

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

Lê Thu Trang

CHÍNH SÁCH NGOẠI GIAO VĂN HOÁ CỦA VIỆT NAM
(2009-2020)

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUỐC TẾ HỌC

Hà Nội - 2024

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

Lê Thu Trang

CHÍNH SÁCH NGOẠI GIAO VĂN HOÁ CỦA VIỆT NAM
(2009-2020)

Chuyên ngành: Quan hệ quốc tế

Mã số: 9310601.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUỐC TẾ HỌC

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS.TS. Bùi Hồng Hạnh

Hà Nội - 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học của cá nhân tôi. Tên đề tài luận án không trùng với bất kỳ công trình nào đã được công bố. Các số liệu, tài liệu, trích dẫn trong luận án là trung thực, khách quan, rõ ràng về xuất xứ.

Tác giả luận án

Lê Thu Trang

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận án này, trước tiên, tôi xin gửi lòng biết ơn chân thành nhất đến PGS.TS. Bùi Hồng Hạnh, khoa Quốc tế học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội bởi sự hướng dẫn tận tâm của cô đã dành cho tôi trong quá trình nghiên cứu luận án *Chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam (2009-2020)* được hoàn thành một cách tốt nhất.

Cùng với lời cảm ơn sâu sắc nhất của tôi dành tặng đến các thầy, cô, đồng nghiệp của Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội đã luôn động viên hỗ trợ tôi hoàn thành chương trình học và luận án Tiến sĩ ngành Quốc tế học này.

Hà Nội, tháng 3 năm 2024

NCS. Lê Thu Trang

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

LỜI CẢM ƠN

MỤC LỤC..... 1

MỞ ĐẦU 3

1. Lý do chọn đề tài 3

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu 4

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu 5

4. Phương pháp nghiên cứu 5

5. Nguồn tài liệu 7

6. Đóng góp của luận án 7

7. Cấu trúc của luận án 7

Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU..... 9

1.1. Các công trình nghiên cứu lý luận về ngoại giao văn hóa 9

1.2. Nghiên cứu về các yếu tố cấu thành nên ngoại giao văn hóa Việt Nam 11

1.3. Nghiên cứu về chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam 12

1.4. Nhận xét 14

Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ HOẠCH ĐỊNH CỦA CHÍNH SÁCH

NGOẠI GIAO VĂN HOÁ VIỆT NAM 16

2.1. Cơ sở lý luận 16

2.1.1. Các khái niệm 16

2.1.2. Nội hàm và vai trò của chính sách ngoại giao văn hoá 23

2.2. Cơ sở hoạch định chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam 30

2.2.1. Nhân tố bên ngoài 30

2.2.2. Nhân tố bên trong 34

2.2.3. Nền tảng ngoại giao văn hoá của Việt Nam qua các thời kỳ 46

TIÊU KẾT 57

Chương 3. NỘI DUNG VÀ THỰC TIỄN TRIỂN KHAI CHÍNH SÁCH

NGOẠI GIAO VĂN HOÁ CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2009-2020 59

3.1. Sự ra đời của các chiến lược và cơ sở pháp lý của chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam 59

3.2. Nội dung chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam giai đoạn 2009-2020	63
3.3. Thực tiễn triển khai chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam giai đoạn 2009-2020	68
3.3.1. <i>Thúc đẩy hoạt động và nâng cao vai trò của Việt Nam tại các tổ chức quốc tế</i>	68
3.3.2. <i>Quảng bá thông tin, hình ảnh đất nước</i>	69
3.3.3. <i>Trao đổi văn hóa và các chương trình biểu diễn nghệ thuật</i>	70
3.3.4. <i>Đồng tổ chức các sự kiện văn hóa và tham gia hợp tác văn hóa quốc tế</i>	72
3.4. Trường hợp nghiên cứu - Đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh - Anh hùng giải phóng dân tộc, nhà văn hoá kiệt xuất ở nước ngoài” giai đoạn 2009-2019	73
3.4.1. <i>Nội dung đề án</i>	73
3.4.2. <i>Kết quả triển khai</i>	74
3.4.3. <i>Đánh giá việc triển khai đề án</i>	78
TIÊU KẾT	81
Chương 4. ĐÁNH GIÁ, DỰ BÁO VÀ KHUYẾN NGHỊ	82
4.1. Thành tựu và hạn chế của ngoại giao văn hóa Việt Nam (2009-2020)	82
4.1.1. <i>Thành tựu</i>	82
4.1.2. <i>Hạn chế</i>	87
4.2. Ngoại giao văn hóa Việt Nam đến năm 2030	93
4.2.1 <i>Xu hướng và đặc điểm của ngoại giao văn hóa hiện đại trên thế giới</i>	93
4.2.2. <i>Thuận lợi và khó khăn đối với ngoại giao văn hóa Việt Nam</i>	99
4.2.3. <i>Xu hướng của ngoại giao văn hóa Việt Nam</i>	102
4.3. Khuyến nghị	108
TIÊU KẾT	115
KẾT LUẬN	117
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN	121
TÀI LIỆU THAM KHẢO	122
PHỤ LỤC 1: BẢNG HỎI VÀ DANH SÁCH PHÒNG VẤN	- 1 -
PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH CÁC HOẠT ĐỘNG NGOẠI GIAO VĂN HOÁ CỦA VIỆT NAM TỪ 2009-2020	- 3 -

