



BÀI DỰ THI

**Cuộc thi: “BÁC HỒ TRONG TRÁI TIM TÔI
(LẦN 4) NĂM 2025”**

Thông tin

Bài dự thi: Người kể chuyện vĩ đại

Họ và tên: Nguyễn Hà Phương Anh

Khoa: Truyền thông sáng tạo

Email: phuonganh03@gmail.com



Người kể chuyện vĩ đại © 2025 bởi Nguyễn Hà Phương Anh
được cấp phép theo CC BY-SA 4.0.

MÃ BÀI DỰ THI
(Do Ban tổ chức ghi)

THÔNG TIN DỰ THI
CUỘC THI “BÁC HỒ TRONG TRÁI TIM TÔI (LẦN 4) NĂM 2025”

1. Thông tin bài dự thi của thí sinh

Hình thức:

- Bài viết cảm nhận
 Video clip
 Tranh vẽ

Tên sản phẩm dự thi: Người kể chuyện vĩ đại

Thông tin tên cuốn sách, tác phẩm được phép lưu hành mà anh/chị/bạn/em được học/đọc của Chủ tịch Hồ Chí Minh hoặc của các tác giả khác viết về Người đã truyền cảm hứng, nâng cao nhận thức, định hướng anh/chị/bạn/em luôn học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách của Chủ tịch Hồ Chí Minh:

Tác phẩm: Đồng chí Hồ Chí Minh – Tác giả: E.Cô-bê-lép

2. Thông tin của thí sinh dự thi

Họ và tên: Nguyễn Hà Phương Anh

Chức vụ: Đoàn viên chi Đoàn 23DQH1B

Ngày tháng năm sinh: 28/4/2005

Thư viện/Khoa/Trường: Khoa Truyền thông sáng tạo – Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Số điện thoại cá nhân: 0375685676

Địa chỉ email cá nhân: phuonganh03@gmail.com

Trong kho tàng những tác phẩm viết về Chủ tịch Hồ Chí Minh – vị lãnh tụ vĩ đại của dân tộc Việt Nam, cuốn sách "Đồng chí Hồ Chí Minh" của E. Giũa dòng chảy ngôn ngữ của lịch sử nhân loại, có những con người không chỉ là biểu tượng của dân tộc mình, mà còn là hình mẫu mang tính toàn cầu về đạo đức, trí tuệ và tầm nhìn nhân loại. Chủ tịch Hồ Chí Minh chính là một nhân vật như thế. Và để hiểu sâu hơn về Người dưới lăng kính của bạn bè quốc tế, cuốn sách "Đồng chí Hồ Chí Minh" của tác giả E. Cô-bê-lép – một nhà báo, nhà nghiên cứu Xô viết – không chỉ là tư liệu quý giá về cuộc đời của Người mà còn là bài học truyền thông sống động dành cho thế hệ trẻ Việt Nam, đặc biệt là sinh viên ngành truyền thông. Không chỉ bởi cái nhìn khách quan và đầy cảm mến từ một người nước ngoài, mà còn bởi cách tác giả tiếp cận nhân cách và sự nghiệp của Người như một hình mẫu lý tưởng về lãnh đạo, về nhà cách mạng, và – dưới góc nhìn của một sinh viên ngành truyền thông – về một "người truyền thông vĩ đại" của thế kỷ XX. Tác phẩm đã mở ra cho tôi một cái nhìn sâu sắc về truyền thông cách mạng, về sức mạnh của ngôn từ, của hình tượng và của lý tưởng sống được truyền đi bằng trái tim, bằng trí tuệ và bằng hành động kiên cường, bất khuất.

