



TẬP 02-SỐ 01

03/2024

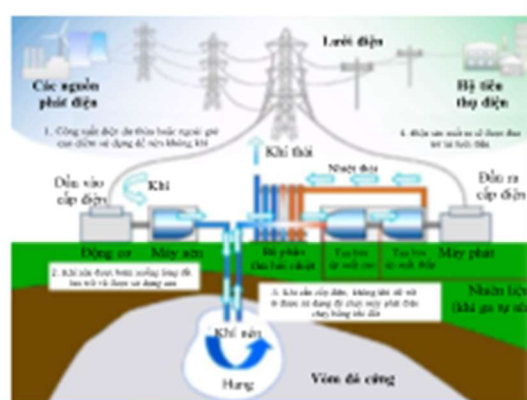
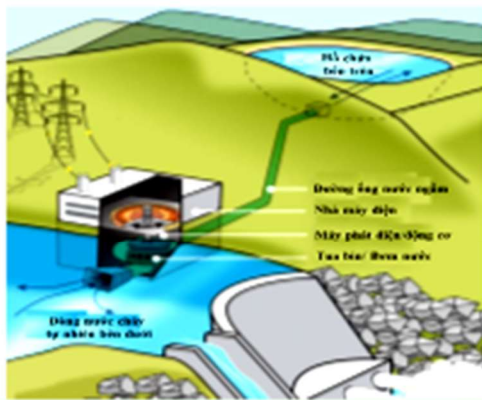
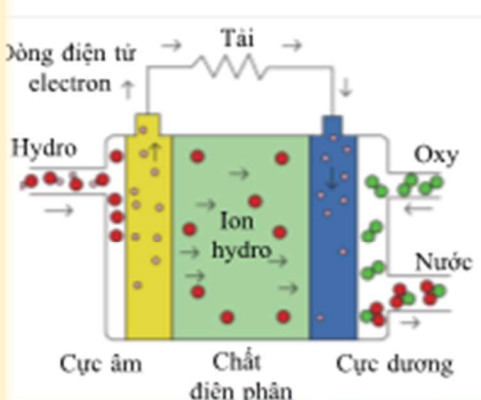
TẠP CHÍ

ISSN 2185-6145

KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUI

JOURNAL OF SCIENCE AND TECHNOLOGY QUI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP QUẢNG NINH – QUANG NINH UNIVERSITY OF INDUSTRY



MỤC LỤC

TỔNG BIÊN TẬP

TS. Bùi Thanh Nhu

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

TS. Hoàng Hùng Thắng

ỦY VIÊN BAN BIÊN TẬP

TS. Giang Quốc Khánh

TS. Phạm Đức Thang

ThS. Hà Thị Ngọc Mai

ThS. Cao Hải An

ThS. Đặng Đình Đức

Nguyễn Thị Mai Hương

TÒA SOẠN

Trường Đại học Công
nghiệp Quảng Ninh.Phường Yên Thọ, Thị xã
Đông Triều, tỉnh Quảng Ninh

Điện thoại: 0203.3871.092

Email: nckh@qui.edu.vn

Website: https://jstqui.vn

Giấy phép xuất bản:

Số 606/GP-BTTTT của Bộ
Thông tin và Truyền thông,
ngày 29 tháng 12 năm 2022

KHOA HỌC CƠ BẢN

- * Điểm bất động của ánh xạ kiểu Kannan đối với hàm điều khiển Lê Thanh Tuyền 6

KHOA HỌC TRÁI ĐẤT VÀ MỎ

- * Tai nạn lao động tại các mỏ than hầm lò TKV: Thực trạng và giải pháp phòng ngừa Phạm Đức Thang
Hoàng Hùng Thắng
Nguyễn Văn Thuận 11

- * Công nghệ phá đá bằng carbon điôxit lỏng và triển vọng ứng dụng tại các mỏ than hầm lò vùng Quảng Ninh Nguyễn Ngọc Minh
Nguyễn Mạnh Tường 19

- * Phân tích, đánh giá một số công nghệ kỹ thuật số tiêu biểu trong phát triển bền vững ngành khai thác khoáng sản hiện nay Nguyễn Mạnh Tường 27

- * Nghiên cứu đề xuất phương án mở vỉa và chuẩn bị hợp lý khu phía Đông mỏ than Quảng La Vũ Thị Ngọc
Phạm Quang Thành
Vũ Văn Nam 42

KINH TẾ

- * Ứng dụng mô hình VAR nghiên cứu mối quan hệ giữa việc làm và tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh Nguyễn Thị Mơ
Lu Shi Chang 48

CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

- * Kết hợp giao thức truyền tin TCP-VEGAS và giao thức định tuyến DSR để nâng cao hiệu suất truyền tin trên mạng mobile AD-HOC Phạm Thị Hương
Nguyễn Trí Nhân 56

MỤC LỤC

ĐIỆN TỬ - TỰ ĐỘNG HÓA

- NỘI DUNG CHUYÊN ĐỀ CỦA TẠP CHÍ**
- Khoa học về trái đất và mỏ;
 - Kỹ thuật môi trường;
 - Điện tử-tự động hóa;
 - Tiết kiệm năng lượng-Cơ khí;
 - Công nghệ thông tin;
 - Khoa học tự nhiên;
 - Khoa học kinh tế;
 - Chính trị, xã hội.

