

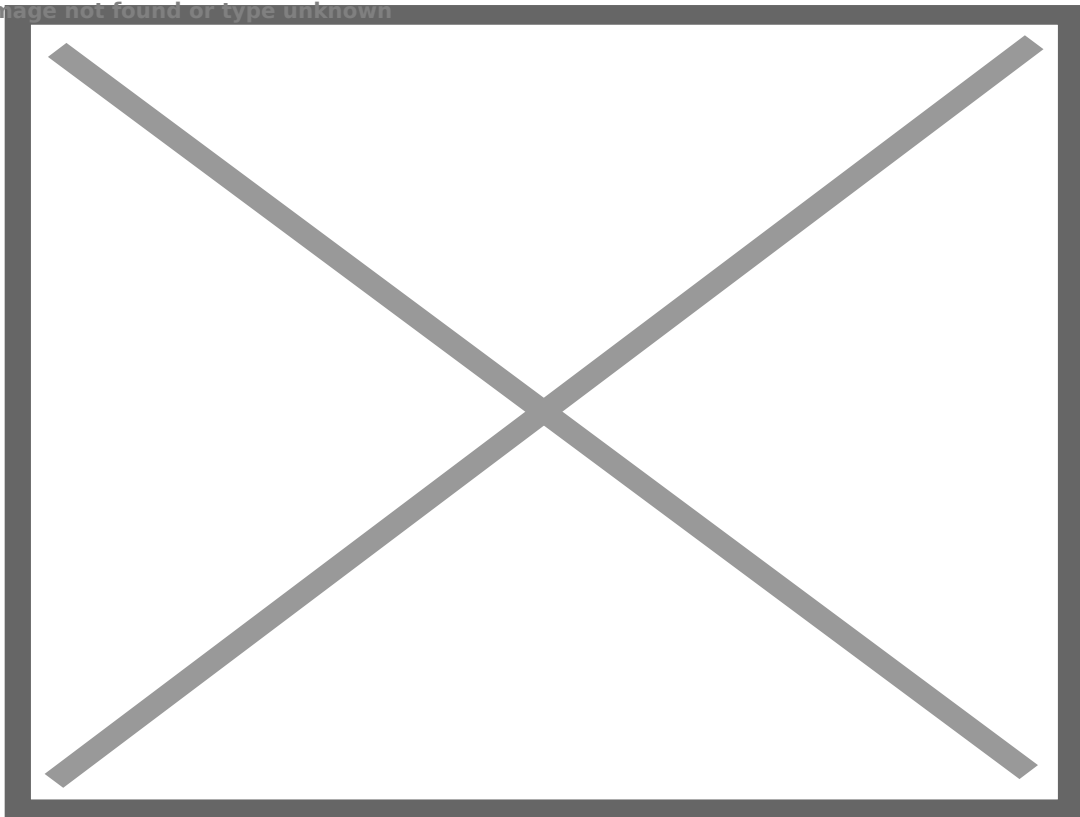
Quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới

20:43 13/10/2022

Tác giả: Đức Thịnh

Sáng nay (13/10), tại TP. Vũng Tàu, Bộ Thông tin và Truyền thông phối hợp cùng UBND tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu tổ chức hội nghị tập huấn "Truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới".

Image not found or type unknown



Ông Nguyễn Thanh Sơn, Chủ tịch Học viện Doanh nhân MVV Academy, trao đổi với các đại biểu các hoạt động cụ thể về quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài. Ảnh: Báo SGGP.

Từ ngày 13 đến 14/10, tại thành phố Vũng Tàu (tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu), Bộ Thông tin và Truyền thông phối hợp tổ chức Hội nghị tập huấn truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới. Đây là Hội nghị lần thứ hai Bộ Thông tin và Truyền thông tổ chức. Hội nghị lần thứ nhất được tổ chức thành công tại tỉnh Quảng Ninh với sự tham dự của 110 đại biểu đến từ 15 sở, ngành của 4 địa phương thí điểm (gồm: Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Thừa Thiên-Huế) và 27 Sở Thông tin và Truyền thông các tỉnh từ Thừa Thiên-Huế trở ra.

