuột, tỉnh Đắk Lắk sẽ tổ chức Tuần di sản văn hóa các dân tộc cùng chương trình Ngày hội thổ cẩm và trình diễn di sản văn hóa phi vật thể kết hợp trình diễn trang phục truyền thống với chủ đề "Sắc màu hội tụ". Nhiều di sản văn hóa phi vật thể sẽ được trình diễn tại đây như: Nghệ thuật Bài Chòi; Nghệ thuật Trống đôi, cồng ba, chiêng năm; trình diễn Lễ hội Cầu ngư; Không gian văn hóa Cồng chiêng Tây Nguyên; Hò đối đáp…

Ngoài các hoạt động, sự kiện đặc sắc được tổ chức nhằm thu hút khách du lịch, tỉnh Đắk Lắk cũng sẽ tập trung thu hút các nhà đầu tư chiến lược khai thác tài nguyên du lịch trên địa bàn; kêu gọi đầu tư các dự án du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí, tổ hợp dịch vụ du lịch quy mô lớn; sắp xếp lại các điểm cung cấp dịch vụ du lịch, trưng bày sản phẩm địa phương, các khu vui chơi giải trí nhằm phục vụ khách du lịch hiệu quả nhất. Tập trung ứng dụng khoa học công nghệ và chuyển đổi số trong phát triển du lịch. Trong đó, UBND tỉnh xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu số ngành Du lịch (khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú du lịch, lữ hành, hướng dẫn viên du lịch, tour, dịch vụ…) kết nối với cơ sở dữ liệu quốc gia. Ngành Du lịch tỉnh xây dựng hệ thống ứng dụng du lịch thông minh, bản đồ số du lịch với đầy đủ thông tin như dịch vụ, giao thông, an toàn, thời tiết…

Trong năm 2026, tỉnh Đắk Lắk nghiên cứu phát triển từ 1-2 mô hình du lịch cộng đồng gắn với di sản; xây dựng và vận hành thử nghiệm một tuyến du lịch chuyên đề di sản - địa chất (biển - rừng - làng du lịch cộng đồng) dựa trên sự kết nối các điểm hiện có để đánh giá và nhân rộng. Tỉnh đặt mục tiêu doanh thu từ hoạt động du lịch năm 2026 đạt 16.000 tỉ đồng, lượt khách du lịch đạt 8 triệu người.

L.HƯƠNG

ĐỂ GIA NHẬP MẠNG LƯỚI CÁC THÀNH PHỐ SÁNG TẠO UNESCO:

Huế cần phải làm những gì?

● **TS PHAN THANH HẢI**

Trong xu thế phát triển đô thị hiện đại, văn hóa đang ngày càng được nhìn nhận như một nguồn lực nội sinh quan trọng không chỉ để gìn giữ bản sắc, mà còn để tạo ra sức cạnh tranh, sức sống và động lực tăng trưởng bền vững.

Trong "bức tranh" ấy, ẩm thực nổi lên như một lĩnh vực vừa gần gũi, vừa giàu khả năng lan tỏa: Ẩm thực không chỉ là món ăn, mà còn là ngôn ngữ của ký ức, của thẩm mỹ, của tri thức dân gian và cả năng lực sáng tạo của cộng đồng.



Du khách quốc tế tìm hiểu văn hóa ẩm thực Huế — Ảnh: B.LÂM



Sự tinh tế trong văn hóa ẩm thực Huế — Ảnh: L.LINH

Cần "định nghĩa lại" thế mạnh ẩm thực

Với Huế, lựa chọn lĩnh vực Ẩm thực để xây dựng hồ sơ gia nhập Mạng lưới các thành phố sáng tạo UNESCO (UCCN) vào năm 2027 là một hướng đi có cơ sở và nhiều triển vọng. Huế vốn nổi tiếng bởi một nền ẩm thực tinh tế, sâu sắc, hài hòa giữa cung đình và dân gian, giữa lễ nghi và đời sống thường nhật, giữa cái đẹp của trình thức và cái thật của hương vị. Đó là một "di sản sống", tồn tại không chỉ trong sách vở, mà trong từng khu chợ, trong những căn bếp gia đình, trong các lễ hội, trong nghề truyền thống và trong chính phong cách sống của người Huế.

Tuy nhiên, cần nói rõ: UNESCO không đánh giá một đô thị chỉ bằng danh tiếng hay quá khứ huy hoàng. UNESCO quan tâm nhiều hơn đến năng lực hành động và cam kết tạo ra tác động xã hội trong bốn năm tới. Vì vậy, câu hỏi cốt lõi không phải "Huế có nhiều món ngon hay không", mà là Huế đã có một hệ sinh thái ẩm thực đủ mạnh, có kế hoạch phát triển đủ rõ, và có cơ chế tổ chức đủ thực chất để tham gia mạng lưới toàn cầu hay chưa?

Trước hết, Huế cần "định nghĩa lại" thế mạnh ẩm thực của mình bằng một luận đề đủ sâu. Không thể chỉ kể tên bún bò, cơm hến, bánh Huế, chè Huế… mà phải đặt ra một thông điệp mang tính chiến lược: Ẩm thực Huế là một hệ tri thức văn hóa và một ngành kinh tế sáng tạo, có khả năng thúc đẩy du lịch bền vững, tạo sinh kế cho cộng đồng và góp phần định vị thương hiệu đô thị. Một luận đề trung tâm rõ ràng sẽ giúp toàn bộ hồ sơ đi đúng hướng, đồng thời tạo nền tảng cho kế hoạch hành động, dự án ưu tiên và chỉ số đo lường cụ thể. Tiếp theo, điều quan trọng không kém là xây dựng bộ máy triển khai liên ngành đúng chuẩn UNESCO. Hồ sơ UCCN không thể làm theo kiểu phong trào hay hình thức, càng không thể chỉ "viết cho hay". Thành phố cần một cơ chế điều phối thực chất, có thẩm quyền và vận hành thật, trong đó vai trò cơ quan đầu mối, đặc biệt là Sở VHTT phải được xác định rõ. Đồng thời, các Sở, ngành liên quan như du lịch, công thương, nông nghiệp, giáo dục, khoa học - công nghệ, ngoại vụ… cần cùng tham gia với tinh thần đồng hành và chia sẻ trách nhiệm.

Đâu là kế hoạch hành động?

Một yêu cầu rất "thực chiến" là Huế phải có bản đồ hệ sinh thái ẩm thực với dữ liệu đủ mạnh để UNESCO tin tưởng. Đây là nền tảng để chứng minh rằng ẩm thực Huế không chỉ là câu chuyện truyền thống, mà là một hệ thống đang vận hành: Từ chủ thể sáng tạo (nghệ nhân, đầu bếp, hộ kinh doanh, thế hệ trẻ), đến không gian thực hành (chợ, làng nghề, tuyến phố ẩm thực, lễ hội), cho tới chuỗi giá trị kinh tế (nguyên liệu - chế biến - dịch vụ - trải nghiệm). Khi dữ liệu được chuẩn hóa và có thể kiểm chứng, hồ sơ sẽ có "xương sống"; đồng thời, thành phố cũng có được một "bộ não dữ liệu" để quản trị lĩnh vực ẩm thực lâu dài.

Và cuối cùng, nếu phải chọn phần quan trọng nhất trong hồ sơ, đó chính là Kế hoạch hành động của bốn năm. UNESCO cần nhìn thấy những dự án cụ thể, có đối tác cụ thể, nguồn lực cụ thể và tác động xã hội rõ ràng. Huế nên ưu tiên một số chương trình trọng điểm: Bảo tồn - số hóa tri thức ẩm thực; nâng cao năng lực cho cộng đồng làm nghề; đưa ẩm thực vào giáo dục, truyền nghề; và quốc tế hóa ẩm thực Huế thông qua hợp tác với các thành phố UCCN lĩnh vực Gastronomy.

Gia nhập UCCN không chỉ là một mục tiêu đối ngoại, mà phải trở thành một chương trình phát triển của cả thành phố. Nếu làm đúng, Huế sẽ không chỉ có thêm một "danh hiệu", mà sẽ có thêm một cú hích chiến lược để phát triển đô thị di sản theo hướng sáng tạo, bền vững và hội nhập, trong đó ẩm thực thực sự trở thành bản sắc, trở thành sinh kế và trở thành sức mạnh mềm của Huế trên bản đồ thế giới. ■

> *"Huế cần "định nghĩa lại" thế mạnh ẩm thực của mình bằng một luận đề đủ sâu. Không thể chỉ kể tên bún bò, cơm hến, bánh Huế, chè Huế… mà phải đặt ra một thông điệp mang tính chiến lược: Ẩm thực Huế là một hệ tri thức văn hóa và một ngành kinh tế sáng tạo, có khả năng thúc đẩy du lịch bền vững, tạo sinh kế cho cộng đồng và góp phần định vị thương hiệu đô thị.*
>
> *Một luận đề trung tâm rõ ràng sẽ giúp toàn bộ hồ sơ đi đúng hướng, đồng thời tạo nền tảng cho kế hoạch hành động, dự án ưu tiên và chỉ số đo lường cụ thể."*

GIẢI THƯỞNG QUẢNG CÁO SÁNG TẠO VIỆT NAM:

Bản sắc, sáng tạo và di sản Việt

Giải thưởng quảng cáo sáng tạo Việt Nam - Vạn Xuân Awards do Bộ VHTTDL, Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam khởi xướng và chỉ đạo, phối hợp cùng UBND TP.HCM tổ chức đã trở thành giải thưởng quốc gia thường niên, tạo động lực thúc đẩy hiện thực hóa mục tiêu xây dựng thương hiệu quốc gia về sáng tạo.

● **HOÀNG HẢI**

Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã đặt ra nhiệm vụ trọng tâm của ngành quảng cáo là tiếp tục triển khai hiệu quả Đề án xây dựng, quảng bá thương hiệu quốc gia "Giải thưởng quảng cáo sáng tạo Việt Nam".



Chiến dịch kỷ niệm 80 năm Ngày truyền thống Công an Nhân dân Việt Nam được vinh danh ở hạng mục cao nhất của Giải thưởng Quảng cáo sáng tạo Việt Nam - Vạn Xuân Awards 2025

Sáng tạo gắn liền bản sắc

Ban tổ chức (BTC) Giải thưởng Quảng cáo Sáng tạo Việt Nam - Vạn Xuân Awards cho biết sau nhiều năm tổ chức, giải thưởng đã đóng góp hiệu quả vào chương trình xây dựng và quảng bá thương hiệu quốc gia.

Riêng trong mùa giải Vạn Xuân Awards 2025 đã có 62 ý tưởng sáng tạo xuất sắc được vinh danh, góp phần phác họa diện mạo sinh động và sự "vươn mình" của ngành quảng cáo Việt Nam trên trong hành trình quảng bá thương hiệu quốc gia. Đặc biệt, hạng mục cao nhất của Giải thưởng Quảng cáo sáng tạo Việt Nam - Vạn Xuân Awards 2025 được trao cho "Chiến dịch kỷ niệm 80 năm Ngày truyền thống Công an Nhân dân Việt Nam" với ý tưởng sáng tạo xuất sắc, giá trị thẩm mỹ cao, hiệu quả truyền thông rõ nét và tác động xã hội tích cực, thể hiện tinh thần tiên phong của quảng cáo Việt Nam trong thời đại mới.

Đây là chiến dịch tôn vinh những hy sinh thầm lặng và đóng góp kiên cường của lực lượng công an trong việc gìn giữ bình yên cho nhân dân. Với hình ảnh hiện đại, gần gũi và nhân văn, chiến dịch đã lan tỏa thông điệp "Hy sinh thầm lặng - Gìn giữ bình yên" qua đa dạng nền tảng số, truyền hình và trải nghiệm công nghệ, khắc họa chân dung người chiến sĩ tận tụy. Chiến dịch do Cục Công tác chính trị (Bộ Công an) chỉ đạo, Zeit Media là đơn vị sáng tạo và tổ chức, mở ra hành trình kết nối cảm xúc sâu sắc giữa lực lượng công an và công chúng, nâng tầm giá trị biểu tượng "80 năm vì Nhân dân phục vụ".

Bên cạnh đó, với ý tưởng kể về những hành trình kết nối con người với văn hóa và thiên nhiên Việt Nam đầy cảm xúc, tinh tế và gần gũi qua ba nhân vật đại diện cho khát vọng tự do, trân trọng cội nguồn và khám phá quốc tế; chiến dịch quảng cáo "Vietnam Airlines - Vạn dặm nâng niu" của Tổng công ty Hàng không Việt Nam đã xuất sắc được vinh danh giải Nhất - Hạng mục quảng cáo trên truyền hình của Vạn Xuân Awards 2025. Ở hạng mục quảng cáo trên bảng, biển ngoài trời, với ý tưởng sáng tạo biến công nghệ thành trải nghiệm gắn kết văn hóa địa phương và đặc sản các vùng miền trên cả nước, chiến dịch "FPT Telecom - Một sắc cam - Ngàn dặm Việt" đã xuất sắc giành giải Nhất. Đáng chú ý, điểm mới của hệ thống Giải thưởng Quảng cáo sáng tạo Việt Nam 2025 là hạng mục "Thương hiệu và lãnh đạo truyền cảm hứng", đã vinh danh bốn cá nhân có những đóng góp lâu dài, nhất quán trong xây dựng thương hiệu và nâng cao chuẩn mực ngành quảng cáo Việt Nam.