TẦN SUẤT XUẤT BẢN

Tạp chí điện tử Khoa học và Công nghệ QUI được xuất bản với phiên bản điện tử, định kỳ với 4 số báo trong 1 năm (vào các tháng 3, 6, 9 và 12)

Thiết kế trang bìa 1:

TS. Giang Quốc Khánh

Ảnh bìa 1:

Sưu tầm và thiết kế lại từ nguồn Internet

- * Nghiên cứu các giải pháp nâng cao hiệu quả mạch nghịch lưu nối lưới ba pha ba dây từ pin mặt trời ở mạng hạ áp
Nguyễn Thị Mến
Lê Văn Tùng
Bùi Duy Khuông 66
- * Nghiên cứu và phân tích một số công nghệ tích trữ năng lượng tái tạo sử dụng hiện nay trên thế giới
Lưu Bình 77

QUẢN LÝ GIÁO DỤC

- * Xây dựng lối sống văn hóa cho sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Quảng Ninh hiện nay
Vũ Ngọc Hà 90

CHÍNH TRỊ, XÃ HỘI

- * Ảnh hưởng của “tương đồng văn hóa” trong việc quảng bá phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam
Nguyễn Thị Diễm Kiều
Tô Xiếu Ai 100

CONTENTS

EDITOR-IN-CHIEF

Ph.D. Bui Thanh Nhu

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF

Ph.D. Hoang Hung Thang

EDITORIAL BOARD

Ph.D. Giang Quoc Khanh

Ph.D. Pham Duc Thang

M.A. Ha Thi Ngoc Mai

M.A. Cao Hai An

M.E. Dang Dinh Duc

Nguyen Thi Mai Huong

EDITORIAL OFFICE

Quang Ninh University of
Industry, Yen Tho Ward, Dong
Trieu Town, Quang Ninh
Province

Phone: 0203.3871.092

Email: nckh@qui.edu.vn

Website: <https://jstqui.vn>

License:

No 606/GP-BTTTT of the
Ministry of Information and
Communications, December
29, 2022

BASIC SCIENCE

- * Fixed points of Kannan-type mapping to control function **Le Thanh Tuyen** 6

SCIENCE OF EARTH AND MINES

- * Work accidents in underground coal mines of Vietnam National Coal - Mineral Industries Holding Corporation Limited: Current situation and prevention solutions **Pham Duc Thang
Hoang Hung Thang
Nguyen Van Thuan** 11

- * Fracturing rock using liquid carbon dioxide technology and its application prospects in underground coal mines in Quang Ninh region **Nguyen Ngoc Minh
Nguyen Manh Tuong** 19

- * Analysis and evaluation of some typical digital technologies important for sustainable development in the mineral mining industry today **Nguyen Manh Tuong** 27

- * A proposal research of proper opening and preparation solutions for the eastern area of Quang La coal Mine **Vu Thi Ngoc
Pham Quang Thanh
Vu Van Nam** 42

ECONOMICS

- * Applying the VAR model to study the relationship between employment and economic growth of Quangninh province **Nguyen Thi Mo
Lu Shi Chang** 48

INFORMATION TECHNOLOGY

- * Improve communication performance on mobile AD-HOC network by combining TCP-VEGAS communication protocol and DSR routing protocol **Pham Thi Huong
Nguyen Tri Nhan** 56

CONTENTS

THEMATIC CONTENT OF THE JOURNAL

- Science of earth and mines;
- Environmental engineering;
- Electrical engineering,
Electronics-automation;
- Energy saving-mechanical;
- Information technology;
- Basic science;
- Economics;
- Political and social Science.

PUBLICATION FREQUENCY

QUI Journal of Science and Technology is published with an electronic version, periodically with 4 issues in 1 year (in March, June, September and December).

Cover photo 1:

Ph.D. Giang Quoc Khanh

Cover photo 1:

Collected and redesigned from Internet sources

ELECTRONICS - AUTOMATION

- * Researching solutions to improve the efficiency of a three-phase, three-wire grid-connected inverter circuit from solar battery in a low-voltage network
**Nguyen Thi Men
Le Van Tung
Bui Duy Khuong** 66
- * Research and analysis of some renewable energy storage technologies currently used in the world
Luu Binh 77

EDUCATION MANAGEMENT

- * Building a cultural life path for students at Quang Ninh University of Industry today
Vu Ngoc Ha 90

POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE

- * The effects of "cultural proximity" in promotion Chinese TV dramas in Vietnam
**Nguyen Thi Diem Kieu
To Xieu Ai** 100

ẢNH HƯỞNG CỦA “TƯƠNG ĐỒNG VĂN HÓA” TRONG VIỆC QUẢNG BÁ PHIM TRUYỀN HÌNH TRUNG QUỐC Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thị Diễm Kiều*, Tô Xiếu Ai

Trường Đại học Trà Vinh

* Email: kieuntnd@tvu.edu.vn

TÓM TẮT

Cùng với sự phát triển của hệ thống Internet và xu thế toàn cầu hóa, việc quảng bá văn hóa thông qua phim truyền hình đã trở thành một phần quan trọng trong chiến lược truyền thông của mỗi quốc gia. Tại Trung Quốc, nền công nghiệp phim truyền hình phát triển tương đối sớm so với các quốc gia trong khu vực. Với đặc tính “tương đồng văn hóa”, phim truyền hình Trung Quốc dễ dàng nhận được sự hưởng ứng nồng nhiệt của khán giả châu Á, trong đó có Việt Nam. Bài viết này sẽ tiến hành phân tích ảnh hưởng của “tương đồng văn hóa” đến việc quảng bá phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam trên ba phương diện là tư tưởng Nho giáo, hệ thống giáo dục và sở thích của giới trẻ.