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Chiến tranh Lạnh kết thúc đưa đến những biến đổi phức tạp của tình hình thế giới hiện đại. Những năm đó chứng kiến sự thay đổi mạnh mẽ trong thái độ và suy nghĩ về văn hóa với việc sử dụng nhiều những thuật ngữ mới như: “văn hóa châu Á”, “văn hóa châu Âu”, “văn hóa Hồi giáo” hay nói cách khác đó là sự khẳng định những giá trị văn hóa, ngôn ngữ riêng biệt trong đời sống và quan hệ quốc tế. Bên cạnh đó, quyền lực của các nền văn minh cũng thay đổi mạnh mẽ. Khi mà các nền văn minh phương Tây suy giảm tầm ảnh hưởng tương đối rõ rệt thì các quốc gia châu Á mở rộng sức mạnh kinh tế, quân sự và chính trị, các quốc gia Hồi giáo cũng như các nước láng giềng có sự bùng nổ về mặt dân số cùng với các hậu quả bất thường; và hơn cả là các nền văn minh không phải phương Tây đều tái khẳng định rộng rãi các giá trị văn hóa của họ [Huntington, 2007, x]. Chính điều này tạo nên nhu cầu cấp thiết cần chú trọng hơn vào việc thúc đẩy thiện chí và hiểu biết quốc tế thông qua văn hóa. Văn hóa và sự đa dạng của văn hóa là công cụ của các phương thức hoạt động chính trị mới nhằm thúc đẩy mối quan hệ giữa các thể chế, các quốc gia, và châu lục. Sự thay đổi về nhận thức cộng với những nghiên cứu đầy đủ hơn đã chứng minh mức độ các quốc gia coi trọng văn hoá thông qua phát triển ngoại giao văn hóa với tư cách là một bộ phận của ngoại giao công chúng và là công cụ mạnh mẽ và hiệu quả để cải thiện hình ảnh và quan hệ giữa các nước, đóng góp quan trọng vào công cuộc xây dựng quốc gia. Do đó ngoại giao văn hóa không chỉ giúp thúc đẩy tư duy, nhận thức mới mà còn giúp lường trước các thay đổi, dự đoán các xung đột trong tương lai để từ đó triển khai các biện pháp hữu hiệu nhằm phòng ngừa và giải quyết hiệu quả.

Không nằm ngoài xu thế này, sự kết hợp giữa nhận thức về vai trò của văn hóa và nhận thức về sự cần thiết đẩy mạnh hội nhập quốc tế đã đưa ngoại giao văn hóa thực sự trở thành một trong ba trụ cột của nền ngoại giao hiện đại Việt Nam. Ngoại giao văn hóa của Việt Nam trong thế kỷ XXI được nhắc đến và nêu bật tại Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X Đảng Cộng sản Việt Nam và Hội nghị ngoại