Đồng thời, giải thưởng cũng đã vinh danh các gương mặt tiêu biểu có sức ảnh hưởng tích cực, góp phần lan tỏa hình ảnh quảng cáo Việt Nam sáng tạo, văn minh và giàu bản sắc đến công chúng. Tiêu biểu như ca sĩ Mỹ Tâm với hạng mục danh giá Đại sứ quảng cáo - Thành tựu trọn đời; Hòa Minzy, Đại sứ Quảng cáo truyền cảm hứng của năm"…

Văn hóa là điểm tựa, sáng tạo trở thành tài sản

Theo BTC Giải thưởng Quảng cáo sáng tạo Việt Nam, mỗi một mùa giải tiếp tục khẳng định ngành quảng cáo Việt Nam không chỉ là câu chuyện của thương hiệu, mà còn là bản sắc, sáng tạo và di sản Việt. Tạo động lực thúc đẩy hiện thực hóa mục tiêu xây dựng thương hiệu quốc gia về sáng tạo.

Ông Nguyễn Trường Sơn, Chủ tịch Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam, đồng Trưởng BTC cho biết, giải thưởng nằm trong Đề án "Xây dựng và quảng bá Thương hiệu Quốc gia: Giải thưởng Quảng cáo sáng tạo Việt Nam" giai đoạn 2020-2030, góp phần triển khai hiệu quả Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Không chỉ tôn vinh những tác phẩm xuất sắc, giải thưởng còn kiến tạo môi trường sáng tạo lành mạnh, khuyến khích đổi mới và thúc đẩy trách nhiệm xã hội trong từng thông điệp quảng cáo.

Nhìn lại giải thưởng qua các năm, có thể thấy phần lớn sản phẩm tham gia đều mang yếu tố văn hóa và di sản dân tộc, trở thành biểu tượng cho hành trình tôn vinh ý tưởng sáng tạo, lan tỏa tinh thần đổi mới mạnh mẽ trong cộng đồng sáng tạo Việt Nam. "Các thương hiệu Việt đang tự tin hơn khi kể câu chuyện của mình qua ngôn ngữ sáng tạo của riêng mình, góp phần xây dựng hình ảnh Việt Nam hiện đại nhưng đậm bản sắc trong phát triển công nghiệp văn hóa và kinh tế sáng tạo", ông Nguyễn Trường Sơn nhấn mạnh.

Đặc biệt là trong năm 2025 vừa qua, giải thưởng ghi nhận bước tăng trưởng rõ nét cả về quy mô lẫn chất lượng với hơn 1.500 tác phẩm dự thi, quy tụ gần 400 thương hiệu cùng hơn 200 chuyên gia sáng tạo đồng hành, đã phản ánh được chiều sâu chuyên môn và khẳng định sức hút ngày càng lớn của giải thưởng trong việc lan tỏa, truyền cảm hứng và khích lệ cộng đồng sáng tạo dám nghĩ, dám làm để nâng tầm quảng cáo Việt Nam trên bản đồ quốc tế.

Qua đây cho thấy, ngành quảng cáo Việt Nam đang bước vào giai đoạn vươn mình lớn mạnh, nơi sáng tạo trở thành tài sản, văn hóa là điểm tựa và con người là trung tâm của mọi đổi mới. Góp phần định hình diện mạo, năng lực và khát vọng vươn tầm của ngành công nghiệp sáng tạo trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc. ■

Âm hưởng thời đại kim khí

Trong tiến trình lịch sử, văn hóa Việt Nam, thời đại kim khí mà đỉnh cao là văn hóa Đông Sơn được xem như một cột mốc quan trọng, đánh dấu bước chuyển căn bản từ xã hội nguyên thủy sang các hình thức tổ chức xã hội phát triển hơn.

Đây là giai đoạn bản lề, khi cư dân cổ từng bước làm chủ kỹ thuật luyện kim, đặc biệt là kỹ thuật đúc đồng, tạo nên những biến đổi sâu sắc trong đời sống kinh tế, xã hội và tinh thần. Trên nền tảng của văn hóa Phùng Nguyên, Đồng Đậu, Gò Mun, truyền thống luyện kim đúc đồng không ngừng hoàn thiện và đạt tới đỉnh cao rực rỡ với văn hóa Đông Sơn (thế kỷ VII TCN - thế kỷ I).

Nhân dịp Xuân Bính Ngọ 2026, Bảo tàng Lịch sử TP.HCM phối hợp với Bảo tàng Gốm Thời dựng nước cùng hai sưu tập tư nhân Lâm Bảo Ngọc và Mai Sĩ Tất Thắng tổ chức trưng bày chuyên đề "Đồng vọng", giới thiệu đến công chúng hơn 150 hiện vật tiêu biểu thuộc nền văn hóa Đông Sơn, được tuyển chọn và sắp xếp theo năm nhóm chủ đề. Trong đó, nhóm chủ đề *Đồ gốm thời Đông Sơn* giới thiệu các hiện vật như bát, bình, chậu, dấu in hoa văn… thuộc các giai đoạn Phùng Nguyên, Đồng Đậu, Gò Mun và Hoa Lộc. Nhóm *Vẻ đẹp con người Đông Sơn* phản ánh đời sống tinh thần, quan niệm thẩm mỹ và sự phân tầng xã hội thông qua các loại trang sức như: Vòng tay, khuyên tai, trâm cài tóc, hạt chuỗi.

Nhóm *Nhịp sống lao động* gồm các hiện vật như rìu, lưỡi cày, đồ đựng… gắn với nền nông nghiệp lúa nước. Các hiện vật chủ yếu được đúc bằng đồng, có những cải tiến về cấu tạo nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng. Chủ đề Sức mạnh thời đại giới thiệu hai loại hình vũ khí của cư dân Đông Sơn là vũ khí đánh gần (dao găm, rìu chiến) và vũ khí đánh xa (mũi giáo, mũi lao, mũi tên). Chủ đề *Âm vang tín ngưỡng* trình bày vai trò đặc biệt của trống đồng trong nền văn hóa Đông Sơn… Các hiện vật được tuyển chọn từ các sưu tập tư nhân lớn, kết hợp với nguồn hiện vật của hệ thống bảo tàng, tạo nên một chỉnh thể trưng bày có chiều sâu khoa học, đa dạng loại hình và giàu giá trị ngữ nghĩa văn hóa. Việc huy động hiện vật từ các sưu tập tư nhân cũng cho thấy vai trò ngày càng rõ nét của cộng đồng sưu tập trong việc bổ sung và làm phong phú nguồn tư liệu phục vụ công tác trưng bày, nghiên cứu di sản.

Trong đó, bộ sưu tập do nhà sưu tập Mai Sĩ Tất Thắng đóng góp có thể được xem là một điểm nhấn. Với nền tảng kiến thức tích lũy từ quá trình học tập tại Trường SOAS - Đại học London (Vương quốc Anh) và niềm đam mê lâu dài dành cho văn hóa Đông Sơn, các hiện vật trong bộ sưu tập của ông không chỉ dựa trên giá trị thẩm mỹ hay độ hiếm, mà còn được đặt trong mối quan hệ chặt chẽ với bối cảnh văn hóa - xã hội và chức năng sử dụng của hiện vật trong đời sống cư dân cổ. Cách tiếp cận mang tính hệ thống và khoa học này đã góp phần làm rõ hơn những câu chuyện lịch sử và văn hóa ẩn sau từng cổ vật được trưng bày.



Khánh treo bằng đồng văn hóa Đông Sơn

Trưng bày chuyên đề "Đồng vọng" sẽ mở cửa phục vụ công chúng từ ngày 27.1 đến 31.3 tại Bảo tàng Lịch sử TP.HCM (số 2 Nguyễn Bỉnh Khiêm, phường Sài Gòn, TP.HCM).

TÙNG THƯ

Số 4302 ● Ra ngày 26.1.2026

Từ kỷ lục phòng vé đến hành trình bền vững của phim Việt

● THẢO NGUYÊN

Năm 2025 có thể xem là cột mốc đặc biệt của điện ảnh Việt Nam. Lần đầu tiên sau nhiều năm, câu chuyện về phim Việt không chỉ xoay quanh nỗi lo doanh thu hay sự lép vế trước bom tấn ngoại, mà là những kỷ lục phòng vé liên tiếp bị xô đổ, thị phần phim nội áp đảo và bầu không khí sáng tạo lan tỏa mạnh mẽ. Tuy nhiên, phía sau bức tranh tăng trưởng rực rỡ ấy vẫn tồn tại những gam màu đối lập, cho thấy điện ảnh Việt đang bước vào giai đoạn phân hóa sâu sắc, nơi doanh thu cao chưa hẳn đồng nghĩa với niềm vui bền vững...

Bức tranh rực rỡ

Nếu như vài năm trước, doanh thu phòng vé Việt Nam chủ yếu tập trung vào các dịp nghỉ lễ, gắn với một vài "thương hiệu bảo chứng" như Trấn Thành hay Lý Hải, thì năm 2025 chứng kiến sự bùng nổ mang tính đồng loạt. Không chỉ số lượng phim ăn khách gia tăng, mà cách thức làm phim, phát hành và tiếp cận khán giả cũng thay đổi mạnh mẽ. Các nhà sản xuất ngày càng đầu tư bài bản vào chiến lược marketing, kết hợp KOL, KOC, Fanpage phim, cộng đồng cine và đặc biệt là tận dụng triệt để sức lan tỏa của các nền tảng số như YouTube, TikTok, Facebook Reels... Không ít dự án kể câu chuyện hậu trường, quá trình sản xuất, chia sẻ cảm xúc của ê kíp, từ đó tạo hiệu ứng FOMO khiến khán giả nóng lòng "ra rạp vì sợ bỏ lỡ".



Bảng xếp hạng các phim trăm tỉ năm 2025 cho thấy một sự mở rộng đáng kể về thể loại — Ảnh minh họa

Một thực tế dễ nhận thấy trong năm 2025 là tâm lý "cứ phim Việt là đến rạp" đang dần hình thành trở lại. Đây là điều từng bị đánh mất trong một thời gian dài, khi phim ngoại, đặc biệt là Hollywood và Hàn Quốc chiếm ưu thế áp đảo. Việc khán giả sẵn sàng bỏ tiền mua vé cho phim nội địa không chỉ vì thói quen, mà còn bởi chất lượng phim Việt đã có sự cải thiện rõ rệt, cả về nội dung lẫn hình thức.

Bảng xếp hạng các phim trăm tỉ năm qua cho thấy một sự mở rộng đáng kể về thể loại. Nếu trước đây, phim hài và phim gia đình - tình cảm chiếm ưu thế gần như tuyệt đối, thì nay điện ảnh Việt đã chứng kiến sự trỗi dậy của các dòng phim kinh dị, trinh thám và đặc biệt là phim chiến tranh, lịch sử. Những tác phẩm như *Mưa đỏ, Địa đạo: Mặt trời trong bóng tối, Tử chiến trên không*... đã tạo nên bất ngờ lớn khi khai thác đề tài chiến tranh, lịch sử - một thể loại vốn lâu nay chủ yếu gắn với mục đích tuyên truyền, ít được kỳ vọng về mặt thương mại; mở ra kỳ vọng về một hướng đi mới cho điện ảnh Việt.

Song song với sự trỗi dậy của dòng phim chính luận, đề tài gia đình, tình cảm vẫn duy trì được nhóm khán giả ổn định. Các tác phẩm như *Chị dâu, Bộ tứ báo thủ, Nụ hôn bạc tỉ, Mang mẹ đi bỏ*... tiếp tục phát huy thế mạnh ở yếu tố hài hước, tâm lý, khai thác những mối quan hệ gần gũi trong đời sống. Đây vẫn là lựa chọn an toàn của nhiều nhà sản xuất khi muốn tiếp cận số đông khán giả, đặc biệt là nhóm khán giả gia đình.

Ngoài ra, năm 2025 còn chứng kiến sự "hút khách" mạnh mẽ của dòng phim kinh dị - tâm linh. Những cái tên như *Nhà gia tiên; Thám tử Kiên: Kỳ án không đầu; Quỷ nhập tràng; Đèn âm hồn*... đều đạt doanh thu "khủng", cho thấy thị hiếu khán giả ngày càng cởi mở với các thể loại mới. Không chỉ dựa vào yếu tố hù dọa đơn thuần, nhiều tác phẩm đã chú trọng hơn đến kịch bản, không khí và chiều sâu văn hóa bản địa.