Tác phẩm "Đồng chí Hồ Chí Minh" không chỉ kể lại một cuộc đời, mà là cả một thông điệp về sự kết nối giữa con người với lý tưởng cao cả, giữa tư tưởng với hành động. Là một sinh viên truyền thông, tôi nhận thấy rằng Bác không chỉ là người làm báo, người viết văn, mà còn là một "kênh truyền thông sống": mỗi lời nói, hành động, ánh mắt, thậm chí cả sự im lặng của Người đều chứa đựng thông điệp có sức lay động trái tim hàng triệu con người. Cuốn sách "Đồng chí Hồ Chí Minh" không bắt đầu từ những hình ảnh huyền thoại mà từ chính sự gần gũi, giản dị, chân thành của một con người sống vì lý tưởng. E. Cô-bê-lép, với góc nhìn khách quan, đã khắc họa một vị lãnh tụ không chỉ đấu tranh cho độc lập dân tộc mà còn cho hòa bình và công lý toàn cầu. Dưới ngòi bút của ông, Chủ tịch Hồ Chí Minh không chỉ là người đứng đầu một đất nước nhỏ bé chống lại đế quốc, mà còn là một chiến sĩ tiên phong của phong trào giải phóng dân tộc và là " lương tri của thời đại". Với tư cách là sinh viên ngành truyền thông, tôi nhận ra rằng hình tượng Chủ tịch Hồ Chí Minh trong sách chính là hình mẫu lý tưởng của truyền thông quốc tế: một biểu tượng có khả năng truyền cảm hứng, dẫn dắt nhận thức và hành động của hàng triệu con người vượt qua biên giới, ngôn ngữ, màu da và chế độ chính trị. Cô-bê-lép đã ghi lại chân dung một Hồ Chí Minh giản dị nhưng phi thường, một nhà cách mạng mà lời nói và hành động luôn thống nhất. Trong thời đại truyền thông hiện nay – nơi mà hình ảnh có thể bị bóp méo, thông tin có thể bị xuyên tạc – thì tấm gương của Bác là một hình mẫu truyền thông lý tưởng: chân thật, giản dị, sâu sắc và đầy sức lan tỏa.

E. Cô-bê-lép không mô tả Chủ tịch Hồ Chí Minh qua những lời tung hô mỹ miều. Ngược lại, ông sử dụng ngôn ngữ mạch lạc, chân thành để truyền tải chân dung của một con người giản dị đến mức vĩ đại. Đó là một chiến lược truyền thông đặc biệt: không cần tô vẽ, sự thật đã đủ lấp lánh. Từ đó, người đọc cảm nhận được sức hút của Hồ Chí Minh không chỉ đến từ sự nghiệp vĩ đại, mà còn từ nhân cách vĩ đại. Một điểm đặc sắc trong tác phẩm là sự nhấn mạnh của Cô-bê-lép vào tấm lòng nhân ái bao la của Hồ Chí Minh. Đó chính là ngôn ngữ truyền thông mạnh mẽ nhất: ngôn ngữ của tình yêu con người. Trong từng cuộc gặp gỡ, từng bài viết, từng lần diễn thuyết, Người luôn hướng về con người, đặt con người vào trung tâm của hành trình cách mạng.

Sinh viên ngành truyền thông như tôi cần học ở Bác điều ấy. Trong thế giới số, chúng ta thường bị cuốn theo lượt tương tác, nhịp điệu nhanh và hiệu ứng truyền thông. Nhưng nếu truyền thông không bắt nguồn từ trái tim, từ sự trân trọng người tiếp nhận thì nó sẽ chỉ là vỏ rỗng. Cái cách mà Hồ Chí Minh khiến cả thế giới kính phục không phải bằng truyền thông thị trường, mà bằng truyền thông nhân văn – chính là điều mà Cô-bê-lép khắc họa trong từng trang sách.