giao lần thứ 25 (năm 2006) khi lần đầu tiên chính thức coi Ngoại giao Văn hoá là một trong ba trụ cột quan trọng của Ngoại giao Việt Nam. Tiếp đến Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI của Đảng Cộng sản Việt Nam đã nêu chủ trương: "Triển khai đồng bộ, toàn diện hoạt động đối ngoại" [Đảng Cộng sản Việt Nam, 2011, 235], đồng thời đề cập trực tiếp đến vai trò của ngoại giao văn hóa: "Phối hợp chặt chẽ hoạt động đối ngoại của Đảng, ngoại giao Nhà nước và ngoại giao công chúng; giữa ngoại giao chính trị với ngoại giao kinh tế và ngoại giao văn hóa" [Đảng Cộng sản Việt Nam, 2011, 238]. Năm 2008, Phó thủ tướng kiêm Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm kêu gọi toàn Ngành lấy năm 2009 là *Năm Ngoại giao Văn hoá*. Theo đó, Chính phủ đã phê duyệt hai văn bản quan trọng là *Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến năm 2020* (2011) và *Chiến lược Văn hoá đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn 2030* (2015) chính là sự ghi nhận quan trọng của chính phủ Việt Nam đối với hoạt động ngoại giao văn hóa. Những biến chuyển này không chỉ tạo điều kiện cho các hoạt động ngoại giao văn hóa gia tăng về quy mô, tầm vóc mà còn ngày càng thu hút sự chú ý và tham gia của toàn xã hội. Bộ Ngoại giao Việt Nam, Bộ Văn hóa Thông tin và Truyền thông hiện đang là hai cơ quan chủ quản tổ chức và thực hiện phần lớn các hoạt động ngoại giao văn hóa trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, sự tham gia của tất cả các ban ngành khác cùng với chính quyền các địa phương trong cả nước đều đã và đang tích cực thực hiện các hoạt động ngoại giao văn hóa riêng biệt.

Với những lý do như đã nêu trên, nghiên cứu sinh quyết định chọn đề tài "*Chính sách ngoại giao văn hoá của Việt Nam (2009-2020)*" cho luận án tiến sĩ chuyên ngành Quan hệ quốc tế.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục tiêu chung

Làm rõ chính sách ngoại giao văn hoá của Việt Nam giai đoạn 2009-2020 để từ đó đưa ra các khuyến nghị cải thiện hoạt động ngoại giao văn hoá của Việt Nam

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

- Làm rõ nội hàm khái niệm ngoại giao văn hoá để xây dựng cơ sở lý luận cho đề tài.

- Phân tích các nhân tố tác động làm cơ sở cho chính sách ngoại giao văn hoá của Việt Nam 2009-2020.
- Phân tích nội dung và thực tiễn triển khai chính sách ngoại giao văn hoá của Việt Nam.
- Đánh giá thành tựu, hạn chế từ đó đưa ra khuyến nghị chính sách cho Việt Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu:* chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam
- *Phạm vi nghiên cứu:*
 - o Phạm vi thời gian: đề tài tập trung vào khoảng thời gian 2009-2020 khi lấy 2009 là *Năm Ngoại giao văn hoá* và là khoảng thời gian Việt Nam định hướng ngoại giao văn hoá là trọng tâm đối ngoại quốc gia với hai chiến lược được triển khai từ 2011 và kết thúc vào 2020.
 - o Phạm vi không gian: không gian trong nước và các quốc gia trên thế giới có các hoạt động ngoại giao văn hoá của Việt Nam được thực hiện.
 - o Phạm vi nội dung: đề tài nghiên cứu các chủ trương chung của Đảng và Nhà nước về ngoại giao văn hoá tập trung vào các hoạt động và chiến lược cụ thể do Bộ Ngoại giao và Bộ Văn hoá chịu trách nhiệm chính.

4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này kết hợp sử dụng các phương pháp nghiên cứu chung trong khoa học xã hội và nhân văn cùng cách tiếp cận chính sách ngoại giao đặc thù trong quan hệ quốc tế nhằm tập trung vào ý nghĩa và nâng cao sự hiểu biết về các quá trình, hiện tượng và hoạt động trong quan hệ quốc tế nói chung và ngoại giao văn hóa nói riêng. Nghiên cứu định tính bao gồm một loạt các phương pháp từ phỏng vấn đến quan sát, thảo luận, và các phương pháp lịch sử. Nghiên cứu này áp dụng các phương pháp sau:

Tiếp cận phân tích chính sách: đề tài áp dụng các tiếp cận chính sách trong nghiên cứu chính sách ngoại giao văn hoá của Việt Nam (2009-2020) từ chu trình chính

sách gồm (1) cơ sở hoạch định chính, (2) nội dung và thực tiễn triển khai, (3) đánh giá chính sách

Chuyên gia: Tác giả thực hiện các buổi trao đổi và nói chuyện với những người làm công tác nghiên cứu và những người tham gia vào quá trình ra quyết định và thực hiện các chính sách liên quan đến ngoại giao văn hóa để tìm hiểu quan điểm của họ và nguyên nhân đằng sau các quyết định được đưa ra. Thông tin được thu thập dựa trên các câu hỏi mở và trao đổi cho phép tác giả và đáp viên cùng chia sẻ và thảo luận những góc nhìn mới và đa chiều về các vấn đề quan tâm. Tác giả cũng thực hiện phỏng vấn với các nhà nghiên cứu tại Việt Nam để so sánh quan điểm khác nhau của các bên về các vấn đề liên quan đến ngoại giao văn hóa nhằm tìm kiếm những phương thức phù hợp với bối cảnh của Việt Nam.