Từ khóa: giao thoa văn hóa, phim truyền hình Trung Quốc, quảng bá văn hóa, truyền thông văn hóa, tương đồng văn hóa

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Nhắc tới ảnh hưởng của “tương đồng văn hóa”, không thể không đề cập đến khái niệm “giảm giá văn hóa” (Cultural Discount) trong bài viết “Reasons for the U.S. Dominance of the International Trade in Television Programmes” (1988) của Colin Hoskins và R. Mirus. Các tác giả cho rằng bất kỳ một sản phẩm văn hóa nào cũng đều bắt nguồn từ một nền văn hóa nhất định, vì thế mà những người sống trong nền văn hóa ấy sẽ dễ dàng cảm thấy thân thuộc, sản phẩm văn hóa này cũng sẽ dễ dàng được đón nhận. Ngược lại, với những người không quá quen thuộc với nền văn hóa này sẽ khó tiếp nhận hơn. Chính sự khác biệt về mặt văn hóa làm cho mức độ nhận thức văn hóa của những người có bối cảnh văn hóa khác nhau cũng khác nhau. Khi tiếp nhận những nền văn hóa xa lạ, năng lực nhận thức và mức độ yêu thích của khán giả cũng sẽ giảm xuống, làm mất đi phần nào giá trị văn hóa mà sản phẩm muốn truyền đạt cho khán giả [1]. Từ đó có thể thấy rằng “tương đồng văn hóa” ảnh hưởng không nhỏ đến mức độ hưởng ứng của khán giả đối với sản phẩm văn hóa nhất định.

Tương tự như vậy, trong bài viết “中国电视剧分国别传播的文化适应性策略——以国产剧在越

南的传播为例”, nhóm tác giả cũng đã đề cập đến việc người dân đến từ các quốc gia khác nhau trong quá trình tiếp nhận giao thoa văn hóa thường đánh giá các đối tượng họ tiếp nhận theo định hướng giá trị văn hóa của riêng họ và thường bị ảnh hưởng sâu sắc bởi các yếu tố như: các giá trị văn hóa được truyền bá từ cả hai quốc gia, mối quan hệ giữa hai bên cũng như áp lực của dư luận hai nhóm văn hóa, và cuối cùng là yếu tố cá nhân của người tiếp nhận [2]. Chính vì thế mà “tương đồng văn hóa” hiển nhiên trở thành một trong những yếu tố ảnh hưởng đến lượng tiêu thụ cũng như là định hướng quảng bá của các sản phẩm văn hóa của Trung Quốc trên thị trường Việt Nam.

Thông qua việc phân tích ảnh hưởng của “tương đồng văn hóa” trong việc quảng bá phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam, bài viết này sẽ góp phần làm rõ hơn về khái niệm “tương đồng văn hóa” cũng như những ảnh hưởng mà “tương đồng văn hóa” mang đến trong thời đại hội nhập hiện nay.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Lý luận “tương đồng văn hóa”

“Tương đồng văn hóa” (Cultural Proximity) chỉ mức độ quen thuộc của công chúng đối với một

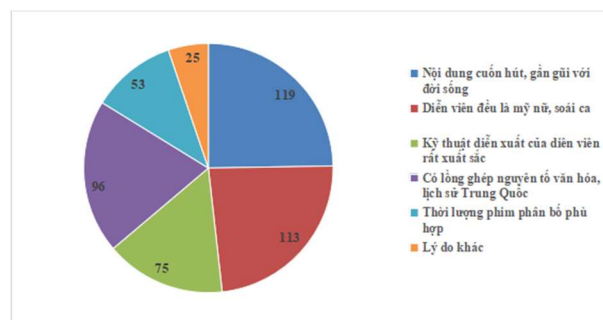
loại hình văn hóa, ngôn ngữ, phong tục, tập quán... dẫn đến việc dễ dàng tiếp thu các sản phẩm văn hóa tương tự. Khái niệm này được nhắc đến sớm nhất vào năm 1991 trong bài viết “Beyond media imperialism : Asymmetrical interdependence and cultural proximity” của Joseph Straubhaar. Dựa trên lý luận “tương đồng văn hóa”, Joseph Straubhaar cho rằng “Audiences will tend to choose to watch television programs that are closest, most proximate or most directly relevant to them in cultural and linguistic terms. Their first preference would tend to be for material produced within their own language and local or national culture” (tạm hiểu là “Khán giả sẽ chọn xem các chương trình TV gần gũi nhất, tương tự nhất hoặc có liên quan trực tiếp đến nền văn hóa, ngôn ngữ của họ. Họ sẽ ưu tiên chọn xem những tác phẩm được sáng tác bằng ngôn ngữ, văn hóa dân tộc của địa phương mình.”) [3]. Từ cách nói của Joseph Straubhaar chúng ta có thể dễ dàng thấy được rằng những sản phẩm văn hóa được sáng tác bằng ngôn ngữ, văn hóa tương tự nhau sẽ dễ dàng thu hút được khán giả tại nước sở tại. Chính vì thế mà “tương đồng văn hóa” sẽ là một nền tảng quan trọng giúp việc truyền bá văn hóa trong một vòng tròn văn hóa được dễ dàng hơn, hạn chế gây ra các ảnh hưởng nghiêm trọng như “sốc văn hóa”. Đây cũng chính là nét đặc trưng của “tương đồng văn hóa” trong quá trình truyền bá văn hóa giữa các quốc gia và vùng lãnh thổ.