Một trong những điều làm nên giá trị truyền thông bất tử của Hồ Chí Minh, theo quan sát của E. Cô-bê-lép, chính là sự kiên định lý tưởng. Dù bị tù đày, bị phản đối, dù xa xứ hay gần quê hương, Bác vẫn kiên trì một niềm tin: giải phóng dân tộc, mang lại độc lập, tự do, hạnh phúc

cho nhân dân. Trong thế giới truyền thông hiện đại, nơi thông điệp thay đổi chóng mặt theo thị hiếu, thì sự kiên định của Bác là tấm gương sáng. Bởi chỉ những thông điệp gắn với lý tưởng bền vững, gắn với lợi ích cộng đồng thì mới có thể đi xa, đi sâu và sống mãi trong lòng người. Là sinh viên ngành truyền thông, tôi nhận ra rằng nếu nội dung không có lý tưởng, thì dù có được lan tỏa rộng rãi, nó cũng không để lại giá trị lâu bền.

Cô-bê-lép nhấn mạnh nhiều lần đến phong cách giản dị của Hồ Chí Minh: từ cách ăn mặc, sinh hoạt, giao tiếp, đến cách viết báo, nói chuyện với quần chúng. Nhưng chính sự giản dị đó lại là điểm nhấn truyền thông sắc sảo nhất. Bởi giản dị giúp thông điệp dễ tiếp cận, dễ hiểu và dễ đồng cảm. Trong thời đại mà truyền thông bị chi phối bởi kỹ thuật dựng hình, bởi xu hướng phức tạp hóa thông điệp, thì việc học theo sự giản dị của Bác là điều hết sức cấp thiết. Truyền thông không cần bóng bẩy, không cần ngôn từ tráng lệ – mà cần chân thực, cần thấu hiểu và cần chạm đến lòng người. E. Cô-bê-lép đã kể lại nhiều chi tiết thể hiện sự thống nhất giữa lời nói và hành động của Hồ Chí Minh. Bác không hô hào suông. Bác làm gương. Và đó là lý do vì sao lời Bác có trọng lượng, có sức mạnh, có uy tín trong lòng dân tộc và bạn bè quốc tế. Tôi hiểu rằng trong thời đại nhiễu loạn thông tin, khủng hoảng niềm tin, thì điều cốt lõi của truyền thông là tạo dựng niềm tin. Và niềm tin đó không đến từ những câu slogan hay chiến dịch truyền thông ngắn hạn, mà đến từ sự kiên trì hành động đúng đắn và sống đúng với thông điệp mình lan tỏa. Đó là điều mà Hồ Chí Minh đã làm suốt cả cuộc đời, và là bài học lớn nhất cho sinh viên ngành truyền thông, Cô-bê-lép không phải người Việt. Nhưng ông đã cảm được, hiểu được và viết lại chân dung Hồ Chí Minh bằng sự kính phục và cảm mến sâu sắc. Điều đó cho thấy rằng, truyền thông có thể vượt qua rào cản ngôn ngữ, văn hóa, quốc tịch – nếu nó được xây dựng từ giá trị chân thật và phổ quát: hòa bình, công lý, lòng yêu nước và tình yêu con người. Sinh viên ngành truyền thông hôm nay cần hiểu rằng, muốn đưa thông điệp Việt Nam ra thế giới thì phải học theo cách mà Hồ Chí Minh đã làm: nói thật, sống thật, viết thật. Và khi những gì ta truyền thông mang tinh thần nhân văn, thì cả thế giới sẽ nghe, sẽ cảm và sẽ đồng hành.

