



BÀI DỰ THI

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

Thông tin

Bài dự thi: Tinh hoa dân tộc qua lăng kính hiện đại

Họ và tên: Nguyễn Hương Thục Đoàn

Khoa: Truyền thông sáng tạo

Email: nguyenhuongthucdoan130206@gmail.com



Tinh hoa dân tộc qua lăng kính hiện đại © 2025 bởi Nguyễn Hương Thục Đoàn
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: Tinh hoa dân tộc qua lăng kính hiện 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: Bác Hồ tinh hoa dân tộc - Tác giả: Hoài Quốc

2. Thông tin của thí sinh dự thi

Họ và tên: Nguyễn Hương Thục Đoan

Chức vụ: Phó Bí thư chi Đoàn 24DTD1A – chi Hội trưởng chi Hội 24DTD1A

Ngày tháng năm sinh: 13/02/2006

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

Số điện thoại cá nhân: 0789130206

Địa chỉ email cá nhân: nguyenuongthucdoan130206@gmail.com

Trong dòng chảy lịch sử hào hùng của dân tộc Việt Nam, Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn là ngọn hải đăng bất diệt – người không chỉ dẫn dắt dân tộc đến với độc lập tự do, mà còn gieo mầm cho những tư tưởng lớn lao, nhân văn và sâu sắc vượt xa thời đại. Với một sinh viên ngành truyền thông như tôi, tiếp cận cuốn sách “*Bác Hồ – Tinh hoa dân tộc*” của tác giả Hoài Quốc không chỉ là một hành trình tri ân lịch sử, mà còn là một cuộc khám phá sâu rộng về cách mà tư tưởng, nhân cách và lối sống của Bác trở thành hình mẫu truyền thông mẫu mực, bền vững và hiện đại. Đọc sách, tôi không chỉ nhìn thấy Bác của lịch sử – mà còn thấy được Bác của hiện tại và tương lai: một biểu tượng truyền thông văn hóa, chính trị và đạo đức sáng ngời. Ngay từ tiêu đề, cuốn sách khẳng định một chân lý không thể chối cãi: Bác Hồ là tinh hoa của dân tộc Việt Nam. Bằng lời văn trang trọng nhưng không sáo rỗng, tác giả Hoài Quốc đã đưa người đọc bước vào một hành trình nhận diện, chiêm nghiệm và cảm phục một con người hội tụ đủ phẩm chất của một bậc vĩ nhân: trí tuệ uyên bác, trái tim nhân hậu, ý chí kiên cường và đạo đức mẫu mực.

Là một sinh viên ngành truyền thông, tôi nhìn nhận hình ảnh Hồ Chí Minh không chỉ trong những bức chân dung chính trị mà còn trong những “chiến dịch truyền thông” tự nhiên mà hiệu quả của Người. Từ việc lựa chọn bút danh, viết báo, đến cách Bác vận động quần chúng, thuyết phục quốc tế – tất cả đều phản ánh một tầm nhìn chiến lược, sự thấu cảm tâm lý công chúng và nghệ thuật truyền thông sâu sắc đến kỳ lạ. Chính vì thế, Bác không chỉ là tinh hoa dân tộc về trí tuệ, mà còn là tinh hoa của nghệ thuật truyền thông chân thật, nhân văn – điều mà ngành của tôi luôn hướng đến.

Trong ngành truyền thông, có một chân lý nổi tiếng: “*The medium is the message*” – Phương tiện chính là thông điệp. Nhưng với Hồ Chí Minh, Người vừa là phương tiện, vừa là thông điệp, vừa là nội dung và cũng vừa là hình ảnh. Người không cần sân khấu, không cần micro, không cần những chiến dịch truyền thông kiểu cách – nhưng mọi điều Người làm, mọi lời Người nói, mọi cử chỉ giản dị của Người – đều tự nhiên trở thành thông điệp mạnh mẽ lan tỏa sâu rộng.

Tác giả Hoài Quốc đã rất tinh tế khi không đi vào lối mòn ca tụng khô khan, mà lựa chọn cách tiếp cận đời thường. Những trang sách kể lại từng hành động cụ thể của Bác: Bác nhặt mảnh giấy rơi, Bác chia kẹo cho thiếu nhi, Bác xắn tay quét nhà – nhưng chính từ những điều nhỏ nhất ấy, Người đã chạm đến trái tim hàng triệu người. Đó không phải là ngẫu nhiên – đó là nghệ thuật truyền thông đỉnh cao: lan tỏa từ trái tim đến trái tim. Ngày nay, khi mỗi cá nhân đều có thể trở thành “truyền thông viên” thông qua mạng xã hội, TikTok, YouTube... thì bài học từ Bác càng đáng quý: truyền thông hiệu quả nhất chính là sống mẫu mực, nói đúng – làm đúng – sống đúng.

Cuốn sách không chỉ cho thấy tài năng của Bác trong việc lãnh đạo một dân tộc, mà còn khắc họa rất rõ bản lĩnh đạo đức của một người làm “truyền thông quốc dân” thực thụ. Bác không chạy theo xu hướng, không chiều lòng đám đông, không dùng ngôn từ đao to búa lớn để tuyên truyền. Bác dùng lý lẽ đi kèm tình cảm. Bác dùng sự thật đi kèm tấm gương. Là sinh viên truyền thông, tôi hiểu rõ rằng bản lĩnh đạo đức trong truyền thông quan trọng hơn bất kỳ kỹ năng kỹ thuật nào. Một bản tin giả, một đoạn clip cắt ghép sai lệch có thể gây hại cho cả xã hội. Vậy nên, khi đọc về cách Bác cẩn trọng trong từng lời viết, từng tờ báo Người sáng lập – tôi thực sự cảm phục. Bác là người đầu tiên đặt nền móng cho báo chí cách mạng Việt Nam – không phải bằng quyền lực, mà bằng trách nhiệm.