Tại Việt Nam, ảnh hưởng của “tương đồng văn hóa” được thể hiện rõ rệt nhất thông qua việc tiếp nhận các sản phẩm văn hóa như chương trình truyền hình, phim ảnh... Vì cùng thuộc nhóm văn hóa châu Á, người dân Việt Nam thường thích xem phim, chương trình truyền hình... của các quốc gia châu Á như Trung Quốc, Hàn Quốc, Thái Lan... vì thông qua đó khán giả Việt có thể cảm nhận được mức độ thân thuộc, gần gũi về quan điểm, lối sống, phong tục tập quán..., từ đó phần đông khán giả không hề cảm nhận được khái niệm “sốc văn hóa” như khi xem các chương trình của các nước phương Tây, nơi mà phong cách sống, lối suy nghĩ, hệ thống giáo dục..., thậm chí là quan điểm về văn hóa cũng có quá nhiều điểm khác biệt, dẫn đến nảy sinh tâm lý chống đối, không muốn tiếp tục xem.

2.2. Lý luận “tương đồng văn hóa” góp phần ảnh hưởng đến việc quảng bá phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam

Cùng với sự phát triển của xu thế toàn cầu hóa và hội nhập, các nền văn hóa khác nhau trên thế giới đang bước vào giai đoạn giao thoa, học hỏi lẫn nhau để cùng nhau phát triển. Tuy nhiên, với phương châm “hòa nhập nhưng không hòa tan”, chúng ta vẫn giữ cho mình những giá trị văn hóa riêng, vừa muốn đưa văn hóa nước nhà ra thế giới nhưng vẫn muốn bảo tồn bản sắc tốt đẹp vốn có của dân tộc mình. Chính vì thế mà khi xây dựng nội dung phim truyền hình, các nhà làm phim của Trung Quốc luôn chú trọng tới việc lồng ghép văn hóa và nội dung phim, nhằm tạo nên sự thu hút ban đầu đối với người xem ở các nước lân cận, những nơi nằm chung trong một vòng tròn văn hóa châu Á, đã quá quen thuộc với văn hóa Trung Quốc và có sự tương đồng nhất định ở nhiều mặt khía cạnh văn hóa.

Trong một cuộc khảo sát online được gửi vào tháng 10/2022 về ảnh hưởng của phim truyền hình Trung Quốc đối với khán giả Việt trên các hội nhóm Facebook như “Hội Mê Phim Trung Quốc”, “Yêu Phim Hoa Ngữ”, “Một Phim Ngôn Tình Trung Quốc” và nhóm sinh viên Khoa Ngoại ngữ của trường Đại học Trà Vinh, trong số 201 người tham gia khảo sát có đến 189 người nói rằng mình thích xem phim truyền hình Trung Quốc (chiếm tỉ lệ 94%). Đây chính là một con số khá cao, chứng tỏ được vị thế của phim truyền hình Trung Quốc trong lòng khán giả Việt Nam. Khi được hỏi về đặc điểm thu hút của phim truyền hình Trung Quốc, có đến 119 người cho rằng nội dung phim cuốn hút, gần gũi với đời sống. Chi tiết cụ thể vui lòng xem biểu đồ bên dưới.



Hình 1. Biểu đồ thể hiện điểm thu hút của phim truyền hình Trung Quốc đối với khán giả Việt Nam

Từ số liệu trên có thể thấy được rằng có đến 59,2% người tham gia khảo sát cho rằng nội dung gần gũi chính là lý do khiến họ yêu thích phim truyền hình Trung Quốc, đây chính là minh chứng quan trọng trong việc khẳng định “tương đồng văn hóa” ảnh hưởng không nhỏ đến lượng tiêu thụ sản phẩm phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam. Với vị trí địa lý gần nhau, văn hóa tương tự, tín ngưỡng, phong tục tập quán lẫn các trào lưu đều tương đồng, điều này đã góp phần nâng cao lượng tiêu thụ sản phẩm phim truyền hình của Trung Quốc trên thị trường Việt Nam.