Một điểm sáng khác của điện ảnh Việt năm qua là sự "lột xác" về mặt kỹ thuật. Chất lượng hình ảnh, âm thanh, hiệu ứng hậu kỳ được nâng lên rõ rệt, tiệm cận với chuẩn mực khu vực. Điều này phản ánh sự trưởng thành của đội ngũ làm nghề cũng như sự đầu tư nghiêm túc của các nhà sản xuất vào công nghệ và quy trình sản xuất.

Không dựa vào vài "điểm sáng" phòng vé...

Tuy nhiên, bên cạnh những gam màu sáng, 2025 cũng ghi nhận không ít nỗi buồn của các nhà làm phim. Điển hình là *Mưa trên cánh bướm* - tác phẩm từng được vinh danh tại LHP Venice 2024, nhưng khi về Việt Nam chỉ thu về khoảng 647 triệu đồng. Nguyên nhân không nằm ở chất lượng phim, mà ở việc kén khán giả đại chúng, nhịp phim chậm, nhiều tầng triết lý trừu tượng, hạn chế về marketing và hệ thống phát hành.

Gần đây nhất là *Quán Kỳ Nam,* tác phẩm đoạt giải Sao băng tại LHP quốc tế Hawaii (Mỹ), được nhiều người trong giới và khán giả đánh giá cao. Dẫu vậy, doanh thu của phim sau ba tuần ra rạp chỉ đạt khoảng 4,5 tỉ đồng - một con số khiêm tốn nếu đặt cạnh những "bom tấn" nội địa khác. Đây là minh chứng rõ nét cho sự lệch pha giữa giá trị nghệ thuật và khả năng thương mại, một bài toán chưa có lời giải thỏa đáng của điện ảnh Việt.

Xét trên bình diện tổng thể, 2025 vẫn là một năm tăng trưởng mạnh mẽ của thị trường điện ảnh nước nhà về doanh thu. Theo thống kê của Box Office Vietnam và báo chí, tổng doanh thu phòng vé cả nước đạt khoảng 6,14 nghìn tỉ đồng, trong đó phim Việt chiếm khoảng 61,4% thị phần. Nhiều bộ phim liên tiếp vượt mốc 100 tỉ đồng, thậm chí có trường hợp đạt trên 700 tỉ đồng, cho thấy quy mô thị trường và sức chi tiêu của khán giả ngày càng tăng.

TS Ngô Phương Lan, Chủ tịch Hiệp hội Xúc tiến Phát triển điện ảnh Việt Nam, nhận định, năm qua đánh dấu sự phát triển vượt bậc của thị phần phim Việt và sự tăng trưởng chung của thị trường. Theo bà, không khí sáng tạo, sự hứng khởi làm nghề đang lan tỏa mạnh mẽ, khi nhiều nhà làm phim trẻ, phim độc lập được ghi nhận và trao giải tại các LHP quốc tế. Những thành công liên tiếp trong và ngoài nước đã tạo động lực cho giới đầu tư tìm đến Việt Nam.

Bà Đinh Thị Thanh Hương, Phó Chủ tịch HĐQT Galaxy Group - Chủ tịch điều hành Galaxy Studio cũng cho rằng điện ảnh Việt Nam đang ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng hiếm có. Sau dịch Covid-19, điện ảnh Việt tăng trưởng hơn 20% so với năm 2019, trong khi nhiều quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc, Malaysia... mới chỉ phục hồi khoảng 60%. Đặc biệt, thị phần phim nội địa từ mức 30% trước Covid-19 đã tăng lên gần 50% vào năm 2024 và đạt khoảng 62% trong năm 2025.

Dẫu vậy, khi đi sâu vào cấu trúc doanh thu phòng vé, bức tranh tăng trưởng này bộc lộ sự không đồng đều. Phần lớn doanh thu toàn thị trường vẫn tập trung vào một số ít phim có lợi thế vượt trội về thương hiệu, chiến lược phát hành, hệ thống rạp và truyền thông. Trong khi đó, không ít tác phẩm - kể cả những phim được đầu tư nghiêm túc về nội dung và nghệ thuật - lại có vòng đời chiếu rạp ngắn, doanh thu thấp và nhanh chóng rời khỏi hệ thống phát hành.

> *"Tăng trưởng doanh thu là điều kiện cần, nhưng chưa đủ để khẳng định sự phát triển bền vững của điện ảnh. Một thị trường điện ảnh mạnh không chỉ dựa vào vài "điểm sáng" phòng vé, mà cần tạo được không gian tồn tại cho các dòng phim đa dạng, cho những tìm tòi nghệ thuật, cho các nhà làm phim mới và những tác phẩm có giá trị lâu dài."*
>
> **(Bà LÝ PHƯƠNG DUNG, nguyên Phó Cục trưởng Cục Điện ảnh)**

Theo bà Lý Phương Dung, nguyên Phó Cục trưởng Cục Điện ảnh, hiện tượng này phản ánh mô hình "tăng trưởng tập trung" của điện ảnh Việt Nam năm 2025. Các phim dẫn đầu không chỉ tạo lợi nhuận cho riêng mình mà còn kéo mặt bằng doanh thu chung lên cao, nhưng đồng thời làm gia tăng khoảng cách giữa nhóm phim ăn khách và phần còn lại. Sự gia tăng tổng doanh thu vì thế không đồng nghĩa với việc cơ hội tiếp cận khán giả được phân bổ công bằng.

Bà Lý Phương Dung cho rằng, ở góc độ phát triển ngành, đây là vấn đề cần được nhìn nhận tỉnh táo. Tăng trưởng doanh thu là điều kiện cần, nhưng chưa đủ để khẳng định sự phát triển bền vững của điện ảnh. Một thị trường điện ảnh mạnh không chỉ dựa vào vài "điểm sáng" phòng vé, mà cần tạo được không gian tồn tại cho các dòng phim đa dạng, cho những tìm tòi nghệ thuật, cho các nhà làm phim mới và những tác phẩm có giá trị lâu dài.

Năm 2025, vì thế, vừa là năm của những thành tựu rực rỡ, vừa là lời nhắc nhở về những thách thức nội tại. Điện ảnh Việt Nam đã đi được một chặng đường dài, nhưng để bước tiếp một cách bền vững, bài toán cân bằng giữa doanh thu, giá trị nghệ thuật và sự đa dạng sinh thái vẫn là bài toán cần lời giải. ■

Nghệ thuật "mở lối" hòa nhập cho người yếu thế

● **THANH MAI**

Nghị quyết 80-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển Văn hóa nêu rõ: Phải bảo đảm quyền bình đẳng trong thụ hưởng các giá trị văn hóa cho các nhóm yếu thế như người khuyết tật, người nghèo, trẻ em, đồng bào dân tộc thiểu số... Đây được xem là một bước chuyển quan trọng, khi văn hóa - nghệ thuật không còn dừng ở việc phục vụ số đông, mà chủ động hướng tới, chăm lo và bồi đắp đời sống tinh thần cho những cộng đồng dễ bị tổn thương trong xã hội.



Qua nghệ thuật, trẻ tự kỷ tìm được cách kết nối với thế giới, từng bước hòa nhập xã hội (Ảnh: Chương trình "Mừng Đảng, mừng Xuân 2026" do Liên đoàn Xiếc Việt Nam tổ chức)

Bảo đảm quyền được hưởng thụ văn hóa - nghệ thuật cho người yếu thế chính là thước đo mức độ nhân văn của một xã hội. Khi văn hóa - nghệ thuật "mở cửa" với họ, thì một cách tự nhiên, văn hóa sẽ hiện diện trong đời sống của họ, nuôi dưỡng con người từ bên trong và lan tỏa những giá trị tốt đẹp, bền bỉ và lâu dài...

Xứng đáng được "thụ hưởng" văn hóa - nghệ thuật

Nghị quyết 80-NQ/TW đã xác định rõ định hướng xuyên suốt: Xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện, đồng thời kiến tạo môi trường văn hóa nhân văn, lành mạnh, văn minh, hiện đại. Lấy bồi đắp nhân cách làm trọng tâm, các hoạt động văn hóa, giáo dục, khoa học được đặt trong mối liên hệ hữu cơ, cùng hướng tới mục tiêu phát triển con người hài hòa về đức - trí - thể - mỹ; giúp mỗi cá nhân nâng cao trí tuệ, tự hoàn thiện nhân cách. Từ tinh thần ấy, Nghị quyết nhấn mạnh yêu cầu văn hóa phải phục vụ con người một cách toàn diện, bao trùm, bảo đảm không một nhóm đối tượng nào bị đứng ngoài đời sống văn hóa.

Với trẻ tự kỷ và các nhóm yếu thế khác, nghệ thuật không dừng lại ở vai trò giải trí hay thưởng thức thẩm mỹ, mà còn là một kênh tiếp cận thế giới hiệu quả và giàu tính nhân văn. Thông qua nghệ thuật, các em có thêm cơ hội nhận thức bản thân, mở rộng cảm xúc và từng bước hình thành nhân cách. Trong những trường hợp ngôn ngữ giao tiếp còn nhiều hạn chế, màu sắc, âm thanh, hình khối hay chuyển động trở thành phương tiện biểu đạt thay thế, giúp các em kết nối với môi trường xung quanh một cách tự nhiên.

Quá trình tham gia các hoạt động như vẽ tranh, nghe nhạc, xem biểu diễn hay thực hành nghệ thuật vừa mang lại niềm vui, vừa góp phần bồi đắp khả năng cảm thụ thẩm mỹ, nhận diện cảm xúc và xây dựng những phản xạ hành vi tích cực. Theo họa sĩ Chu Nhật Quang - người có nhiều năm gắn bó với việc dạy vẽ cho trẻ tự kỷ - nghệ thuật giúp các em giảm dần cảm giác tự ti, thu mình và e ngại trong giao tiếp. Quan trọng hơn, môi trường nghệ thuật tạo điều kiện để trẻ rèn luyện sự tập trung, tính kiên trì, khả năng tuân thủ quy tắc và biểu đạt theo hướng tích cực. Mỗi tác phẩm hoàn thành không chỉ là kết quả của hoạt động sáng tạo, mà còn phản ánh sự tiến bộ trong việc kiểm soát hành vi, cảm xúc và suy nghĩ - những yếu tố cốt lõi của quá trình hoàn thiện nhân cách.

Ở chiều sâu hơn, việc được tiếp cận nghệ thuật giúp các em sớm chạm tới những giá trị chân - thiện - mỹ một cách tự nhiên, không áp đặt. Cái đẹp trong nghệ thuật sẽ nuôi dưỡng cảm quan thẩm mỹ, âm thầm bồi đắp lòng nhân ái, khả năng đồng cảm và sự rung động trước những giá trị tích cực của đời sống. Khi một em nhỏ tự kỷ chăm chú theo dõi một tiết mục xiếc, mỉm cười trước giai điệu âm nhạc hay hòa nhịp theo chuyển động của nghệ sĩ, đó chính là biểu hiện rõ nét của sự kết nối cảm xúc - nền tảng quan trọng để các em từng bước hòa nhập xã hội.

Điều này được thể hiện sinh động trong chương trình *Mừng Đảng, mừng Xuân 2026* do Liên đoàn Xiếc Việt Nam tổ chức, khi khán phòng đón những khán giả đặc biệt là các em nhỏ tự kỷ. Nhiều phụ huynh đã không giấu được xúc động khi chứng kiến con mình tươi vui, chủ động hòa theo âm nhạc và tương tác với các nghệ sĩ. Những khoảnh khắc ấy cho thấy nghệ thuật không chỉ mang lại niềm vui nhất thời, mà còn khơi dậy khả năng cảm thụ, giao tiếp và gắn kết ở trẻ.

Từ hòa nhập đến đồng kiến tạo văn hóa

Giám đốc Liên đoàn Xiếc Việt Nam, NSND Tống Toàn Thắng cho rằng: Dù gặp những hạn chế nhất định về thể chất hoặc tâm lý, nhiều người yếu thế vẫn sở hữu năng lực sáng tạo và niềm đam mê bền bỉ với nghệ thuật. Theo ông, khi được phát hiện, bồi dưỡng và đặt trong môi trường phù hợp, họ hoàn toàn có thể tham gia sáng tạo, biểu diễn và đóng góp những giá trị tích cực cho đời sống nghệ thuật. Việc tạo điều kiện để người yếu thế được tiếp cận, thực hành và cống hiến thể hiện tinh thần nhân văn, trách nhiệm xã hội của các thiết chế văn hóa, đồng thời góp phần mở rộng biên độ sáng tạo, mang đến những góc nhìn mới mẻ, đa dạng, làm giàu thêm đời sống văn hóa cộng đồng.