Cuốn sách đưa người đọc đi qua các giai đoạn khác nhau của cuộc đời Bác: từ tuổi thơ ở làng Sen, đến hành trình bôn ba tìm đường cứu nước, rồi vai trò là người sáng lập Đảng Cộng sản Việt Nam, đến lãnh tụ tối cao của dân tộc Việt Nam. Nhưng ở mỗi giai đoạn, Hồ Chí Minh hiện lên không chỉ như một nhà cách mạng, mà còn là một nhà tư tưởng, một triết gia sống động, một bậc thầy truyền thông từ chính cuộc đời mình. Điều làm tôi xúc động nhất là cách E. Cô-bê-lép dẫn dắt người đọc đến với những quyết định lớn lao của Hồ Chí Minh: chọn con đường cách mạng vô sản, lãnh đạo nhân dân kháng chiến, kiên định với độc lập – tự do – hạnh phúc. Mỗi quyết định không chỉ là lựa chọn chính trị, mà còn là tuyên ngôn đạo đức. Ở đây, ta thấy rõ một kiểu truyền thông đặc biệt – truyền thông bằng gương sáng, bằng hành động, bằng dân thân. Tác phẩm cũng khắc họa rõ nét vai trò của báo chí trong cuộc đời Hồ Chí Minh. Từ việc viết báo Le Paria, đến sáng lập các tờ báo trong nước, Bác luôn coi báo chí là vũ khí cách mạng sắc bén. Nhưng không phải là thứ vũ khí để tấn công cá nhân, mà là để đánh thức tinh thần, nâng cao dân trí, đoàn kết quần chúng và định hướng tư duy xã hội. Là sinh viên truyền thông, tôi thấu hiểu hơn bao giờ hết vai trò định hướng xã hội của báo chí. Và tôi nhận ra rằng, nếu người làm báo hôm nay học được ở Bác tinh thần phục vụ nhân dân, đặt sự thật và đạo đức lên hàng đầu, thì nền báo chí Việt sẽ mạnh mẽ, trong sạch và vững vàng hơn trong mọi thử thách.

Hồ Chí Minh chưa bao giờ dùng truyền thông để tôn vinh mình. Ngược lại, Bác luôn đề cao tập thể, luôn lùi lại phía sau mỗi thành công để nhường vinh quang cho nhân dân. Đó là một bài học truyền thông đắt giá trong kỷ nguyên "cái tôi" lên ngôi. Quyền lực mềm là một khái niệm hiện đại trong truyền thông, chỉ sức mạnh thuyết phục bằng văn hóa, giá trị và ảnh hưởng tinh thần. Nhưng hơn nửa thế kỷ trước, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã thực hành quyền lực mềm một cách tài tình: bằng tiếng nói của lòng nhân ái, bằng ngôn ngữ giản dị, bằng cách sống mẫu mực. Cuốn sách làm nổi bật khả năng của Người trong việc giao tiếp với mọi tầng lớp nhân dân, từ nông dân, công nhân đến trí thức, từ người Việt Nam đến bạn bè quốc tế. Người không chỉ

truyền cảm hứng cho đồng bào trong nước, mà còn khiến thế giới cảm phục. Đó chính là đỉnh cao của truyền thông – khi người truyền đi không cần nói quá nhiều, mà người nghe vẫn tự nguyện tiếp nhận, học tập và noi theo. Sinh viên ngành truyền thông cần được nhắc nhở rằng: nghề này là nghề phụng sự. Phụng sự sự thật, phụng sự cộng đồng, phụng sự lẽ phải. Nếu chỉ truyền thông để khoe khoang, để nâng tầm bản thân, thì truyền thông sẽ biến chất. Hãy nhớ lấy tấm gương của Bác: cả cuộc đời làm truyền thông mà chưa từng màng danh vọng cá nhân.

Ngày nay, trong thời đại bùng nổ thông tin và mạng xã hội, sinh viên ngành truyền thông phải đối mặt với vô số lựa chọn: nên kể câu chuyện nào? nên nói theo xu hướng hay theo giá trị? nên nổi tiếng nhanh hay bền vững lâu dài? Cuốn sách "Đồng chí Hồ Chí Minh" giúp tôi trả lời bằng một lời nhắc nhở mạnh mẽ: Hãy sống và truyền thông như Bác – bằng giá trị cốt lõi, bằng sự chính trực, và bằng niềm tin vào nhân loại. Bác Hồ từng viết báo, làm thơ, viết truyện, thuyết trình, ngoại giao – Người là một nhà truyền thông tổng hợp trước cả khi khái niệm này xuất hiện. Nhưng quan trọng nhất, Người luôn kiên định mục tiêu: truyền thông để giải phóng con người, khai sáng dân trí, dựng xây xã hội tốt đẹp hơn. Đó chính là kim chỉ nam mà sinh viên truyền thông cần khắc cốt ghi tâm.