Tương tự như vậy, thông qua sách lược “đi ra ngoài” (走出去战略), Trung Quốc cũng tiến hành quảng bá hình ảnh quốc gia ra nước ngoài thông qua việc đẩy mạnh sản xuất và phát sóng các sản phẩm văn hóa, đặc biệt là phim truyền hình và các quốc gia châu Á, trong đó có Việt Nam hiển nhiên trở thành thị trường chính của phim truyền hình Trung Quốc trên con đường vươn ra thế giới. Khi phim truyền hình Trung Quốc phát sóng ở thị trường Việt Nam, nội dung phim thường dễ dàng được khán giả Việt Nam chấp nhận. Đây chính là hiệu ứng của sự tương đồng về văn hóa, tín ngưỡng của hai quốc gia. Dựa trên cách nói của Joseph Straubhaar, đây chính là kết quả của “tương đồng văn hóa”. Lý luận này nhấn mạnh rằng sự tương tự trong văn hóa làm cho việc tiếp nhận quá trình giao thoa văn hóa của hai quốc gia trở nên dễ dàng hơn, ảnh hưởng sâu rộng đến khả năng tiêu thụ của phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam. Vậy thì những yếu tố nào làm nên sự tương đồng trong văn hóa của hai nước?

2.2.1. Ảnh hưởng của tư tưởng Nho giáo

Khi nói đến các yếu tố dẫn đến sự tương đồng trong văn hóa của Trung Quốc và Việt Nam thì có thể kể đến tư tưởng Nho giáo. Đây là tư tưởng do nhà tư tưởng và giáo dục học Trung Quốc là Khổng Tử (551-479 TCN) sáng lập và được truyền bá rộng rãi qua nhiều thế hệ, có ảnh hưởng sâu rộng lên đời sống văn hóa, tinh thần của người dân Trung Quốc và nhiều nước trên

thế giới trong hơn 2000 năm nay, trong đó có Việt Nam.

Nhắc đến tư tưởng Nho giáo, chúng ta sẽ nghĩ ngay đến ảnh hưởng to lớn của nó lên đời sống, văn hóa, tinh thần của người dân Việt Nam trên lĩnh vực tư tưởng chính trị, giáo dục và văn học. Dựa trên bài nghiên cứu về “Ảnh hưởng của Nho giáo trong văn hóa Việt Nam”, Nho giáo được Nhà nước phong kiến chú trọng đề cao, TS. Lý Tùng Hiếu cho rằng “Để xây dựng, hoàn thiện thể chế nhà nước, giai cấp phong kiến đã tìm thấy ở Nho giáo những lợi khí mà Phật giáo và Đạo giáo đương thời không có: sự thần bí hóa vương quyền, sự thiêng liêng hóa quan hệ quân thần, những chuẩn mực và nội dung đào tạo quan lại thích hợp để nối dài cánh tay quyền lực của nhà vua.” [4]. Vậy thì, tại sao lại nói rằng tư tưởng Nho giáo ảnh hưởng sâu sắc tới việc quảng bá phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam?

Trong bài viết “Suy ngẫm về ‘tính tương đồng văn hóa’ — Lấy ví dụ trường hợp quảng bá của phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam”, Zhang Ling và Chen Ying cũng đã nhấn mạnh “Từ góc độ văn hóa học mà nói, sự khác biệt về văn hóa có thể dẫn đến việc phim truyền hình Âu Mỹ không được ưu chuộng nhiều ở Việt Nam. Trong khi đó sự thịnh hành của phim truyền hình Trung Quốc đại lục ở Việt Nam đã thể hiện được ‘tính chất tương đồng văn hóa’, phim truyền hình cổ trang chứa đựng văn hóa truyền thống của Trung Quốc, khiến cho chúng dễ dàng được đón nhận và đồng cảm ở Việt Nam, nơi chịu ảnh hưởng sâu sắc văn hóa Nho giáo.” [5]. Nói một cách dễ hiểu, rất nhiều người dân Việt Nam đã từng sống trong thời đại phong kiến, lúc mà tư tưởng Nho giáo ảnh hưởng mạnh mẽ nhất. Tư tưởng này được ông cha ta truyền bá từ đời khác, như ăn sâu vào đời sống văn hóa, tinh thần của người dân Việt Nam. Dù tư tưởng Nho giáo ngày nay không còn ảnh hưởng mạnh mẽ như thời phong kiến nhưng chúng ta đã quá quen thuộc với tư tưởng “nhân, lễ, nghĩa, trí, tín” theo quan điểm của Khổng Tử, cũng từng trải qua giai đoạn chế độ xã hội phong kiến, nên sẽ dễ dàng tiếp nhận hình ảnh vua chúa, phi tần, trang phục, phép tắc hoàng cung... trong các bộ phim cổ trang của Trung Hoa, chính vì thế mà khán giả Việt Nam sẽ càng

thêm kích thích khi xem các dòng phim cổ trang, phim cung đấu của Trung Quốc, mong muốn thông qua phim ảnh trải nghiệm cảm giác dạo quanh hoàng cung, đắm chìm vào những mưu mẹo, tranh đấu chốn hậu cung đầy kích thích. Điều này dễ dàng thấy được thông qua việc các bộ phim đình đám như Hậu cung Như ý truyện, Diên hy công lược, Cẩm Tú vị ương... như bùng nổ tại Việt Nam ngay sau khi lên sóng. Lúc đó chỉ cần lướt các trang fanpage về phim ảnh trên Facebook, sẽ nhìn thấy rất nhiều bình luận tích cực và những đánh giá khá cao của khán giả Việt dành cho thể loại phim này.