Thực tế cho thấy, văn hóa chỉ thực sự trở nên sống động và toàn diện khi có sự tham gia của toàn xã hội. Tại không gian Văn Miếu - Quốc Tử Giám, sân chơi kể chuyện *Thánh Gióng* do Think Playgrounds triển khai đã được chuyển hóa từ một điểm nhấn bản sắc thành mô hình văn hóa hòa nhập, nhờ sự tham gia trực tiếp của nhiều nhóm yếu thế như người điếc, người mù, người tổn thương não, người sử dụng xe lăn... Chính họ đã trực tiếp góp ý về độ cao bậc thềm, xích đu thiếu điểm bám, ghế picnic chưa phù hợp, qua đó giúp nhóm thiết kế nhận diện những "khoảng trống" trong không gian công cộng.

Từ những phản hồi ấy, thiết kế được hoàn thiện theo hướng bao trùm hơn, với hệ thống ram dốc, ghế thân thiện với xe lăn, gờ tựa an toàn, chuông gió định hướng dành cho người khiếm thị cùng hệ thống thuyết minh audio. Quá trình đồng kiến tạo cho thấy, văn hóa không phải là sản phẩm được áp đặt từ một phía, mà chỉ trở nên trọn vẹn khi được bồi đắp bằng sự đa dạng và tiếng nói của mọi nhóm trong xã hội.

Có thể thấy, khi người yếu thế trở thành chủ thể tham gia sáng tạo, văn hóa cũng theo đó được mở rộng cả về chiều sâu lẫn biên độ tiếp cận. Việc lắng nghe, trao quyền và đồng hành cùng các nhóm yếu thế vừa giúp các thiết chế văn hóa nhận diện rõ hơn những khuyết thiếu trong tư duy tổ chức không gian và hoạt động, vừa hướng tới mục tiêu kiến tạo những không gian chung bao trùm, công bằng và nhân văn hơn. Ở đó, mỗi đóng góp, dù nhỏ bé, đều trở thành chất liệu quý, góp phần làm giàu đời sống tinh thần xã hội. Trên nền tảng ấy, văn hóa hòa nhập dần hình thành - nơi sự đa dạng được thừa nhận, tôn trọng và chuyển hóa thành những giá trị lâu dài cho cộng đồng. ■

Xuân hội tụ trên những trang sách

Đường sách Tết Bính Ngọ 2026 sẽ diễn ra trong 8 ngày, đồng thời tại ba địa điểm là Trung tâm TP.HCM, Bình Dương và Vũng Tàu, mở ra không gian văn hóa - nghệ thuật gắn với sách và văn hóa đọc trong dịp đầu năm mới.

Với chủ đề Xuân hội tụ - Vững bước vươn mình, lễ hội được tổ chức tại đường Lê Lợi (đoạn Nguyễn Huệ - Quách Thị Trang, phường Sài Gòn và Bến Thành), Công viên Thành phố mới (phường Bình Dương) và Nhà Truyền thống Cách mạng (phường Vũng Tàu). Lễ khai mạc dự kiến diễn ra lúc 17h ngày 15.2 (nhằm ngày 28 tháng Chạp) tại giao lộ Lê Lợi - Nguyễn Huệ.

Điểm nhấn của Đường sách Tết Bính Ngọ là sự kết hợp giữa giá trị truyền thống và hơi thở công nghệ. Khu trải nghiệm sách điện tử, sách nói, trí tuệ nhân tạo, mô hình ATM sách nghĩa tình, không gian đọc mở và thư viện sách nói phục vụ người khiếm thị góp phần mở rộng cách tiếp cận văn hóa đọc cho nhiều nhóm công chúng. Các hoạt động giao lưu tác giả, workshop, cà phê sách - trà sách được tổ chức xuyên suốt, tạo nên nhịp sinh hoạt văn hóa sôi động.

Tại Bình Dương và Vũng Tàu, lễ hội tiếp tục được mở rộng với sự kết hợp giữa hội sách và các hoạt động văn hóa - lịch sử địa phương, hướng tới tăng tính lan tỏa, kết nối cộng đồng và đưa văn hóa đọc đến gần hơn với người dân trong dịp Tết.

So với các năm trước, Đường sách Tết 2026 ghi dấu ấn bằng việc mở rộng không gian tổ chức, tăng cường tính liên kết vùng và kết nối cộng đồng, đồng thời thể hiện rõ định hướng dung hòa giữa tinh thần sách Tết truyền thống và xu hướng đọc hiện đại - để văn hóa đọc thực sự trở thành điểm hẹn văn hóa đầu xuân.

T.TRANG

Số 4302 ● Ra ngày 26.1.2026

KOLs xứ Huế

● SƠN THÙY

Giữa dòng chảy sôi động của truyền thông số hôm nay, Huế vẫn hiện lên chậm rãi, trầm mặc mà cuốn hút qua các di sản nghìn năm, lễ hội bốn mùa và qua cả lăng kính sáng tạo của những người trẻ sinh ra và lớn lên trên mảnh đất Cố đô...



Các bạn trẻ quảng bá Làng nghề hoa giấy Thanh Tiên nổi tiếng xứ Huế — Ảnh: ĐÌNH HOÀNG

Từ những thước phim giản dị, giọng kể đậm chất miền Trung đến những khuôn hình nhiếp ảnh giàu cảm xúc, các KOLs xứ Huế đang góp phần gìn giữ, kể lại và lan tỏa bản sắc văn hóa - xã hội vùng miền, để Huế không chỉ được nhìn ngắm, mà còn được cảm, được yêu và được nhớ theo cách rất riêng.

Lan tỏa hình ảnh Huế trên không gian mạng

Nhiều bạn trẻ theo dõi mạng xã hội có lẽ không xa lạ với tài khoản Facebook Hoàng Trinh Phan (tên thật là Phan Thị Hoàng Trinh), cô gái Huế sinh năm 1995, thường xuất hiện trong những video giới thiệu về các điểm di tích, những điểm đến du lịch của vùng đất Cố đô. Sau thời gian làm việc ở các vùng miền, Hoàng Trinh cảm giác nhớ "mùi vị" của quê nhà rồi trở về Huế. Trinh kể rằng, từ nhỏ đã yêu thích môn Lịch sử, Địa lý và đam mê tìm hiểu những giá trị văn hóa. Cùng với mong muốn sẽ có thêm một nơi lan toả nhiều cảnh đẹp, đồ ăn ngon và những câu chuyện hay về Huế, bạn quyết định xây dựng nội dung và làm những video để chia sẻ trên chính tài khoản mạng xã hội của mình.

Sau một thời gian sáng tạo nội dung số, bén duyên với lĩnh vực du lịch, Hoàng Trinh quyết định theo học lớp Hướng dẫn viên ở Trường Cao đẳng Du lịch Huế (thuộc Bộ VHTTDL). Để đảm bảo không bị ảnh hưởng khi vừa đi làm, vừa đi học, cô gái trẻ thường xây dựng kế hoạch thực hiện video trước một tuần. Ban đầu học chụp ảnh, quay phim và tự mình làm tất cả; thời gian sau này, Trinh được bạn bè hỗ trợ nên thước phim cũng chỉn chu hơn. "Em nghĩ cứ bắt đầu làm từ những gì mình đang có, làm từ những gì mình biết, mình hiểu và không ngừng học hỏi, cố gắng, nỗ lực cho tốt hơn. Đừng sợ xấu, đừng sợ chưa đủ giỏi, cứ từ tốn và tích cực...", Hoàng Trinh chia sẻ về kinh nghiệm cá nhân.

Mới đây, những video về chùa Thiên Mụ, câu chuyện của Nam Phương Hoàng hậu, chuyện về Vua Tự Đức, Hoàng Thái hậu Từ Dụ, tại sao có tên Huế, tại sao gọi Huế là vùng đất tâm linh… trên Facebook Hoàng Trinh Phan đã thu hút sự quan tâm và chia sẻ của nhiều người. Ngoài ra, Trinh còn là "cô chủ nhỏ" tại cơ sở Kinh Đô Cổ Phục, nơi ghi lại và lan tỏa những dấu ấn về Huế, đặc biệt là Áo dài, áo Nhật bình…

Khác với Phan Thị Hoàng Trinh, chàng trai 9x Lê Đình Hoàng đã đam mê với nhiếp ảnh từ khi còn ở giảng đường đại học. Sau khi tốt nghiệp, Hoàng có cơ hội rong ruổi nhiều nơi, ghi lại nhiều hình ảnh đẹp; nhưng với anh, quê hương xứ Huế là nơi mang lại nhiều cảm xúc trong từng khoảnh khắc bấm máy. Hoàng được nhiều bạn trẻ gọi là "idol" với sự quý mến, ngưỡng mộ, yêu thích những bức ảnh với góc nhìn đầy tâm huyết và tình cảm của anh.

Những năm qua, hàng nghìn bức ảnh về cảnh quan thiên nhiên, du lịch, văn hóa, di sản Huế cho đến khoảnh khắc về cuộc sống bình dị ở làng quê đã được chàng trai 9x quảng bá trên mạng xã hội, thu hút nhiều người xem và yêu thích. Bức tranh du lịch Huế vì thế cũng được lan tỏa nhiều hơn.

Chia sẻ với *Văn Hóa*, Lê Đình Hoàng bày tỏ: "Với một người cầm máy, tôi mong muốn quảng bá Huế không chỉ bằng hình ảnh đẹp mà còn bằng cảm xúc thật. Tôi muốn kể câu chuyện về Huế qua từng khung hình - từ những di sản cổ kính, dòng sông Hương yên bình, cho đến nét đời thường rất đỗi thân thương của con người Huế. Tôi hy vọng những hình ảnh đó sẽ truyền cảm hứng cho du khách trong và ngoài nước, để họ không chỉ muốn đến Huế tham quan, mà còn muốn chậm lại, cảm nhận và gắn bó với mảnh đất này bằng những cảm xúc thật sự".

Trong 3 năm (từ 2022-2025), Hoàng liên tục đón nhận nhiều giải thưởng về nhiếp ảnh của Huế và toàn quốc, như: Giải nhì Cuộc thi và triển lãm ảnh nghệ thuật Việt Nam 2024 của Bộ VHTTDL với tác phẩm *Tái hiện nghi thức đổi gác ở Ngọ Môn*; Giải thưởng đồng hạng tác phẩm xuất sắc nhất tại Festival Nhiếp ảnh quốc tế Việt Nam lần 3 Huế 2025 cho tác phẩm *Sông Hương ngày hội điện Huệ Nam*...

Không riêng Lê Đình Hoàng, Phan Thị Hoàng Trinh, còn nhiều bạn trẻ Huế như Hồ Mỹ Liên Hanh, Thiện Phương, Nguyễn Thị Ngọc Trân… cũng tích cực sáng tạo nội dung số trên mạng xã hội, lan tỏa và đưa hình ảnh văn hóa - du lịch của vùng đất Cố đô đến khắp nơi.

Khai thác "chìa khóa vàng"

Trong 2 năm trở lại đây, Sở Du lịch TP Huế đã nhiều lần tổ chức các đoàn khảo sát, trải nghiệm du lịch với khách mời là KOLs, KOCs ở trong nước và quốc tế. Các đoàn đã khảo sát những điểm đến di sản nổi tiếng tại Huế, trải nghiệm các sản phẩm du lịch, văn hóa, thưởng thức ẩm thực… Qua đó có những đánh giá, chia sẻ cá nhân chân thật, góp phần quảng bá du lịch Huế đến với bạn bè thị trường quốc tế giàu tiềm năng.

Bà Trần Thị Hoài Trâm, Giám đốc Sở Du lịch TP Huế chia sẻ, đã qua rồi thời "hữu xạ tự nhiên hương", trong bối cảnh cạnh tranh du lịch ngày càng mạnh mẽ, quảng bá điểm đến đóng vai trò quan trọng không kém việc xây dựng sản phẩm, dịch vụ. Bên cạnh truyền thông truyền thống, việc hợp tác với các KOLs, KOCs, travel blogger trên nền tảng số trở thành xu hướng hiệu quả. Với sức ảnh hưởng lớn, họ là cầu nối giúp lan tỏa hình ảnh điểm đến nhanh chóng, tạo sự tin cậy và định hình xu hướng du lịch.

Các nội dung do KOLs/KOCs tạo ra như video, bài viết, hình ảnh về trải nghiệm tại Huế được xem là sản phẩm của công nghiệp văn hóa. Chúng giúp di sản, làng nghề, ẩm thực địa phương trở thành nội dung số có giá trị, dễ tiếp cận hơn với du khách. "Thông qua việc tôn vinh văn hóa bản địa, họ đã góp phần củng cố hình ảnh Huế như Kinh đô Ẩm thực, Kinh đô Áo dài, Thành phố Festival... Đây là nền tảng quan trọng để thu hút đầu tư, thúc đẩy phát triển mạnh mẽ các ngành công nghiệp văn hóa của địa phương trong thời gian tới", Giám đốc Sở Du lịch TP Huế nhận định.