Nghiên cứu trường hợp: Luận án sử dụng Đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh - Anh hùng giải phóng dân tộc, nhà văn hoá kiệt xuất ở nước ngoài” giai đoạn 2009-2019 của Bộ Ngoại giao để làm ví dụ điển hình cho việc thực thi chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam dựa trên những thành tựu, hạn chế và ý nghĩa của đề án trong tổng thể bức tranh ngoại giao văn hoá của nước nhà.

Phương pháp lịch sử: Phương pháp lịch đại được áp dụng để phân tích dữ liệu thứ cấp sẵn có cung cấp cái nhìn toàn diện về sự hình thành, những thay đổi và quá trình phát triển của ngoại giao văn hóa, ngoại giao văn hóa Việt Nam trên cơ sở đối chiếu và so sánh với các nước khác trên thế giới trong đó có Nhật Bản. Những dữ liệu và nghiên cứu này không chỉ phản ánh các quy luật và bản chất của ngoại giao văn hóa mà còn cung cấp thông tin về lịch sử phát triển, mô hình phát triển, các nhân tố tác động đến ngoại giao văn hóa và dân tộc thiểu số. Cùng với các nghiên cứu về lý thuyết quan hệ quốc tế, phương pháp này giúp chúng ta hiểu được ý nghĩa và tác động của ngoại giao văn hóa và khái quát hóa mối quan hệ cũng như vị thế của quốc gia thông qua phương thức ngoại giao này.

Ngoài ra đề tài còn sử dụng các phương pháp nghiên cứu phổ biến khác như nghiên cứu chính sách, logic, so sánh, dự báo, v.v để tiếp cận và giải quyết các vấn đề được đặt ra.

5. Nguồn tài liệu

Luận án dựa trên nguồn tài liệu sơ cấp, chủ yếu là các văn bản chính sách sau: (1) các văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc của Đảng Cộng Sản Việt Nam; Văn kiện của Đảng và Nhà nước về Ngoại giao văn hoá, Nghị quyết của các Hội nghị ngoại giao Việt Nam; Chiến lược đối ngoại đổi mới; (2) Chiến lược ngoại giao văn hoá của Việt Nam đến năm 2020, Chiến lược ngoại giao văn hoá của Việt Nam đến năm 2030; Chiến lược văn hoá đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn 2030; (3) Một số văn bản liên quan như Luật Di sản, Luật bảo tồn và phát huy văn hoá các dân tộc thiểu số; (4) các sách chuyên khảo, tạp chí, bài báo về ngoại giao văn hoá.

6. Đóng góp của luận án

Luận án cung cấp nguồn tài liệu quan trọng hệ thống hóa những thay đổi chính của ngoại giao văn hóa Việt Nam trong thế kỷ XXI. Đồng thời, đề tài cung cấp tài liệu đánh giá toàn diện về những thành tựu, hạn chế đồng thời đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả ngoại giao văn hóa. Nhờ vậy, đề tài góp phần nâng cao nhận thức về vị trí, vai trò cũng như chức năng nhiệm vụ của ngoại giao văn hóa trong bối cảnh hiện nay và trong chiến lược ngoại giao nói chung. Kết quả nghiên cứu của luận án góp phần hỗ trợ chính phủ và các nhà nghiên cứu về ngoại giao văn hóa Việt Nam trong việc xây dựng chiến lược ngoại giao văn hóa nói riêng và xây dựng hình ảnh đất nước Việt Nam nói chung đồng bộ và dài hạn. Những khuyến nghị của đề tài tập trung vào tính thực tiễn cao, do đó, cung cấp các đề xuất để xây dựng các chiến lược và chương trình hoạt động chi tiết để nâng cao chất lượng và hiệu quả của ngoại giao văn hóa Việt Nam hiện nay.

7. Cấu trúc của luận án

Luận án được chia làm bốn phần (ngoài mở đầu và kết luận) với nội dung chính như sau:

- **Chương 1: Tổng quan hình hình nghiên cứu** tìm hiểu các công trình của các học giả trong và ngoài nước về ngoại giao văn hoá để có được hình dung chung về ngoại giao văn hoá và rút ra được những tồn tại trong các công trình này để tiếp tục nghiên cứu trong đề tài này.