Từ đó có thể thấy rằng, việc thẩm nhàn tư tưởng Nho giáo, đã giúp cho người Việt Nam dễ dàng tiếp thu các sản phẩm văn hóa, phim ảnh của Trung Hoa, tạo tiền đề cho thành công của việc quảng bá phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam. Đây chính là hiệu ứng mà “tương đồng văn hóa” mang lại.

2.2.2. Sự tương đồng trong hệ thống giáo dục

Nằm trong nhóm văn hóa châu Á, hệ thống giáo dục ở Việt Nam và Trung Quốc có nhiều mặt tương đồng. Trong số đó có thể kể đến việc việc phân cấp thành trường tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông, đại học và hình thức thi cử cũng gần như tương đồng, trong đó phải kể đến kỳ thi cuối cấp 3 để xét tuyển vào đại học. Chính vì thế mà áp lực học tập của học sinh, sinh viên lẫn phụ huynh trên một mức độ nào đó được xem là tương đương. Điều này dẫn đến người dân hai nước sẽ dễ dàng tiếp nhận sản phẩm văn hóa, giáo dục của nhau. Và các nhà làm phim của Trung Quốc rất biết lợi dụng đặc điểm này khi tạo ra dòng phim thanh xuân, vườn trường, mang đến làn sóng đón nhận mạnh mẽ cho thể loại phim này ở Việt Nam.

Về mặt lý luận, các dòng phim thanh xuân vườn trường của Trung Quốc rất “hot” ở Việt Nam, nhận được sự yêu mến của phần đông khán giả, đặc biệt là thế hệ học sinh, sinh viên. Xét về mặt văn hóa mà nói, dòng phim thanh xuân vườn trường cũng là một phần của văn hóa Trung Hoa, thông qua việc lồng ghép văn hóa học đường, phong tục tập quán, lối sống... vào tình tiết phim, từ đó tạo nên sự thu hút mạnh mẽ đối

với người xem. Từ góc độ đồng cảm mà nói, nội dung phim thanh xuân vườn trường chủ yếu xoay quanh tình bạn, tình yêu học đường, mối quan hệ giữa cha mẹ và con cái trong phương thức giáo dục.... Loại chủ đề này đối với người trẻ là tương đối gần gũi, thông qua việc xem phim, các bạn trẻ có thể nhận được nhiều giá trị quan niệm tích cực (lẫn tiêu cực), từ đó học hỏi, thay đổi bản thân.

Dòng phim này, trong đó phải kể đến các bộ phim “sốt xình xịch” một thời như Điều tuyệt vời nhất của chúng ta, Gửi thời thanh xuân ngây thơ tươi đẹp, Xin chào ngày xưa ấy, Thầm yêu quốc sinh Hoài Nam..., thường nhấn mạnh việc phải phấn đấu học tập (thông qua áp lực của kỳ thi cuối cấp), thông qua hình ảnh nỗ lực của bạn bè cùng lớp, khát vọng theo đuổi ước mơ (ví dụ thông qua việc nỗ lực học tập, thi được điểm cao, thành công đậu vào trường đại học mình mơ ước hoặc là dũng cảm hướng đến cha mẹ biểu đạt nguyện vọng học tập ở một nơi nào đó, chọn một chuyên ngành mình yêu thích...), hay thậm chí là việc trân trọng những khoảnh khắc đáng nhớ khi còn ngồi trên ghế nhà trường, cùng bạn bè vượt qua khó khăn, thử thách, vươn đến thành công... Đây chính là những vấn đề mà bất kỳ người trẻ nào cũng đã, đang hoặc là sẽ trải qua trên con đường học vấn. Chính vì thế mà dòng phim này thông qua việc khơi gợi lại hoài ức, xây dựng viễn cảnh tương lai đã thành công thu hút sự chú ý của khán giả, khiến cho dòng phim này rất được yêu thích. Khi các bộ phim này lên sóng, đã không bao nhiêu khán giả trẻ đã cùng truyền nhau khẩu hiệu “Thanh xuân nợ tôi một Giang Thần/ Dư Hoài/ Lâm Dương/ Lộ Tinh Hà...”. Theo số liệu từ cuộc khảo sát vào tháng 10/2022, có đến 114 trong số 201 người tham gia khảo sát cho biết mình thích xem phim truyền hình thể loại thanh xuân vườn trường của Trung Quốc, chiếm tỉ lệ lên đến hơn 56,7%.

Từ đó có thể thấy được tầm quan trọng của “tương đồng văn hóa” thể hiện qua sự tương đồng trong hệ thống giáo dục cũng có thể ảnh hưởng sâu sắc đến việc quảng bá phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam.

2.2.3. Sự đồng nhất trong sở thích của giới trẻ

Một đặc điểm khác cũng thể hiện mạnh mẽ ảnh hưởng của “tương đồng văn hóa” lên việc quảng bá phim truyền hình Trung Quốc ở Việt Nam chính là sự đồng nhất trong sở thích của người trẻ. Do vị trí địa lý gần nhau, phong tục tập quán cũng tương tự nên người dân hai nước thường có nhiều sở thích giống nhau về phong cách ăn mặc, lời nói, suy nghĩ và các sản phẩm văn học mạng... mà những thứ này thường được truyền tải rất rõ rệt thông qua phim truyền hình.