Theo Lãnh đạo Sở Du lịch TP Huế, ngoài việc định hướng và giải pháp trong việc tận dụng vai trò của những KOLs, KOCs để quảng bá du lịch Huế, thì nhiều bạn trẻ xứ Huế có nhiều người theo dõi trên mạng xã hội cũng sẽ là "chìa khóa vàng" trong chiến lược truyền thông cần được khai thác. Trong đó, ngành Du lịch sẽ gợi ý các chủ đề review theo từng mùa, phù hợp với tình hình thực tế để mang lại trải nghiệm sinh động; hỗ trợ và khuyến khích các KOLs, các bạn trẻ sáng tạo nội dung; định hướng nội dung quảng bá để các KOLs/KOCs vừa tuân thủ các chuẩn mực pháp lý và có trách nhiệm xã hội khi tạo nội dung, đảm bảo tính xác thực và đạo đức trong quảng bá.

TS Phan Thanh Hải, Giám đốc Sở VHTT TP Huế cho rằng, ngành Văn hóa xác định cộng đồng và thế hệ trẻ là chủ thể của bảo tồn và sáng tạo. "Chúng tôi khuyến khích các bạn trẻ ứng dụng công nghệ, làm phim ngắn, vlog, podcast, thiết kế 3D… để quảng bá Huế ra thế giới. Di sản không chỉ sống trong không gian thực mà còn lan tỏa trong không gian mạng toàn cầu", TS Phan Thanh Hải nhấn mạnh. ■

Nhiều hoạt động đặc sắc tại Lễ hội Lim Xuân Bính Ngọ 2026

UBND xã Tiên Du vừa ban hành Kế hoạch số 01/KH-BCĐ về việc quản lý, tổ chức Lễ hội Lim Xuân Bính Ngọ năm 2026 - một trong những lễ hội tiêu biểu của vùng Kinh Bắc, giàu giá trị văn hóa - xã hội và sức lan tỏa cộng đồng.

Theo kế hoạch, Lễ hội Lim Xuân Bính Ngọ sẽ diễn ra trong hai ngày, từ 28.2 đến 1.3.2026 (tức ngày 12 và 13 tháng Giêng năm Bính Ngọ), tại các thôn thuộc tổng Nội Duệ xưa, nay là xã Tiên Du, gồm 7 thôn: Duệ Đông, Duệ Nam, Duệ Khánh, Đình Cả, Lũng Giang, Lũng Sơn và Lộ Bao. Trung tâm lễ hội đặt tại núi Hồng Vân (núi Lim).

Phần lễ được tổ chức trang nghiêm với các nghi thức truyền thống như dâng hương khai hội tại chùa Hồng Ân; tế lễ tại lăng Tướng công Nguyễn Đình Diễn; rước sắc, dâng hương, tế lễ tại các đình, đền, chùa trong vùng lễ hội. Điểm nhấn đặc biệt là Lễ đón Bằng công nhận Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia đối với Lễ hội Lim, tổ chức tại sân khấu trung tâm đồi Lim.

Phần hội diễn ra sôi nổi với các hoạt động hát Quan họ đối đáp, giao lưu tại 6 lán trại Quan họ, trên thuyền, thủy đình, cửa chùa, nhà nghệ nhân và sân khấu trung tâm. Cùng với đó là các trò chơi dân gian, giải vật dân tộc cấp tỉnh, hoạt động văn hóa - ẩm thực và chương trình nghệ thuật phục vụ nhân dân, du khách.

UBND xã Tiên Du đã chủ động xây dựng phương án tổ chức đồng bộ, chú trọng công tác tuyên truyền, bảo đảm an ninh trật tự, an toàn giao thông, vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm, góp phần tổ chức Lễ hội Lim Xuân Bính Ngọ 2026 trang trọng, an toàn, giàu bản sắc và lan tỏa giá trị văn hóa truyền thống.

N.TÙNG

Bảo vệ tài chính gia đình trước bẫy lừa đảo dịp Tết

● **NGUYỄN MINH**

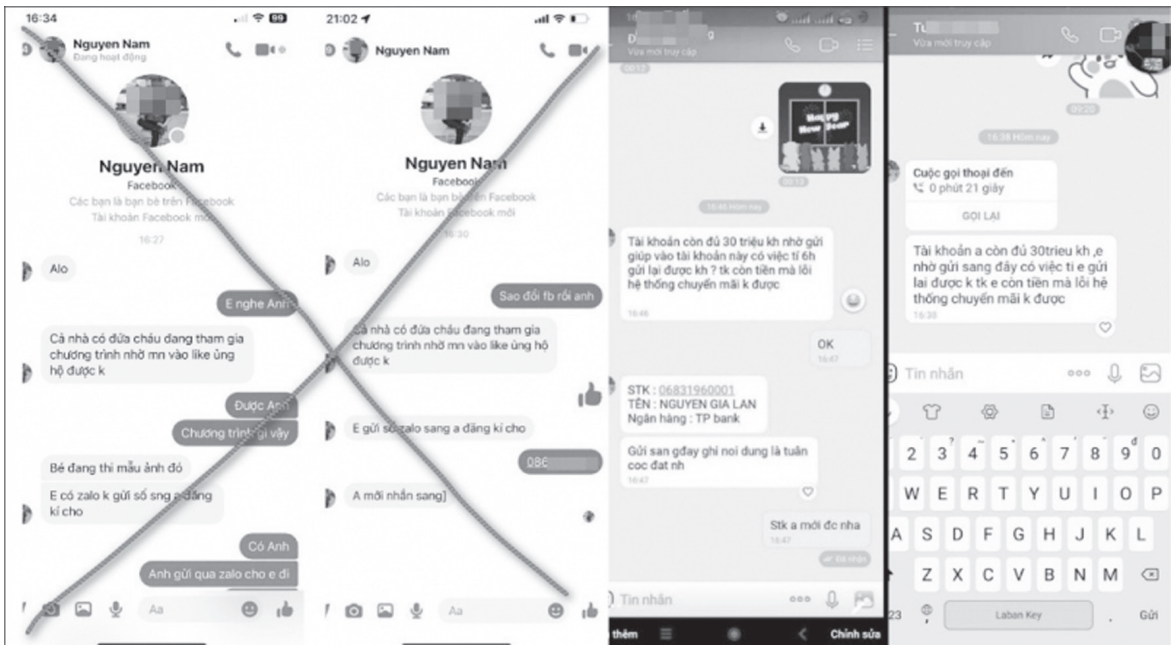
Những ngày giáp Tết, khi nhà nhà tất bật chuẩn bị mua sắm và lo toan chi tiêu, cũng là lúc các chiêu trò lừa đảo trực tuyến len lỏi vào đời sống thường nhật. Chỉ một phút mất cảnh giác, số tiền tích cóp dành dụm cả năm trời đã có thể "không cánh mà bay". Cảnh giác trong từng giao dịch, mỗi cú nhấp chuột - vì thế, vừa là kỹ năng cá nhân, vừa là trách nhiệm chung để giữ gìn sự an tâm, ấm áp và trọn vẹn cho mỗi gia đình khi Tết đến, Xuân về.

Những kịch bản lừa đảo tinh vi

Mới đây, anh M.T.A (Đồng Nai) đã đăng tải trên trang Facebook cá nhân câu chuyện cảnh báo về một kịch bản lừa đảo trực tuyến với chiêu trò yêu cầu tải ứng dụng thuế thu nhập cá nhân. Theo anh M.T.A, trước đó anh vừa nhận được một đơn hàng với giá trị thanh toán lên tới 500 triệu đồng. Ngày hôm sau, anh bất ngờ nhận cuộc gọi từ một người tự xưng là cán bộ Cục Thuế, thông báo anh phải nộp thuế thu nhập cá nhân, nếu không sẽ bị xử lý về hành vi trốn thuế và chịu mức phạt rất cao.

Người này cho biết, sẽ có cán bộ chuyên trách hướng dẫn anh nộp thuế trực tuyến và theo dõi quá trình nộp, xử phạt. Ngay sau đó, một đối tượng khác gọi điện hướng dẫn anh tải ứng dụng thuế thu nhập cá nhân. Do liên tục bị hối thúc, anh M.T.A trong tâm lý hoang mang đã làm theo các bước đối tượng hướng dẫn, từ kết bạn Zalo, trao đổi qua video đến thao tác trên điện thoại. Chỉ đến khi hoàn tất các bước, anh mới nhận được tin nhắn báo tài khoản bị trừ 495 triệu đồng. Lúc này, anh mới sực tỉnh biết mình bị lừa thì mọi việc đã quá muộn.

Một kịch bản khác cũng được nhiều người dân cảnh báo là chiêu trò "đi thuê nhà" cho sếp hoặc người thân đang ở nước ngoài. Chị Minh Trang (Hà Nội) cho biết, chị đăng tin cho thuê nhà trên mạng xã hội và nhận được nhiều lượt hỏi, song chưa có ai thuê. Đáng chú ý, có một người nhắn tin tự nhận là nhân viên đi thuê nhà cho sếp đang làm việc tại Đài Loan (Trung Quốc), dự kiến 10 ngày nữa về nước nên muốn thuê nhà trước. Qua trao đổi, người này yêu cầu chị Trang cung cấp căn cước công dân, số điện thoại, thậm chí cả sổ đỏ để "xác minh". Nhận thấy dấu hiệu bất thường, chị Trang từ chối và đăng tải câu chuyện lên mạng xã hội để cảnh báo cộng đồng.



Nội dung trao đổi qua Zalo giữa đối tượng lừa đảo và người bị hại

Dưới bài viết, nhiều người cho biết cũng từng gặp các tình huống tương tự với kịch bản sếp ở Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc hoặc người thân đi xuất khẩu lao động sắp về quê ăn Tết. Một số người cả tin, nhận tiền cọc nhưng không thấy tiền về tài khoản ngân hàng, sau đó bị các đối tượng thao túng tâm lý, hướng dẫn thực hiện các thao tác khác và cuối cùng bị rút sạch tiền trong tài khoản, từ vài triệu đến hàng chục, thậm chí hàng trăm triệu đồng.

Ngoài ra, người bán hàng cũng cần đặc biệt cảnh giác với thủ đoạn giả làm khách hàng ở nước ngoài nhắn tin mua hàng. Bà Phạm Thị Nhi (Phú Thọ) chia sẻ câu chuyện suýt trở thành nạn nhân của lừa đảo: Khi rao bán bưởi trên mạng, bà Nhi nhận được tin nhắn từ một khách nữ hỏi mua mấy bao tải làm quà cho bố mẹ, họ hàng. Người này tự giới thiệu là lao động xuất khẩu tại Hàn Quốc và sẽ chuyển khoản thanh toán.

Khi khách hỏi số điện thoại, bà Nhi ban đầu chỉ cung cấp số của shipper và chồng, nhưng khách vẫn gặng hỏi số của bà. Sau đó, khách thông báo đã chuyển 700.000 đồng, song khi kiểm tra tài khoản, bà Nhi không thấy tiền vào, chỉ nhận được tin nhắn có nội dung giống thông báo của ngân hàng. Vị khách giải thích rằng tiền gửi từ ngân hàng nước ngoài nên chưa vào ngay, đồng thời hối thúc bà kết bạn Zalo với "nhân viên ngân hàng" để được hướng dẫn nhận tiền.

Do liên tục bị thúc giục với lý do sắp đến giờ làm việc, không thể liên lạc thêm, bà Nhi bắt đầu nghi ngờ. Khi vào trang cá nhân của vị khách, bà nhận thấy nhiều hình ảnh đi du lịch ở những nơi sang trọng, có vài chục lượt "like" nhưng không có bình luận. Nghi có dấu hiệu lừa đảo, bà lập tức tắt máy điện thoại. Bình tĩnh trở lại, bà Nhi chia sẻ câu chuyện lên mạng xã hội. Trong phần bình luận, nhiều người bán hàng cho biết đã từng bị lừa với kịch bản tương tự, đặc biệt là các tin nhắn "từ ngân hàng nước ngoài" với nội dung pha trộn tiếng Anh và tiếng Việt, khiến không ít người mất cảnh giác làm theo hướng dẫn của các đối tượng giả mạo và toàn bộ số tiền trong tài khoản đã không cánh mà bay.

Nhận diện thủ đoạn lừa đảo trực tuyến

Trong quá trình trao đổi qua video trên Zalo, các đối tượng lừa đảo đã lợi dụng để thu thập hình ảnh khuôn mặt của nạn nhân, phục vụ cho việc xác thực sinh trắc học khi chuyển tiền từ tài khoản của nạn nhân sang tài khoản của chúng. Thậm chí, có trường hợp đối tượng cố tình chuyển tiền thật với số tiền lớn hơn giá trị thanh toán, sau đó gửi mã QR yêu cầu người bán chuyển khoản hoàn lại phần chênh lệch. Tuy nhiên, đây thực chất là mã QR chứa đường link cài mã độc, nhằm chiếm quyền sử dụng điện thoại, kiểm soát tài khoản ngân hàng và nhanh chóng thực hiện các thao tác rút trộm tiền.