- **Chương 2: Cơ sở lý luận và thực tiễn của ngoại giao văn hoá Việt Nam** cung cấp những khái niệm cơ bản, đặc điểm và vai trò của ngoại giao văn hóa, nghiên cứu thực tiễn ở Việt Nam cũng như trên thế giới, đồng thời xem xét các nhân tố tương quan như ngoại giao công chúng và quyền lực mềm.
- **Chương 3: Nội dung và thực tiễn triển khai chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam giai đoạn 2009-2020** sẽ xác định nội hàm của ngoại giao văn hóa Việt Nam để đánh giá những thay đổi và hoạt động chính của ngoại giao văn hóa Việt Nam trong giai đoạn 2009-2020; nghiên cứu trường hợp cụ thể đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh”
- **Chương 4: Đánh giá, dự báo và khuyến nghị** phân tích những thành tựu, hạn chế, thuận lợi, khó khăn của ngoại giao văn hóa Việt Nam để từ đó đưa ra những khuyến nghị nhằm phát triển ngoại giao văn hóa Việt Nam hiệu quả và chất lượng.

Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

Liên quan đến nhóm tài liệu nghiên cứu của đề tài có thể chia làm ba nhóm chính:

1.1. Các công trình nghiên cứu lý luận về ngoại giao văn hóa

Văn hóa đóng vai trò nền tảng và nòng cốt của ngoại giao văn hóa, văn hóa là xương sườn của cá thể sống ngoại giao văn hóa, chính vì thế không ít công trình nghiên cứu tập trung đến đề tài này. Liên quan chặt chẽ đến vai trò của văn hóa trong quan hệ quốc tế, mối quan hệ giữa văn hóa và ngoại giao văn hóa không thể không đề cập đến tác giả Samuel P. Huntington (2007) với cuốn *Sự va chạm của các nền văn minh* đã chỉ ra vai trò đặc biệt quan trọng của văn hóa trong quan hệ quốc tế, những tác động bao trùm của văn hóa lên toàn thế giới. Huntington (2007) đã nói trong thế giới hậu chiến tranh Lạnh, văn hóa chứ không phải lý tưởng, chính trị hay kinh tế mới là nét khác biệt, sự độc đáo phân biệt người này với người khác. Joseph Nye, Jr (1990, 2002, 2009) (tiêu biểu như *Soft Power: The Means to Success in World Politics*) là người đầu tiên đưa ra khái niệm quyền lực mềm là chủ thể bao trùm của ngoại giao văn hóa và ngoại giao công chúng cũng như mối tương quan của các chủ thể này. Ông đã nhấn mạnh văn hóa chính là một trong những cội nguồn của quyền lực mềm; theo đó năng lực của một quốc gia ảnh hưởng đến quốc gia khác thông qua văn hóa, các ý tưởng chính trị và các chính sách, trong đó văn hóa được coi là một nguồn của quyền lực mềm. Hay cuốn sách *Culture and International History* của Gienow-Hecht J. C. E., Schumacher F. (2004) đã khái quát văn hóa “thực sự là phần thiết yếu của ngành quan hệ quốc tế, nó là nhân tố cơ bản cho nghiên cứu của ngành”.

Đối với nguồn tài liệu về lý thuyết ngoại giao văn hóa, hiện nay đã hình thành nên một hệ thống bài viết, tác phẩm, công trình về ngoại giao văn hóa với tư cách là một chủ thể nghiên cứu xuất hiện khá nhiều như Gienow-Hecht J. C. E., Donfried M. C. (2010) *Searching for a Cultural Diplomacy* hay Laos N. K. (2011) với *Foundations of cultural diplomacy*. Nếu như Laos tập trung vào nền tảng của ngoại giao văn hóa như văn hoá, quy chuẩn, quan hệ quốc tế, các giá trị, các học

thuyết thì Gienow-Hecht lại tập trung phân tích đặc điểm ngoại giao văn hóa của các quốc gia khu vực khác nhau nhằm làm rõ và khái quát lên mô hình của ngoại giao văn hóa. Các nhà nghiên cứu Hoa Kỳ sử dụng ngoại giao văn hóa để miêu tả quá trình quốc gia gia tăng khu vực ảnh hưởng thông qua những hình thức phi chính trị, phi quân sự với tư cách là một cực của thế giới. Lịch sử nghiên cứu và tìm kiếm định nghĩa về ngoại giao văn hóa được thể hiện khá đầy đủ trong cuốn sách *Searching for Cultural Diplomacy* với khái quát ba hướng chính là: (i) sự trao đổi ý tưởng, thông tin, nghệ thuật và các khía cạnh văn hóa khác giữa các quốc gia và người dân của họ để thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau; (ii) việc sử dụng các nhân tố văn hóa để gây ảnh hưởng tới người dân nước khác, các nhà hoạch định quan điểm và thậm chí là các lãnh đạo nước ngoài; (iii) một quá trình đa diện của chính trị văn hóa quốc tế dưới tác động của các mục tiêu quốc gia và bối cảnh chính trị-xã hội khác nhau. Ngoài ra, không thể không kể đến những đóng góp không nhỏ trong việc xây dựng lý thuyết và cung cấp một bức tranh tổng thể về ngoại giao văn hóa trong các công trình nghiên cứu chính sách của các quốc gia ví dụ như Luke M. C., Kersel M. M. (2012) với *U.S. Cultural Diplomacy and Archaeology: Soft Power, Hard Heritage*.