Trong phim truyền hình, các diễn viên ăn mặc đẹp, thực hiện các cử chỉ, phong thái như thế nào luôn là tiêu điểm cho người xem học theo. Lướt một vòng mạng xã hội Facebook, chúng ta dễ dàng thấy được rất nhiều nhóm, trang chuyên thông tin về các bộ phim truyền hình Trung Quốc. Từ đó cảm nhận được độ “hot” của dòng phim này ở Việt Nam. Khán giả Việt Nam gần như “phát cuồng” để theo đuổi thần tượng, thậm chí một câu nói của diễn viên trên phim cũng có thể trở thành câu khẩu ngữ được truyền bá rộng rãi trên các diễn đàn mạng. Ví dụ như câu nói của nhân vật Hà Dĩ Thâm do Chung Hán Lương thủ vai trong bộ phim “Bên nhau trọn đời” ra mắt vào năm 2015: “你以后会明白，如果世界上曾经有那个人出现过，其他人都会变成将就。我不愿意将就。” (tạm dịch là “Sau này em sẽ hiểu được rằng nếu ở trên thế gian này từng có sự xuất hiện cô ấy thì những người khác chỉ là tạm bợ, anh không thích sự tạm bợ.”), dù đây chỉ là một câu thoại đơn giản trong vô số câu thoại trong phim nhưng lại trở thành “con sốt” bùng nổ mạng xã hội ở cả Trung Quốc và Việt Nam. Có thể mới thấy được sự tương đồng trong sở thích, phương thức hành động của giới trẻ của cả hai nước.

Không chỉ có vậy, phần đông khán giả Việt Nam đều trưởng thành trong tiểu thuyết kiếm hiệp của Kim Dung hay những câu chuyện ngôn

tình đẹp như tranh vẽ của văn học mạng Trung Quốc, chính vì thế mà khi những tiểu thuyết này được chuyển thể thành phim, khán giả sẽ cảm thấy vô cùng kích thích và mong đợi được xem. Thời đại hoàng kim của dòng phim chuyển thể từ tiểu thuyết Trung Quốc trong vòng vài thập kỷ nay cũng đã góp phần đưa phim truyền hình Trung Quốc bứt phá mạnh mẽ, chiếm vị trí quan trọng trong danh sách những quốc gia có sản phẩm phim ảnh được yêu thích nhất ở Việt Nam. Trong đó không thể không kể đến các bộ phim từng đình đám một thời như Thiên Long Bát Bộ (2003), Thần điêu đại hiệp (2006), Bên nhau trọn đời (2015), Cá mực hầm mật (2019)...

Việc có sự tương đồng trong sở thích của người trẻ đã góp phần không nhỏ thúc đẩy việc quảng bá phim truyền hình Trung Quốc tại thị trường Việt Nam, giúp nội dung phim dễ dàng đi sâu vào lòng khán giả. Mà hiệu ứng này chính là cốt lõi của lý luận “tương đồng văn hóa” mà Joseph Straubhaar muốn truyền đạt.

3. KẾT LUẬN

Có thể nói rằng, phim truyền hình Trung Quốc được yêu thích ở Việt Nam là do hai nước có vị trí gần nhau, văn hóa tương tự, phong tục, tập quán cũng không khác nhau là mấy. Điều này khiến cho người dân ở cả hai nước dễ dàng tiếp nhận các sản phẩm văn hóa của nhau. So với các dòng phim khác, khán giả Việt Nam đặc biệt thích xem phim truyền hình Trung Quốc, mà “tương đồng văn hóa”, đặc biệt là ở tư tưởng Nho giáo, hệ thống giáo dục và cả sở thích của giới trẻ đã góp phần không hề nhỏ trong việc khởi xướng niềm yêu thích từ bên trong tâm hồn người Việt Nam. Đây chính là đặc trưng giúp phim truyền hình Trung Quốc thu hút được nhiều khán giả Việt, góp phần giảm thiểu phần nào khó khăn trong việc quảng bá thể loại phim này trên thị trường Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoskins C, & Mirus R (1988). *Reasons for the US Dominance in International Trade in Television Programs*. Media Culture & Society, 1988(4), pp. 499-504.
2. Bai Yin & Huong, L. T., & Chen Junpeng (2021). *The strategies of culture adaptability for the dissemination of Chinese TV dramas by country—Taking the dissemination of domestic dramas*

- in Vietnam as an example, in Chinese*. China Television, 2021(10), pp. 12-19.
3. Straubhaar J (1991). *Beyond media imperialism: Asymmetrical interdependence and cultural proximity*. *Critical Studies in Mass Communications*,8(1), pp. 39-59.
 4. Hiếu, L. T. (2015). *Ảnh hưởng của Nho giáo trong văn hóa Việt Nam*. *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam*, số 4(89), pp. 88-97.
 5. Zhang Ling & Chen Ying (2022). *Thoughts on the "Cultural Proximity" theory—Taking the spread of Chinese TV dramas in Vietnam as an example, in Chinese*. *Journal of News Research*, 2022(13), pp. 46-49.