Thông qua từng dòng mô tả của E. Cô-bê-lép, tôi nhận ra rằng văn hóa truyền thông Hồ Chí Minh là sự kết hợp giữa trí tuệ, đạo đức và lòng yêu nước. Người không dùng truyền thông để tạo hình tượng cá nhân, mà để phục vụ cộng đồng, tổ quốc, nhân loại. Từ việc dùng ngôn ngữ dân tộc trong bài viết, đến cách tiếp cận quần chúng nhân dân một cách mộc mạc – tất cả đều thể hiện sự chuyên nghiệp và nhân văn bậc nhất. Ngày nay, khi chúng ta làm nội dung số, tổ chức chiến dịch truyền thông hay phát ngôn trên mạng xã hội, bài học từ văn hóa truyền thông Hồ Chí Minh vẫn còn nguyên giá trị: đừng chỉ làm cho hay – hãy làm cho đúng, cho tử tế. Sự tử tế và chân thành là phương tiện truyền thông hiệu quả nhất. Một điểm khiến tôi khâm phục là cách tác giả Cô-bê-lép thể hiện được tầm vóc toàn cầu của Hồ Chí Minh, dù Người xuất phát từ một làng quê nghèo của Việt Nam. Đó là minh chứng rằng sức mạnh truyền thông không nhất thiết phải bắt đầu từ trung tâm quyền lực, mà có thể khởi phát từ những điều nhỏ bé nhưng vĩ đại. Cuốn sách không chỉ ghi nhận sự kính trọng của lãnh đạo Xô viết đối với Chủ tịch Hồ Chí Minh, mà còn phản ánh cảm tình của nhân dân quốc tế – những người đã nhìn thấy ở Người hình ảnh của lòng can đảm, trí tuệ và sự dấn thân. Là sinh viên ngành truyền thông, tôi càng tin rằng: một nội dung mang tính địa phương nhưng giàu giá trị nhân loại có thể lan tỏa toàn cầu. Vấn đề không nằm ở quy mô, mà ở chất lượng thông điệp. Và "Đồng chí Hồ Chí Minh" chính là một minh chứng sống động cho điều đó.

Tác phẩm của E. Cô-bê-lép không chỉ là một bản tiểu sử, mà là một lời khẳng định: Hồ Chí Minh là một biểu tượng truyền thông cách mạng mang tính toàn cầu. Với giọng văn giàu cảm xúc, chân thành và đầy kính trọng, tác giả đã giúp tôi – một sinh viên ngành truyền thông – tìm thấy trong Bác một hình mẫu nghề nghiệp hoàn hảo: một người truyền thông tận tụy, nhân văn, kiên định và phụng sự. "Đồng chí Hồ Chí Minh" của E. Cô-bê-lép không chỉ là cuốn sách lịch sử, mà là một cẩm nang đạo đức và tư duy truyền thông sâu sắc. Với góc nhìn của một sinh viên ngành truyền thông, tôi cảm nhận rõ rằng Hồ Chí Minh không chỉ là nhà cách mạng, mà còn là nhà truyền thông vĩ đại, một hình mẫu chưa bao giờ cũ.

Nếu chúng ta học được từ Bác sự giản dị trong diễn đạt, sự kiên định trong lý tưởng, sự chính trực trong hành xử và lòng yêu thương bao la với con người – thì chắc chắn chúng ta có thể làm truyền thông không chỉ để kiếm sống, mà để sống có ý nghĩa. Đó là mục tiêu tối thượng mà truyền thông chân chính hướng đến. Trong một thế giới đang thay đổi không ngừng, nơi thông tin có thể vừa là công cụ kết nối vừa là vũ khí phân rẽ, thì việc học theo Hồ Chí Minh là con đường để truyền thông trở lại đúng bản chất: truyền cảm hứng sống đẹp, sống thật và sống có trách nhiệm.