Càng về thời điểm cận Tết, các đối tượng lừa đảo trực tuyến càng nghĩ ra nhiều kịch bản tinh vi, đánh trúng tâm lý người dân đang có nhu cầu mua bán, giao dịch lớn và bận rộn, dễ mất cảnh giác. Dù thủ đoạn có biến hóa đa dạng, điểm chung vẫn là hành vi thao túng tâm lý, sau đó dẫn dắt nạn nhân thực hiện các thao tác như quét mã QR, trò chuyện qua video, tải ứng dụng lạ… Vì vậy, khi gặp các đối tượng không quen biết đề nghị thực hiện những yêu cầu trên, người dân cần nhanh chóng nhận diện dấu hiệu lừa đảo và kiên quyết từ chối.

Theo kết quả khảo sát của Hiệp hội An ninh mạng Quốc gia (NCA), số nạn nhân bị lừa đảo trực tuyến trong năm 2025 đã giảm rõ rệt so với năm 2024. Cụ thể, trong khoảng 555 người tham gia khảo sát, có 1 người cho biết từng là nạn nhân của lừa đảo, tương đương tỷ lệ 0,18%; trong khi năm 2024, tỷ lệ này là 0,45%, với khoảng 220 người thì có 1 người bị lừa đảo. Đây là lần đầu tiên số nạn nhân lừa đảo trực tuyến ghi nhận xu hướng giảm sau nhiều năm. Tuy nhiên, các chuyên gia vẫn khuyến cáo người dùng không nên chủ quan, bởi các hình thức tấn công mạng liên tục biến đổi và ngày càng tinh vi, khó lường.

Một thực trạng đáng lo ngại khác là thói quen trình báo khi gặp lừa đảo của người dân vẫn chưa được cải thiện. Chỉ có 32,12% nạn nhân được khảo sát cho biết đã báo cáo với cơ quan chức năng; trong khi phần lớn còn lại chỉ dừng ở việc cảnh báo người thân, bạn bè, thậm chí có tới 12,03% chấp nhận mất tiền mà không có động thái tiếp theo. Theo các chuyên gia, việc không trình báo là rào cản lớn trong công tác phòng, chống lừa đảo, khiến cơ quan chức năng thiếu dữ liệu để điều tra, xử lý và cảnh báo sớm cho cộng đồng. Vì vậy, bên cạnh việc chia sẻ, cảnh báo trong gia đình và xã hội, nạn nhân cần chủ động trình báo với cơ quan công an và các cơ quan chức năng để kịp thời xử lý vụ việc. ■

Đẩy mạnh truyền thông phòng ngừa để bảo vệ quyền trẻ em

Trong hành trình bảo vệ quyền trẻ em, báo chí giữ vai trò quan trọng trong việc phản ánh sự thật, lan tỏa những giá trị nhân văn và kịp thời lên tiếng trước các vấn đề liên quan đến trẻ em. Nhằm tăng cường hiệu quả truyền thông về bảo vệ, chăm sóc và giáo dục trẻ em, Hội Bảo vệ quyền trẻ em Việt Nam vừa tổ chức buổi gặp gỡ, giao lưu với CLB các nhà báo bảo vệ quyền trẻ em tại Hà Nội. Tại đây, các đại biểu đã chia sẻ kinh nghiệm tác nghiệp, thảo luận những thách thức trong truyền thông về trẻ em, đặc biệt là yêu cầu bảo đảm quyền riêng tư và lợi ích tốt nhất của trẻ trong các vụ việc nhạy cảm.

Phát biểu tại chương trình, ông Đặng Hoa Nam, Phó Chủ tịch Hội Bảo vệ quyền trẻ em Việt Nam nhấn mạnh vai trò của truyền thông phòng ngừa với cách làm đa dạng, sáng tạo và linh hoạt, gắn với ứng dụng công nghệ số. Các mô hình như phiên tòa giả định, tọa đàm, diễn đàn trẻ em hay các chương trình truyền hình, báo chí hướng dẫn kỹ năng cho trẻ em và gia đình được xem là giải pháp thiết thực để nâng cao nhận thức và phòng ngừa rủi ro từ sớm.

Bên cạnh đó, Hội chú trọng lồng ghép truyền thông bảo vệ quyền trẻ em với các phong trào thi đua, chương trình hành động lớn của Đảng, Mặt trận Tổ quốc và xã hội; đồng thời đẩy mạnh truyền thông tới các nhóm đối tượng trọng tâm là cha mẹ, trẻ em, giáo viên và cán bộ cơ sở thông qua các chương trình về kỷ luật tích cực, kỹ năng làm cha mẹ.

Năm 2025, Hội đã tích cực tham gia góp ý nhiều văn bản pháp luật, tổ chức tham vấn ý kiến trẻ em, hỗ trợ xử lý các trường hợp cần trợ giúp và huy động nguồn lực xã hội đáng kể cho trẻ em trên cả nước. Những kết quả này cho thấy, khi truyền thông phòng ngừa được triển khai bài bản, đồng bộ, quyền trẻ em sẽ được bảo vệ tốt hơn, bền vững hơn, từ gia đình đến cộng đồng.

T.LAM

ĐỘI TUYỂN FUTSAL NAM:

Chờ màn trình diễn thuyết phục

● VĨNH HY

Đội tuyển Futsal Việt Nam sẽ bắt đầu hành trình tại VCK Giải Futsal vô địch châu Á 2026 (diễn ra ở Jakarta, Indonesia) bằng trận ra quân tại bảng B với đội tuyển Futsal Kuwait vào chiều mai 27.1. Sau khi thi đấu không thành công tại SEA Games 33, thầy trò HLV Diego Giustozzi được kỳ vọng sẽ có màn trình diễn thuyết phục hơn tại đấu trường châu Á để lấy lại niềm tin nơi người hâm mộ, đồng thời khẳng định vị thế của Futsal nước nhà tại sân chơi châu lục.



Đội tuyển Việt Nam được kỳ vọng sẽ thể hiện tốt tại VCK Futsal châu Á 2026

Từ sân chơi khu vực đến đấu trường châu lục

SEA Games 33 với đội tuyển Futsal Việt Nam là sự nuối tiếc, khi kết quả không phản ánh đúng kỳ vọng dành cho một đội tuyển từng nhiều lần khẳng định vị thế hàng đầu Đông Nam Á, từng góp mặt ở sân chơi World Cup. Lối chơi thiếu sự bùng nổ, những thời điểm mất tập trung và bản lĩnh chưa đủ sắc bén trước các đối thủ trực tiếp, đã khiến Futsal Việt Nam "hụt hơi" trong cuộc đua giành huy chương.

HLV Diego Giustozzi khẳng định, SEA Games 33 mang đến cho ông cái nhìn xác thực hơn về năng lực thực sự của đội tuyển Việt Nam. Nhà cầm quân người Argentina cho biết: "Qua kỳ SEA Games này, tôi nhận ra đây mới chính là bộ mặt thực sự của đội tuyển. Chúng ta đủ khả năng cạnh tranh sòng phẳng với các đội bóng mạnh, thậm chí đánh bại Indonesia - đội tuyển hàng đầu khu vực. Nếu chơi với sự tập trung cao độ và đạt 100% phong độ, chúng ta hoàn toàn có thể chiến thắng bất kỳ đối thủ nào". Sau SEA Games 33, áp lực dành cho HLV Diego Giustozzi là có thật, nhưng đó cũng là động lực để nhà cầm quân từng vô địch World Cup chứng minh giá trị. VCK Futsal châu Á 2026 vì thế trở thành sân khấu để ông tái khởi động niềm tin, không bằng lời nói, mà bằng lối chơi và kết quả.

So với sân chơi khu vực, Futsal châu Á là câu chuyện khác với nhiều đội sở hữu nền tảng thể lực, kỹ chiến thuật và chiều sâu lực lượng vượt trội. Muốn đứng vững, đội tuyển Việt Nam không thể chỉ dựa vào tinh thần hay sự khéo léo, mà cần một cấu trúc chiến thuật rõ ràng, kỷ luật và khả năng thích nghi nhanh. Điểm tích cực là đội tuyển đang sở hữu một thế hệ cầu thủ giàu kinh nghiệm thi đấu quốc tế, xen lẫn những gương mặt trẻ giàu khát vọng. Nếu được đặt đúng vai trò, vận hành đúng ý đồ, tập thể này đủ khả năng tạo ra bất ngờ. Quan trọng hơn, tinh thần vượt khó - từng là "đặc sản" của Futsal Việt Nam cần được đánh thức đúng lúc, đúng chỗ.

Từ sân chơi khu vực đến châu lục là bước chuyển lớn và đầy thách thức. Nhưng cũng chính ở thử thách ấy, đội tuyển Việt Nam có cơ hội tìm lại chính mình, tái khẳng định vị thế và mở ra một chương mới, nơi niềm tin được xây dựng bằng hành động và khát vọng được nuôi dưỡng bằng những trận cầu quả cảm.

Hành trang từ sự chuẩn bị

Để chuẩn bị cho giải châu Á, đội tuyển Việt Nam đã có được lực lượng mạnh nhất với 14 cầu thủ trải qua các trận đấu cọ xát quan trọng ở đợt tập trung tại TP.HCM. Trong đó, đội có 2 trận với đội tuyển Futsal Afghanistan để rà soát lực lượng, hoàn thiện lối chơi và nâng cao bản lĩnh thi đấu. Dù toàn thua trước Afghanistan, nhưng HLV Diego Giustozzi xem đây là "phép thử" cần thiết để đội có sự chuẩn bị tốt hơn cho giải đấu ở Indonesia. "Hai trận đấu với Afghanistan đã cho chúng tôi thấy những điểm cần cải thiện và khả năng của đội tuyển. Tôi không hề nghi ngờ về trình độ kỹ thuật của các cầu thủ, nhưng chúng ta không thể chỉ thi đấu bằng kỹ thuật, chúng ta cần phải quyết liệt hơn, kinh nghiệm hơn và hiểu rõ từng tình huống hơn. Afghanistan đã tham dự kỳ World Cup mới đây, vì vậy đây chính là trình độ cần thiết để vươn tới World Cup. Tôi hài lòng vì sau những trận đấu này, chúng tôi có thể xác định rõ mục tiêu và biết mình cần cải thiện điều gì".

Nhà cầm quân người Argentina nhấn mạnh, hai trận giao hữu với Afghanistan vừa qua mang ý nghĩa định hướng rất quan trọng cho giải châu Á. "Khi đối đầu với các đội bóng Đông Nam Á như Indonesia, Thái Lan, Malaysia hay Myanmar, trình độ thể chất và kỹ thuật phần nào tương đương. Nhưng khi gặp các đối thủ khác ở châu Á với nền tảng thể lực và chất lượng chơi bóng khác biệt, chúng ta cần phải nâng tầm. Hai trận đấu với Afghanistan giúp tôi hiểu rõ hơn cách làm việc trong những ngày tới để chuẩn bị cho các trận gặp những đối thủ ở đẳng cấp đó", HLV Diego Giustozzi bày tỏ.

Tại VCK Futsal châu Á 2026, đội tuyển Việt Nam (hạng 20 thế giới) nằm ở bảng B, lần lượt gặp Kuwait (40 TG) vào ngày mai 27.1, Lebanon (54 TG) ngày 29.1 và Thái Lan (11 TG) ngày 31.1. Theo đánh giá của giới chuyên môn, đây là bảng đấu vừa sức với thầy trò HLV Diego Giustozzi trong việc giành một trong hai vị trí dẫn đầu để vào tứ kết. Thành tích tốt nhất của đội tuyển Việt Nam tại đấu trường châu lục là lọt vào bán kết năm 2016, qua đó lần đầu tiên trong lịch sử giành quyền tham dự FIFA Futsal World Cup. Với lực lượng hiện tại cùng việc rơi vào bảng đấu và nhánh đấu khá thuận lợi, cơ hội để Thái Huy cùng các đồng đội tái lặp thành tích cách đây 10 năm là hoàn toàn có cơ sở. ■

Niềm tự hào của bơi Người khuyết tật

Hơn 10 năm gắn bó với thể thao, kình ngư Vi Thị Hằng sở hữu bộ huy chương đồ sộ với trên 50 HCV tại các giải đấu trong nước và quốc tế. Cô cũng đang là một trong những VĐV thi đấu thành công nhất của Đoàn Thể thao Người khuyết tật Việt Nam tại Đại hội Thể thao người khuyết tật Đông Nam Á (ASEAN Para Games) lần thứ 13 ở Nakhon Ratchasima (Thái Lan).