Thông tin của tác giả:**ThS. Nguyễn Thị Diễm Kiều**

Khoa Ngôn ngữ Trung Quốc, Trường Ngôn ngữ - Văn hóa - Nghệ thuật Khmer Nam Bộ và Nhân văn, Trường Đại học Trà Vinh

Điện thoại: +(84).368.741.529 Email: kelly.nguyen0302@gmail.com; kieunttd@tvu.edu.vn

ThS. Tô Xiếu Ai

Khoa Ngôn ngữ Trung Quốc, Trường Ngôn ngữ - Văn hóa - Nghệ thuật Khmer Nam Bộ và Nhân văn, Trường Đại học Trà Vinh

Điện thoại: +(84).774.622.611 Email: txai@tvu.edu.vn

THE EFFECTS OF "CULTURAL PROXIMITY" IN PROMOTION CHINESE TV DRAMAS IN VIETNAM

Information about authors:

Nguyen Thi Diem Kieu, M.A., Lecturer of Department of Chinese Studies, School of Southern Khmer Language - Culture - Arts and Humanity, Tra Vinh University. Email: kelly.nguyen0302@gmail.com, or kieunttd@tvu.edu.vn

To Xieu Ai, M.A., Lecturer of Department of Chinese Studies, School of Southern Khmer Language - Culture - Arts and Humanity, Tra Vinh University

ABSTRACT:

In conjunction with the development of the Internet system and globalization trends, promoting culture through TV dramas has become an important part of each country's communication strategy. In China, the TV drama industry develops relatively early than other countries in Asia. With the characteristic of "Cultural Proximity", Chinese TV dramas easily receive warm responses from Asian audiences, including Vietnam. This article will analyze the influence of "Cultural Proximity" on the promotion of Chinese TV dramas in Vietnam in the following three aspects: Confucian ideology, the education system and young people's preferences.

Keywords: *Cultural interference, Chinese TV dramas, Cultural promotion, Cultural communication, Cultural Proximity*

REFERENCES

1. Hoskins C, & Mirus R (1988). *Reasons for the US Dominance in International Trade in Television Programs*. Media Culture & Society, 1988(4), pp. 499-504.
2. Bai Yin & Huong, L. T., & Chen Junpeng (2021). *The strategies of culture adaptability for the dissemination of Chinese TV dramas by country—Taking the dissemination of domestic dramas in Vietnam as an example, in Chinese*. China Television, 2021(10), pp. 12-19.
3. Straubhaar J (1991). *Beyond media imperialism: Asymmetrical interdependence and cultural proximity*. Critical Studies in Mass Communications, 8(1), pp. 39-59.
4. Hieu, L. T. (2015). *The effects of Confucianism in Vietnamese's culture, in Vietnamese*. Vietnam Social Sciences Review, 4(89), pp. 88-97.
5. Zhang Ling & Chen Ying (2022). *Thoughts on the "Cultural Proximity" theory—Taking the spread of Chinese*

Ngày nhận bài: 29/12/2023;

Ngày gửi phản biện: 29/12/2023;

Ngày nhận phản biện: 16/02/2024;

Ngày chấp nhận đăng: 19/02/2024.



MỘT SỐ HÌNH ẢNH HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT



Lễ công bố Quyết định bổ nhiệm Phó hiệu trưởng Nhà trường nhiệm kỳ 2022-2027 – TS. Phạm Đức Thọ



Nhóm tác giả ĐT đạt giải nhì trong Cuộc thi sáng tạo KT tỉnh lần thứ IX

Nghiệm thu đề tài NCKH cấp Trường của TS. Lê Hồ Hiếu

Nghiệm thu đề tài NCKH cấp Trường của ThS. Trần Thị Hoàn



Hội thảo Khoa học Khoa KHCĐ

Hội thảo Khoa học Khoa CKĐL

Hội thảo Khoa học Khoa Mỏ - Công trình



Trường Đại học Công nghiệp Quảng Ninh hợp tác với ĐH Soonchunhyang – Hàn Quốc

Trường ĐH Công nghiệp QN hợp tác với ĐH KH&CN Quốc gia Cao Hùng – Đài Loan

Trường ĐH Công nghiệp QN hợp tác với ĐH Bách khoa Saskatchewan – Canada



MỘT SỐ HÌNH ẢNH HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT



Nhà trường gặp mặt và hợp tác với Công ty TNHH Kỹ thuật điện tử TONY - TLC



Nhà trường trong cuộc họp về hợp tác NCKH và chuyển giao công nghệ với Công ty TNHH Công ty TNHH Đầu tư và Thương mại Quang Minh



Trường ĐH Công nghiệp Quảng Ninh tổ chức Lễ cắt băng khánh thành Nhà điều hành A2 và 02 sân bóng cỏ nhân tạo



Lễ trao Học bổng TOYOTA và Học bổng năng lượng tương lai cho SV Nhà trường



Tập huấn kỹ năng số cho SV Nhà trường



Nhạc hội chào Tân SV K16



Hội trại truyền thống chào mừng 65 sinh nhật Trường



Ngày hội hiến máu nhân tạo tại Trường

TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUI

Cơ quan chủ quản: Trường Đại học Công nghiệp Quảng Ninh
Địa chỉ: Phường Yên Thọ, thị xã Đông Triều, tỉnh Quảng Ninh

Website: <https://jstqui.vn> | Email: jstqui@qui.edu.vn | Tel: 0203.3871.092