Ở Việt Nam, những công trình nghiên cứu về ngoại giao văn hoá nói chung vẫn còn rất mới nhưng đã thu hút được sự quan tâm của nhiều học giả và nhà nghiên cứu. Bài viết “Giao lưu văn hoá và sự xích lại gần nhau giữa các nền văn hoá Đông-Tây trong thời đại ngày nay” trên *Tạp chí Nghiên cứu lý luận* của Nguyễn Hồng Sơn (2008) đã phân tích tầm quan trọng của việc giao lưu văn hoá đối với Việt Nam trong bối cảnh hiện nay. Cuốn sách *Ngoại giao và Công tác Ngoại giao* của Vũ Dương Huân (2009) đã trình bày những nội dung liên quan đến ngoại giao và công tác ngoại giao và đánh hẳn một chương nói về ngoại giao văn hoá. Bài viết “Vài dòng suy nghĩ về ngoại giao văn hoá” của cùng tác giả trên tạp chí *Nghiên cứu quốc tế* năm 2007 cũng đã đề cập đến nội hàm khái niệm ngoại giao văn hoá trên thế giới cũng như ở Việt Nam. Khái niệm về ngoại giao văn hoá và các khái niệm liên quan như văn hoá ngoại giao, văn hoá đối ngoại cũng được Hoàng Vinh Thành (2009) bàn tới trong bài viết “Ngoại giao văn hoá: bắt đầu từ khái

niệm” trên tạp chí *Nghiên cứu quốc tế*. Phạm Thái Việt thì lại nghiên cứu về mối quan hệ giữa “Quan hệ công chúng và quan hệ văn hoá” trên tạp chí *Nghiên cứu quốc tế* số 3 năm 2009. Mối quan hệ giữa ngoại giao văn hóa và quyền lực mềm tại Việt Nam cũng ghi nhận một số bài viết rất thú vị như “Cultural diplomacy promotes Vietnam’s soft power” của VOV (01/02/2017) hay như trong “Ngoại giao Văn hóa- một trong ba trụ cột của Ngoại giao Việt Nam” trên VOV (16/10/2008) mà trong đó, Phạm Gia Khiêm (2008), nguyên Phó Thủ tướng Việt Nam và Bộ trưởng Bộ Ngoại giao, thấy ngoại giao văn hóa như một công cụ cho Việt Nam để tăng cường quyền lực mềm của nó và trở thành một tiếng nói có trọng lượng trong khu vực.

1.2. Nghiên cứu về các yếu tố cấu thành nên ngoại giao văn hóa Việt Nam

Về bản sắc văn hóa và các giá trị văn hóa truyền thống của Việt Nam có thể kể đến Trần Văn Giàu (1980), *Giá trị truyền thống của dân tộc Việt Nam*; Trần Ngọc Thêm (1996) *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam: Cái nhìn hệ thống - loại hình*; Phan Ngọc (1998) *Bản sắc Văn hóa Việt Nam*. Những nghiên cứu kỹ lưỡng và chuyên sâu này giúp đề tài khái quát và xác định các giá trị văn hóa truyền thống và quý báu của Việt Nam làm nền tảng của hoạt động ngoại giao văn hóa. Các nhà hoạch định chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam có nói: “Điều quan trọng nhất của ngoại giao văn hóa Việt Nam là giới thiệu cái hồn, cái tinh túy, và nét đẹp của con người Việt Nam”. Những tác phẩm nghiên cứu về văn hóa truyền thống của Việt Nam chính là để khẳng định nét đẹp truyền thống của con người Việt Nam để giới thiệu ra cộng đồng quốc tế. Bài viết “Văn hóa dân gian và văn hóa dân tộc” của tác giả Ngô Đức Thịnh (2007) trên *Tạp chí Cộng sản* khái quát khá đầy đủ những đặc điểm văn hóa dân gian tác động đến đời sống cũng như hình thành bản sắc văn hóa dân tộc. Đó là văn hóa xóm làng trội hơn văn hóa đô thị, văn hóa truyền miệng lấn át văn hóa chữ nghĩa, ứng xử duy tình nặng hơn duy lý, chủ nghĩa yêu nước trở thành cái trục của hệ ý thức Việt Nam, nơi sản sinh và tích hợp các giá trị văn hóa Việt Nam... Nghiên cứu về bản sắc dân tộc, các học giả Việt Nam cũng có nhiều quan điểm khác nhau ví dụ như tác giả Trần Văn Giàu khái quát là: Yêu nước; Cần cù; Anh hùng; Sáng tạo; Lạc quan; Thương người; Vì nghĩa. Tác giả Trần Ngọc