Vi Thị Hằng sinh năm 1990 ở Thanh Hóa. Khi mới 3 tháng tuổi, cô bị sốt bại liệt khiến đôi chân không lành lặn như người bình thường. Thế nhưng với ý chí, nghị lực vươn lên, Vi Thị Hằng đã trở thành VĐV hàng đầu của bơi Người khuyết tật Việt Nam trong hơn 1 thập kỷ qua. Từ khi trở thành VĐV của đội tuyển quốc gia vào năm 2017, Vi Thị Hằng đã vinh dự được góp mặt ở 5 kỳ ASEAN Para Games, 2 kỳ ASIAN Para Games và nhiều giải đấu quốc tế. Tính trước ASEAN Para Games 13, kình ngư 35 tuổi đã giành được gần 70 huy chương các loại, trong đó có trên 50 HCV, hơn 10 HCB và 3 HCĐ ở các giải trong nước và quốc tế.

Kình ngư quê Thanh Hóa cũng đã 2 lần vinh dự được tặng Huân chương Lao động hạng Ba, cùng Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, Bộ trưởng Bộ VHTTDL. Vi Thị Hằng cũng có lần đầu tiên trong sự nghiệp chiến thắng tại Cuộc bầu chọn "VĐV người khuyết tật tiêu biểu năm 2025". Tại ASEAN Para Games 13, Vi Thị Hằng đã có khởi đầu tốt khi giành 3 HCV, trong đó 2 lần phá kỷ lục Đại hội ở nội dung 100m ngửa nữ hạng thương tật SB6-7 và 50m ngửa nữ hạng thương tật S7.



Vi Thị Hằng (giữa) không những là VĐV xuất sắc mà còn là tấm gương của ý chí và nghị lực
Ảnh: THÁI DƯƠNG

Để có được thành quả đó, ngoài sự khổ luyện, "tinh thần tự hào dân tộc" chính là động lực to lớn, tiếp thêm sức mạnh và ý chí để Vi Thị Hằng vượt qua chính mình, thi đấu mang vinh quang về cho Tổ quốc. "Khi khoác lên mình chiếc áo đội tuyển, đại diện cho quốc gia thi đấu các giải quốc tế, tôi cũng như bất cứ VĐV nào đều có chung cảm nhận, đó là vinh dự mà cũng là trách nhiệm lớn lao. Ý thức được điều đó, nên mỗi khi được góp mặt trong đội hình thi đấu giải quốc tế, bản thân tôi đều không ngừng nỗ lực và có sự chuẩn bị tốt nhất về chuyên môn, thi đấu với tinh thần thể thao cao thượng, tuân thủ các quy định của Ban tổ chức nước chủ nhà", Vi Thị Hằng bày tỏ.

Con đường đến với đỉnh cao của Vi Thị Hằng chưa bao giờ trải hoa hồng. Mang trong mình khiếm khuyết về thể chất, Vi Thị Hằng sớm phải học cách chấp nhận, đối diện và vượt qua chính bản thân mình. Vi Thị Hằng xứng đáng là tấm gương sáng cho thế hệ trẻ noi theo. Câu chuyện của cô truyền đi thông điệp mạnh mẽ về nghị lực sống, về niềm tin vào bản thân và ý nghĩa của việc cống hiến.

BẢO ANH

Số 4302 ● Ra ngày 26.1.2026

Hành trình khẳng định bản lĩnh của U23 Việt Nam

● **KHẢI HƯNG**

Khép lại VCK U23 châu Á 2026 với tấm HCĐ, U23 Việt Nam không chỉ có thêm một cột mốc đáng nhớ trong lịch sử bóng đá, mà còn để lại cảm giác rất khác đó là sự điềm tĩnh của một đội bóng biết mình đang ở đâu và cần làm gì để chiến thắng. Thường Châu 2018 từng là câu chuyện của cảm hứng, của những ngày tuyết trắng và niềm tin bùng nổ. Saudi Arabia 2026 là câu chuyện của năng lực, là một tập thể có cấu trúc, có hiệu suất, có ngôi sao biết tỏa sáng đúng lúc và có bản lĩnh để đứng dậy sau cú ngã.

Giành ngôi nhất bảng bằng cách quản trị trận đấu

Tấm HCĐ lần này vì thế giống một bản báo cáo chuyên môn được viết bằng 90 phút, 120 phút và cả những loạt luân lưu. U23 Việt Nam ghi 10 bàn, cao thứ hai toàn giải; chơi theo cách không cần phô trương nhưng biết ra đòn; đi qua những trận đấu áp lực cao với thần kinh vững vàng; và đặc biệt, chứng minh rằng "đi xa" không còn là cuộc phiêu lưu dựa vào khoảnh khắc, mà là kết quả của một hệ thống đã vận hành hiệu quả.

U23 Việt Nam khởi đầu trong dáng dấp của đội bóng lớn. Ba trận vòng bảng, chín điểm tuyệt đối, ngôi đầu bảng A. Điểm đáng nói không chỉ nằm ở kết quả, mà nằm ở tâm thế. U23 Việt Nam không thắng theo kiểu "bùng lên rồi hụt hơi", càng không thắng bằng việc chạy theo nhịp trận đấu của đối thủ. Thầy trò HLV Kim Sang-sik thắng bằng cách kiểm soát rủi ro, quản trị thời điểm và chấp nhận những phút chịu đựng để đổi lấy sự hiệu quả.

Trận thắng chủ nhà Saudi Arabia là lát cắt điển hình cho sự trưởng thành ấy. Trong một cuộc đối đầu mà sức ép dành cho khung thành Trung Kiên đến dồn dập, U23 Việt Nam không hoảng loạn. Khối đội hình được giữ vững, khoảng trống quan trọng bị bịt kín, chịu đựng trong giới hạn cho phép và chờ đúng thời khắc để tung đòn kết liễu. Thắng lợi 1-0 vì thế không chỉ là ba điểm, mà còn là lời khẳng định về bản lĩnh, khi gặp đối thủ mạnh, U23 Việt Nam biết cách chọn con đường ngắn nhất để đi tới đích.



Quốc Việt và các đồng đội ăn mừng bàn thắng với ký hiệu số 4 - số áo thi đấu của trung vệ Nguyễn Hiểu Minh bị chấn thương phải ngồi trên khán đài

Cái nền ấy đưa "Những chiến binh sao vàng" vào tứ kết trong tư thế khác hẳn, khi không phải hiện tượng mà là ứng viên. Và rồi, tứ kết gặp UAE trở thành một bài kiểm tra mới, nơi sự ổn định được thử bằng biến động. U23 Việt Nam đã thắng UAE 3-2 sau hiệp phụ trong một cuộc rượt đuổi nghẹt thở. Có những chiến thắng được ghi vào bảng tỉ số, cũng có những chiến thắng được ghi vào "độ lì" của một tập thể. UAE từng là đối thủ khó chịu, từng khiến bóng đá trẻ Việt Nam trải qua nhiều ký ức không vui. Lần này, U23 Việt Nam thắng theo cách của người biết "sống" trong trận, chịu đòn mà không gãy, và khi cơ hội đến thì ra đòn đủ sắc.

10 bàn thắng và những con số biết nói

U23 Việt Nam kết thúc giải với 10 bàn thắng, thành tích cao thứ hai toàn giải, chỉ sau nhà vô địch Nhật Bản với 16 bàn. Con số ấy tự thân đã ấn tượng, nhưng càng đáng chú ý hơn khi đặt trong bối cảnh cách chơi của Việt Nam không dựa trên việc "bắn phá liên hồi". U23 Việt Nam không phải đội sút nhiều nhất, không phải đội kiểm soát bóng áp đảo như những tập thể hàng đầu châu lục. Thế nhưng, hiệu suất chuyển hóa cơ hội của Đình Bắc và đồng đội lại thuộc nhóm cao, lên tới 18,5%, tức trung bình cứ 5 pha dứt điểm là có 1 bàn thắng.

Khi các đội như Nhật Bản hay Hàn Quốc có thể xây chiến thắng từ áp lực liên tục, từ việc bóp nghẹt đối thủ bằng kiểm soát bóng, U23 Việt Nam lại nổi bật nhờ khả năng chuyển trạng thái nhanh, chọn đúng thời điểm tấn công và khai thác triệt để sai lầm của đối phương. Không cần dồn ép ồ ạt, họ vẫn ghi bàn từ nhiều kiểu tình huống khác nhau, và quan trọng hơn, biết cách đưa trận đấu về "kịch bản" có lợi. Sự trưởng thành ấy cũng được nhìn thấy qua cách phòng ngự. Không co cụm tuyệt đối, U23 Việt Nam phòng ngự bằng tổ chức giữ cự ly, giữ cấu trúc, tranh chấp theo lớp và sẵn sàng đổi trạng thái khi đoạt bóng.

Tất nhiên, bóng đá là trò chơi của chi tiết và chính chi tiết đã quay lại thử thách U23 Việt Nam ở bán kết. Thất bại 0-3 trước U23 Trung Quốc là cú ngã nặng về tỉ số, nhưng không thể tách rời khỏi hoàn cảnh khắc nghiệt của giải đấu đó là chấn thương, thẻ phạt và một khoảnh khắc lệch nhịp ngay đầu hiệp hai kéo theo hiệu ứng domino.

Nhưng nếu bán kết là nơi U23 Việt Nam trả giá cho chi tiết, thì trận tranh hạng Ba là nơi họ chứng minh phẩm chất của một đội bóng đã có nền. Hòa 2-2 rồi thắng Hàn Quốc trên chấm luân lưu để giành HCĐ, đó là đoạn kết mang ý nghĩa đặc biệt, trong lúc đôi chân nặng nhất, khi áp lực dày nhất, họ vẫn đủ lạnh để kéo trận đấu về thế cân bằng và đủ vững để bước qua cuộc chơi của thần kinh. Một đội bóng trẻ có thể thắng luân lưu không chỉ nhờ may mắn mà nó cần sự chuẩn bị, cần bản lĩnh, và cần niềm tin tập thể.

Tấm HCĐ vì thế là kết quả của nhiều lớp giá trị chồng lên nhau. Nó là phần thưởng cho một hành trình "đi xa" theo cách của người đã sẵn sàng, thắng vòng bảng bằng quản trị trận đấu, vượt tứ kết bằng bản lĩnh trong biến động, chấp nhận cú ngã ở bán kết như bài học của chi tiết, và khép lại bằng một chiến thắng luân lưu để giữ lại niềm kiêu hãnh.

Sau giải đấu, điều quan trọng nhất không phải là đắm mình trong cảm xúc, mà là giữ lại cấu trúc thành công. U23 Việt Nam đã cho thấy họ có thể cạnh tranh với phần lớn đối thủ châu lục bằng hiệu quả tấn công, bằng tổ chức phòng ngự và bằng bản lĩnh thi đấu. Khoảng cách với những đỉnh cao như Nhật Bản, với hệ thống đào tạo và vận hành đã hoàn thiện, vẫn tồn tại. Nhưng lần đầu tiên sau nhiều năm, khoảng cách ấy có thể đo bằng chi tiết chuyên môn, chứ không chỉ đo bằng cảm giác. ■

Dấu mốc mở lối cho Đình Bắc

Tiền đạo Nguyễn Đình Bắc đã khép lại hành trình tại VCK U23 châu Á 2026 bằng một cột mốc lịch sử, trở thành cầu thủ Việt Nam đầu tiên giành danh hiệu Vua phá lưới của giải đấu cấp châu lục. Thành tích này không chỉ khẳng định tài năng nổi bật của chân sút trẻ mà còn mở ra một trang mới cho bóng đá Việt Nam ở sân chơi châu lục.

Giải năm nay chứng kiến bốn cầu thủ cùng ghi được bốn bàn thắng: Nguyễn Đình Bắc (Việt Nam), Ali Azaizeh (Jordan), Leonardo Farah Shahin (Lebanon) và Ryunosuke Sato (Nhật Bản). Tuy nhiên, theo công bố chính thức từ AFC, chỉ Đình Bắc được vinh danh là Vua phá lưới. Lý do nằm ở hiệu suất thi đấu vượt trội của tiền đạo U23 Việt Nam.

Quy trình xét giải của AFC rất rõ ràng, đó là khi có nhiều cầu thủ cùng số bàn thắng, tiêu chí phụ đầu tiên là số đường kiến tạo. Ở hạng mục này, Đình Bắc và Sato đều có hai pha kiến tạo, qua đó xếp trên Azaizeh và Farah Shahin. Tuy nhiên, điểm tạo nên sự khác biệt lại nằm ở tiêu chí thứ hai tổng thời gian thi đấu. Theo quy định, nếu các cầu thủ có số bàn thắng và kiến tạo ngang nhau, người thi đấu ít phút hơn sẽ được đánh giá cao hơn, bởi hiệu suất đóng góp được xem là tối ưu.