Đối tượng được tập huấn là các đại biểu đến từ các sở, ngành thuộc 4 địa phương thực hiện thí

điểm (gồm: Thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Đà Nẵng và tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu) cùng các đại biểu của 28 Sở Thông tin và Truyền thông các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương từ Đà Nẵng trở vào.

Hội nghị tập trung vào việc hướng dẫn giúp các địa phương triển khai truyền thông quảng bá theo cách làm mới, truyền thông về những gì thế giới muốn biết về Việt Nam, tương đồng với các tiêu chí do các tổ chức quốc tế xếp hạng dựa trên một Khung yếu tố chung gồm 22 yếu tố, qua đó quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài một cách nhất quán, đồng bộ và thống nhất, tránh mỗi nơi làm một kiểu. Theo đó, cách làm mới lần này là lấy địa phương làm nền tảng, hạt nhân để xây dựng và truyền thông về hình ảnh quốc gia. Nói cách khác, hình ảnh quốc gia là hình ảnh tổng hòa của các địa phương, các điểm mạnh, giá trị cốt lõi của dân tộc, các yếu tố khác nhau như sự phát triển kinh tế - xã hội, các giá trị về văn hóa, lịch sử, các sản phẩm... hiện hữu ở 63 tỉnh, thành phố trên cả nước. Truyền thông hình ảnh quốc gia cũng chính là truyền thông quảng bá các điểm mạnh, lợi thế, giá trị của các địa phương.

Tại hội nghị, ông Nguyễn Thanh Sơn, Chủ tịch Học viện Doanh nhân MVV Academy, chuyên gia giàu kinh nghiệm quốc tế về thương hiệu, truyền thông quảng bá trao đổi với các đại biểu các hoạt động cụ thể về quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài theo cách làm mới theo đề án đã được Bộ Thông tin và Truyền thông phê duyệt, trong đó, tập trung trao đổi nội dung chính là khung truyền thông quảng bá hình ảnh Việt Nam ra nước ngoài. Các đại biểu thống nhất việc định giá và xếp hạng hình ảnh, thương hiệu của Việt Nam tăng sẽ mang lại các giá trị tích cực cho Việt Nam trong việc thu hút đầu tư, tăng khách du lịch, thúc đẩy tạo công ăn việc làm trong nước...

Trước mắt, Bộ Thông tin và Truyền thông tập trung tập huấn thí điểm đối với 8 tỉnh, thành phố gồm Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Thừa Thiên - Huế; Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cần Thơ, Bà Rịa-Vũng Tàu. Đây là những địa phương có cơ sở kinh tế, văn hóa đa dạng, nhiều tiềm năng và sẵn sàng tham gia thực hiện thí điểm. Hằng năm, Bộ sẽ tổng hợp, đánh giá việc thực hiện thí điểm; trên cơ sở đó sẽ đề xuất bổ sung thêm các địa phương có cùng tiêu chí và sẵn sàng triển khai. Sau giai đoạn thí điểm (đến năm 2025) sẽ triển khai đồng bộ trong cả nước.

Việc định giá và xếp hạng hình ảnh, thương hiệu của Việt Nam tăng sẽ mang lại các giá trị tích cực cho đất nước trong việc thu hút đầu tư, tăng khách du lịch, tạo việc làm trong nước... Điều này đã được minh chứng ở các quốc gia gần Việt Nam như: Thái Lan, Singapore, Trung Quốc... Đây là cách làm không mới trên thế giới, nhưng lại khá mới ở Việt Nam.

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/quang-ba-hinh-anh-viet-nam-ra-nuoc-ngoai-theo-cach-lam-moi>