Thêm đưa ra 5 đặc trưng: Tính cộng đồng; Tính ưa hài hòa; Tính trọng âm; Tính tổng hợp; Tính linh hoạt. Hay tác giả Trần Ngọc khái quát như sau: Sự quan tâm đến nhau; tinh thần đoàn kết; hòa thuận trong gia đình; lòng thương người; coi trọng con người không kể giàu nghèo. Đặc biệt, học giả Italia Claude Palazzoli chuyên nghiên cứu về Việt Nam cho rằng, bản sắc văn hóa Việt Nam nổi bật với ý thức “giữ phẩm giá không chịu để mất trong bất cứ thử thách nào”; “Nét cần cù có thể lấp biển”; “Lịch thiệp, tế nhị... khiến không khí không thô lỗ, nặng nề”; “Một sự tinh tế có thể chẻ sợi tóc làm tư”; “Tính dè dặt, kéo dài sự cân nhắc, xét đoán, quyết định”, “Tính thực dụng, khả năng thích ứng khéo léo và sáng suốt với mọi tình huống”; “lãng mạn, đa cảm.”

Nếu như nguồn tài liệu nghiên cứu về bản sắc văn hóa dân tộc phong phú và đa dạng thì các nghiên cứu đánh giá về quá trình thực hiện bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc còn nhiều hạn chế. Bên cạnh Luật di sản văn hóa, Việt Nam còn thiếu những chương trình cụ thể và thiết thực trong việc bảo tồn các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể. Điều này gây hạn chế đến việc đa dạng hóa hình thức hoạt động ngoại giao văn hóa đồng thời lãng phí một nguồn tài nguyên độc đáo và quý báu cho chiến lược phát triển ngoại giao văn hóa cả cấp nhà nước và địa phương trong cả ngắn hạn và dài hạn. Trên thực tế, đánh giá và xác định các yếu tố văn hóa mới dựa trên nền tảng giá trị văn hóa được bảo tồn cho phù hợp với những biến đổi trong đời sống đương đại là một phần quan trọng của bảo tồn văn hóa, vì các giá trị văn hóa truyền thống chỉ có thể tồn tại khi nó còn phản ánh và liên quan đến thực tế đời sống của các chủ thể. Đây cũng chính là một phần còn thiếu hụt trong nghiên cứu về bảo tồn văn hóa của Việt Nam.

1.3. Nghiên cứu về chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam

Nguồn tài liệu này bao gồm cả các ghi chép của báo chí về các hoạt động ngoại giao văn hóa diễn ra trong và ngoài nước, và các văn kiện chính thức của chính phủ Việt Nam liên quan đến ngoại giao văn hóa, bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống. Mặc dù ngoại giao văn hóa được coi là một trong ba trụ cột chính của ngoại giao Việt Nam nhưng hiện lại nguồn tài liệu nghiên cứu về đề tài này còn nhiều hạn chế và rời rạc. Nguồn thông tin chính về hoạt động ngoại giao