Đình Bắc chỉ cần khoảng 361 phút qua sáu trận để ghi bốn bàn và có hai kiến tạo. Trong khi đó, Sato phải thi đấu đến 446 phút mới đạt thành tích tương tự. Nhờ vậy, Đình Bắc vượt qua tất cả đối thủ cạnh tranh để chiếm danh hiệu Vua phá lưới U23 châu Á 2026.

ĐẶNG XÁ



Đình Bắc giành danh hiệu Vua phá lưới U23 châu Á 2026

● Tổng Biên tập: **NGUYỄN ANH VŨ**
● Phó Tổng Biên tập: **PHAN THANH NAM - NGUYỄN VĂN MƯỜI**
● **TÒA SOẠN - TRỊ SỰ VÀ PHÁT HÀNH:**
Số 33 ngõ 294/2 Kim Mã, phường Ngọc Hà, TP Hà Nội - ĐT: 024.37265564 - E.mail: baovanhoa@fpt.vn
● **GPXB:** Số 370/GP-BTTTT ngày 05/7/2016 của Bộ Thông tin và Truyền thông

● **VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN PHÍA NAM:**
170 Nguyễn Đình Chiểu, phường Xuân Hòa, TP.HCM - ĐT/FAX: 028. 38230890 - 39100922
● **TRỤ SỞ VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN PHÍA NAM TẠI TỈNH KHÁNH HÒA:**
211 Thống Nhất, phường Tây Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa; ĐT: 0258. 3825008
● **TRỤ SỞ VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN PHÍA NAM TẠI TP ĐÀ NẴNG:**
12 Trương Hán Siêu, phường An Hải, TP Đà Nẵng - ĐT: 0236. 3897798

● **Chế bản:** Báo Văn Hóa
● **In tại:** Cty CP In Công đoàn Việt Nam

GIÁ: 5.000đ

Số 4302 ● Ra ngày 26.1.2026

Cơn sốt ẩm thực toàn cầu và hiệu ứng lan tỏa văn hóa

● HỒNG NHUNG

Trên phạm vi toàn cầu, những cơn sốt ẩm thực liên tục bùng nổ và nhanh chóng hình thành trào lưu mới. Từ mạng xã hội đến đời sống thường nhật, các món ăn "gây sốt" không chỉ tác động đến thói quen tiêu dùng mà còn phản ánh sự lan tỏa của văn hóa, thị hiếu và lối sống đương đại.



Mì ramen không chỉ là một món ăn quen thuộc, mà đã trở thành một hiện tượng văn hóa ẩm thực của Nhật Bản
Ảnh: NIKKEI ASIA

Cơn sốt ẩm thực toàn cầu

Vào năm 2023, socola Dubai bùng nổ trên mạng xã hội và nhanh chóng trở thành cơn sốt toàn cầu nhờ hiệu ứng lan truyền mạnh mẽ từ các nền tảng trực tuyến. Món ngọt này gây ấn tượng với lớp socola sữa đậm vị, bao bọc phần nhân hạt dẻ cười béo ngậy hòa quyện cùng bánh phyllo giòn tan. Cơn sốt bắt nguồn từ một đoạn video trên TikTok do một người đam mê ẩm thực đăng tải, trong đó chia sẻ trải nghiệm và đánh giá món ăn, từ đó thu hút hàng triệu lượt xem và tạo nên làn sóng hưởng ứng rộng khắp.

Giờ đây, hiệu ứng socola Dubai đã lan tỏa trên khắp thế giới, điển hình là Hàn Quốc - quốc gia vốn dĩ tạo nên thương hiệu ẩm thực K-food toàn cầu. Lấy cảm hứng từ socola Dubai, trào lưu món tráng miệng mới mang tên "bánh quy dẻo Dubai" đã nhanh chóng tạo nên cơn sốt, thu hút sự chú ý rộng rãi và lan tỏa mạnh mẽ trên mạng xã hội cũng như trong giới trẻ tại Hàn Quốc. Hàng trăm người trong những chiếc áo khoác dày đứng xếp hàng dài trên vỉa hè để mua bánh quy dẻo Dubai dù trời giá lạnh. Món tráng miệng, được gọi là *dujjonku* trong tiếng Hàn, đã nhanh chóng tạo nên hiệu ứng từ những hàng người xếp hàng từ từ mờ sáng và thường "cháy hàng" chỉ sau vài phút mở bán.

Hay tại Trung Quốc, kẹo hồ lô không chỉ là một món ăn mà còn là một nét văn hóa lâu đời đã theo người dân Trung Quốc suốt hàng trăm năm. Hình ảnh những xe kẹo hồ lô - nét văn hóa đặc trưng của ẩm thực đường phố, đã khiến bao du khách say mê từ ánh nhìn đầu tiên. Hiện tại, cơn sốt của món kẹo hồ lô đã vươn ra ngoài Trung Quốc, trở thành món ăn được thế giới thích thú và đón nhận. Thức quà vặt có nguồn gốc từ Trung Quốc này được làm bằng cách xiên trái cây tươi vào một que tre, sau đó nhúng vào siro đường. Đường khô lại sẽ tạo thành một lớp kẹo ngọt dính, giòn tan bao quanh trái cây. Món ăn đã tạo nên cơn sốt trên mạng xã hội ở nhiều quốc gia một thời gian dài.

Với Nhật Bản, mì ramen không chỉ là một món ăn quen thuộc, mà đã trở thành một hiện tượng văn hóa ẩm thực, liên tục tạo nên những "cơn sốt" trong xã hội. Từ các quán ramen lâu đời đến những cửa hàng mới nổi được quảng bá mạnh mẽ trên mạng xã hội, người dân và du khách sẵn sàng xếp hàng hàng giờ để thưởng thức một bát mì được cho là "đáng thử nhất". Mì ramen có nước dùng đậm đặc, hay các phiên bản giới hạn theo mùa từ loại mì này nhanh chóng lan rộng, phản ánh sức ảnh hưởng của truyền thông số và văn hóa trải nghiệm tại Nhật Bản, nơi ẩm thực không chỉ để thưởng thức mà còn để khám phá và chia sẻ. Năm 2025, mì ramen thậm chí đã vượt sushi trở thành món ăn chinh phục du khách. Từ những quán nhỏ trong ngõ hẹp đến các thương hiệu ramen nổi tiếng quốc tế, sức hút của món ăn này khiến thực khách sẵn sàng xếp hàng dài để trải nghiệm hương vị "chuẩn Nhật".

Văn hóa ẩm thực từ hiệu ứng đám đông

Những trào lưu ẩm thực thường tạo nên cơn sốt bất ngờ, khi chỉ cần một người nổi tiếng hay một chương trình truyền hình nhắc tên một nhà hàng, toàn bộ bàn đặt chỗ đã nhanh chóng kín chỗ chỉ sau một đêm và nhanh chóng trở thành hiện tượng được săn đón rộng rãi. Hiệu ứng đám đông từ mạng xã hội và truyền thông đã khuếch đại sức hút đó, biến một địa điểm ăn uống bình thường thành điểm đến "nhất định phải thử". Từ đó, phản ánh sức mạnh của văn hóa tiêu dùng và tâm lý không muốn bỏ lỡ trong xã hội hiện đại.

Bên cạnh đó, văn hóa tiêu dùng hiện đại ngày càng gắn chặt với tâm lý sợ bị bỏ lỡ, khi giá trị của một sản phẩm hay trải nghiệm không chỉ nằm ở chất lượng mà còn ở mức độ "đang thịnh hành". Dưới tác động của mạng xã hội và người nổi tiếng, việc ăn ở đâu, mua gì, trải nghiệm xu hướng nào trở thành một cách để cá nhân hòa nhập và không bị tụt lại phía sau cộng đồng. Những hàng người xếp dài, các sản phẩm cháy hàng hay lịch đặt bàn kín chỗ chỉ sau một đêm phản ánh rõ hiệu ứng đám đông trong văn hóa tiêu dùng, nơi nhu cầu được tham gia vào trào lưu đôi khi quan trọng không kém, thậm chí vượt lên trên nhu cầu sử dụng thực tế.

Chẳng hạn như Hàn Quốc, nơi làn sóng Hallyu không chỉ lan tỏa văn hóa đại chúng mà còn định hình mạnh mẽ hành vi tiêu dùng. Làn sóng K-pop và phim truyền hình Hàn Quốc, với sức lan tỏa mạnh mẽ, đã góp phần đáng kể vào việc tạo nên cơn sốt ẩm thực. Hình ảnh các món ăn gắn liền với K-food xuất hiện dày đặc trong các bộ phim, chương trình giải trí và quảng cáo, trở thành một phần quen thuộc của đời sống văn hóa đại chúng Hàn Quốc và kích thích sự tò mò của khán giả quốc tế với tâm lý "nhất định phải thử".

Sức hút của các trào lưu không chỉ đến từ tính mới lạ hay hiệu ứng lan truyền nhất thời, mà còn dần hình thành nên những nét văn hóa đặc trưng trong đời sống hiện đại. Khi được khuếch đại bởi mạng xã hội và truyền thông đại chúng, một xu hướng có thể nhanh chóng trở thành thói quen tiêu dùng, cách trải nghiệm và thậm chí là biểu tượng gắn liền với một cộng đồng hay quốc gia. Qua thời gian, những trào lưu ấy vượt ra khỏi phạm vi giải trí đơn thuần, phản ánh lối sống, thị hiếu và tâm lý xã hội, từ đó góp phần định hình bản sắc văn hóa trong kỷ nguyên số. ■

GÓC BÌNH LUẬN

Cú sốc kép

● LAM SA

Sự xuất hiện và lan rộng của trí tuệ nhân tạo (AI) đang được nhiều nhà lãnh đạo toàn cầu ví như một "làn sóng thần" đối với thị trường lao động. Và lời cảnh báo của Tổng giám đốc Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) Kristalina Georgieva tại Diễn đàn Kinh tế Thế giới ở Davos là một minh chứng rõ ràng cho nỗi lo đó.

Vấn đề không còn nằm ở câu hỏi AI có thay đổi việc làm hay không, mà là ai sẽ chịu tác động nặng nề nhất và chúng ta có đủ chuẩn bị để đối mặt hay chưa. Trong bức tranh ấy, người lao động thu nhập thấp và người trẻ nổi lên như những nhóm dễ tổn thương nhất.

Theo nghiên cứu của IMF, khoảng 60% việc làm tại các nền kinh tế phát triển sẽ bị ảnh hưởng bởi AI, dưới nhiều hình thức khác nhau là được cải tiến, bị biến đổi hoặc bị loại bỏ hoàn toàn. Đáng chú ý, những công việc có nguy cơ "biến mất" cao nhất lại thường là các vị trí cấp thấp, nơi người lao động trẻ, người mới gia nhập thị trường việc làm và người có thu nhập thấp tập trung đông nhất.

Đối với người trẻ, tác động của AI là một cú sốc kép. AI không chỉ lấy đi việc làm, mà còn làm biến mất "bước đệm" tích lũy kinh nghiệm ban đầu. Khi cánh cửa gia nhập thị trường bị thu hẹp, nguy cơ thất nghiệp kéo dài, việc làm bấp bênh và thu nhập thấp trở nên ngày càng rõ rệt.

Người lao động thu nhập thấp không đứng ngoài vòng xoáy này. Với họ, AI không chỉ là mối đe dọa mất việc, mà còn là nguy cơ bị tụt lại phía sau trong quá trình phân phối lợi ích từ tăng năng suất. Trong khi lao động kỹ năng cao được AI hỗ trợ để tăng lương và hiệu quả công việc, thì phần còn lại có nguy cơ bị nén thu nhập do cạnh tranh với máy móc, ngay cả tầng lớp trung lưu cũng khó tránh khỏi tác động tiêu cực nếu thiếu tăng năng suất và phân phối công bằng.

Đáng lo ngại hơn, tốc độ phát triển AI đang vượt xa năng lực quản lý và điều tiết của nhiều chính phủ. Khi AI được triển khai để giảm chi phí và tối đa hóa lợi nhuận, AI dễ khiến người lao động, đặc biệt là nhóm yếu thế trở thành "nạn nhân phụ", bởi tăng năng suất thường đi kèm cắt giảm việc làm.

AI không phải là mối đe dọa tất yếu, cơ hội hay rủi ro phụ thuộc vào cách xã hội quản lý và phân chia lợi ích. Việc đào tạo lại kỹ năng cho người trẻ và lao động thu nhập thấp, cùng cơ chế tham gia và hưởng lợi từ năng suất tăng lên, sẽ giúp AI trở thành động lực tích cực. Ngược lại, nếu thiếu điều tiết và tầm nhìn dài hạn, AI sẽ làm sâu sắc bất bình đẳng và gạt nhóm yếu thế ra bên lề thị trường lao động. Vì thế, AI không chỉ là bài toán công nghệ mà còn là bài toán xã hội. Nếu quản lý kém có thể khiến "làn sóng" AI cuốn trôi cơ hội việc làm của cả một thế hệ. ■