Tôi đặc biệt ấn tượng khi tác giả kể lại những lần Bác sửa từng lỗi chính tả, từng dấu câu trên báo. Người làm truyền thông hôm nay có thể học Bác ở sự kỹ lưỡng ấy – không phải để phô trương, mà để tôn trọng độc giả, để thông tin trở nên trong sạch, có giá trị và đáng tin. Dưới góc nhìn truyền thông hiện đại, Hồ Chí Minh có thể xem là một trong những “thương hiệu quốc gia” thành công nhất mà Việt Nam từng có. Thương hiệu ấy không được tạo nên bằng tiền,

bằng chiến dịch quảng cáo rầm rộ – mà bằng chính cuộc đời liêm khiết, lối sống giản dị, trí tuệ và trái tim nhân hậu của Người. Tác giả Hoài Quốc, trong “*Bác Hồ – Tinh hoa dân tộc*”, đã khéo léo dựng lại hình ảnh một Hồ Chí Minh như biểu tượng vĩnh cửu, gắn liền với những giá trị cốt lõi: hòa bình, độc lập, nhân ái, trí tuệ và văn hóa. Những giá trị đó chính là nền tảng vững chắc để xây dựng một thương hiệu quốc gia đáng tự hào. Điều này khiến tôi, một người đang học về xây dựng hình ảnh – phải tự hỏi: làm sao chúng ta có thể kế thừa và phát huy giá trị truyền thông Hồ Chí Minh trong bối cảnh hội nhập toàn cầu?

Câu trả lời, có lẽ nằm trong chính những trang sách mộc mạc nhưng sâu sắc mà tác giả viết ra: hãy để truyền thông đi từ trái tim, hãy để sự thật lên tiếng, hãy để lòng yêu nước dẫn đường cho mọi nội dung, mọi chiến dịch, mọi thông điệp mà chúng ta xây dựng. Cuốn sách không chỉ là hồi ký – mà là bài học lớn. Mỗi câu chuyện, mỗi hình ảnh, mỗi tư liệu trong sách đều là lời nhắc nhở về trách nhiệm của người trẻ – đặc biệt là những ai đang hoạt động trong lĩnh vực truyền thông. **Trung thực là nguyên tắc sống còn:** Truyền thông Hồ Chí Minh không bao giờ bóp méo sự thật. Ngay cả khi đối mặt với kẻ thù, Bác vẫn giữ sự trung thực như kim chỉ nam. Chúng ta – những người trẻ – cần lấy đó làm gốc rễ để chống lại nạn tin giả, clickbait, scandal hóa truyền thông. **Đơn giản là sức mạnh:** Những bài viết của Bác luôn giản dị nhưng giàu sức lay động. Đó là điều mà người làm truyền thông hiện đại phải học – khi thông điệp càng đơn giản, càng dễ đi vào lòng người. **Truyền cảm hứng bằng hành động:** Bác Hồ chưa bao giờ dùng lời hoa mỹ để “PR” cho bản thân. Nhưng chính hành động đời thường lại tạo nên sức lan tỏa mãnh liệt. Người truyền thông tốt là người sống tốt – đó là thông điệp mạnh mẽ từ Bác. **Lấy dân làm gốc – lấy niềm tin làm nền:** Mọi hoạt động truyền thông nếu không hướng đến phục vụ cộng đồng, phụng sự nhân dân – thì đó chỉ là trò quảng cáo trống rỗng. Học Bác là học cách dùng truyền thông để xây dựng, chứ không phải đánh bóng.

Sau khi đọc xong “*Bác Hồ – Tinh hoa dân tộc*”, tôi không khép lại một cuốn sách – mà mở ra một hành trình mới: hành trình làm truyền thông tử tế, nhân văn và có lý tưởng. Cuốn sách không đưa ra lý thuyết khô khan, không dạy kỹ năng cụ thể – nhưng lại truyền đi tinh thần, bản lĩnh và thái độ sống làm gốc rễ cho mọi người trẻ, đặc biệt là người làm truyền thông. Tôi hiểu rằng, Bác Hồ không chỉ là biểu tượng lịch sử – mà còn là biểu tượng truyền thông sống động. Người để lại cho thế hệ chúng tôi không chỉ là di sản tư tưởng, mà là một tấm gương đạo đức nghề nghiệp, một bản lĩnh không cúi đầu, một chiến lược truyền thông bền vững và một trái tim đầy yêu thương. Và tôi – một sinh viên ngành truyền thông – xin nguyện mang theo tinh thần ấy suốt hành trình nghề nghiệp. Để tiếng nói của mình luôn vì lẽ phải. Để từng sản phẩm truyền thông của mình thấm đẫm giá trị nhân văn. Để thương hiệu Việt Nam – với ánh sáng Hồ Chí Minh – sẽ mãi tỏa rạng khắp năm châu.