văn hóa của Việt Nam sẽ tập trung vào tin tức của bộ ngoại giao Việt Nam về các hoạt động ngoại giao văn hóa, tập trung vào những năm đầu thế kỷ XX, trong đó đặc biệt chú trọng vào các hoạt động của năm 2009 làm cơ sở dữ liệu phân tích. Ngoài ra đề tài cũng tham khảo một số nghiên cứu của các học giả trong nước đánh giá và khái quát các hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam trong những năm qua ví dụ như Vũ Anh Minh (2014) “Xây dựng chiến lược văn hóa đối ngoại Việt Nam đến năm 2020”, Nguyễn Dy Niên (2008) *Tư tưởng ngoại giao Hồ Chí Minh*, cuốn sách *Ngoại giao văn hóa cơ sở lý luận, kinh nghiệm quốc tế và ứng dụng* (2012) của Phạm Thái Việt, một số bài viết, bài phát biểu của các nhà ngoại giao, nhà nghiên cứu ngoại giao như Nguyễn Mạnh Cẩm, Vũ Khiêu, Phạm Sanh Châu, Vũ Dương Huân, Trần Trọng Toàn... trong Hội thảo quốc gia: "Ngoại giao văn hóa vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế, phục vụ hòa bình, hội nhập và phát triển bền vững" (2008); luận án tiến sĩ “*Ngoại giao văn hóa Việt Nam với ASEAN trong thời kỳ hội nhập*” của Nguyễn Thị Thùy Yên (2016). Những công trình nghiên cứu này không chỉ cung cấp những ý kiến về ngoại giao văn hóa rất sâu sắc và bổ ích mà còn góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận về ngoại giao văn hóa, xác định vai trò và cơ cấu của ngoại giao văn hóa trong quá trình hội nhập.

Tuy chưa nhiều nhưng những công trình nghiên cứu, bài viết của các tác giả trong nước hiện nay đã cung cấp nhiều thông tin quý báu và sâu sắc về vai trò của văn hóa trong đời sống chính trị, kinh tế, xã hội, trong hợp tác quốc tế cũng như chính sách đối ngoại của Việt Nam; vai trò của việc bảo tồn, tôn vinh, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, bản sắc dân tộc là cơ sở, nền tảng cho hoạt động ngoại giao văn hóa; tầm quan trọng của việc thay đổi nhận thức từ chính phủ đến địa phương cũng như toàn xã hội về vai trò của ngoại giao văn hóa trong thế giới hiện nay.

Xuất phát từ vai trò ngày càng quan trọng cũng như những thay đổi trong chính sách, nhận thức, và hành động ngoại giao văn hóa ngày càng được đề cập nhiều với nhiều đề tài nghiên cứu và bài viết có giá trị. Tiêu biểu như: Trần Thị Thu Hà (2012), *Ngoại giao văn hóa và vai trò của nó đối với chính trị Việt Nam từ 1986 đến nay*, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội*, Ngoại Ngữ; Phạm Sanh Châu

(2014), *Hoạt động ngoại giao văn hóa trong hai thập kỷ đầu thế kỷ XXI*, Bộ Ngoại giao: Vụ văn hóa Đối ngoại và UNESCO và Phạm Cao Phong (2012) *Ngoại giao văn hóa Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế*, Bộ Ngoại giao: Vụ văn hóa Đối ngoại và UNESCO khái quát đầy đủ và rõ nét về các giai đoạn hoạt động và phát triển của ngoại giao văn hóa Việt Nam qua các giai đoạn. Không chỉ có thế, ba tác phẩm này còn đưa ra được những đặc điểm, vai trò, mục tiêu, cũng như nội dung hoạt động của ngoại giao văn hóa Việt Nam. Trần Thị Thu Hà trích lời Nguyên Phó Thủ tướng Nguyễn Khánh nói về ngoại giao văn hóa là một trong những trụ cột của ngoại giao chứ không phải là bộ phận của văn hóa đối ngoại. Đó là việc thực hiện chính sách đối ngoại để đạt được mục tiêu chính trị bằng công cụ văn hóa, biện pháp văn hóa. Phạm Sanh Châu, Vụ trưởng Vụ đối ngoại và UNESCO, Bộ Ngoại giao trong Báo cáo đề dẫn “Ngoại giao văn hóa Việt Nam những khởi đầu thuận lợi để hướng tới tương lai”, in trong *Ngoại giao văn hóa “vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế”*, NXB Thế giới đưa ra khái niệm về ngoại giao văn hóa là một hoạt động đối ngoại được nhà nước tổ chức, ủng hộ và bảo trợ. Hoạt động này được triển khai trong một thời gian nhất định, nhằm đạt được những mục tiêu chính trị, đối ngoại, được xác định bằng các hình thức văn hóa như: nghệ thuật, lịch sử, tư tưởng, truyền thông, ẩm thực, phim, ấn phẩm, văn học... Các bài báo, đề tài nghiên cứu này đã và đang đề cập đến một số khía cạnh, một phần nào đó của ngoại giao văn hóa Việt Nam những năm vừa qua.

1.4. Nhận xét

Các công trình nghiên cứu đi trước đều có những giá trị tham khảo rất lớn. Các công trình này đã giúp (1) làm rõ được vai trò của văn hoá trong quan hệ quốc tế nói chung và như một công cụ quan trọng trong chính sách đối ngoại, chính sách ngoại giao của quốc gia; (2) các công trình lý luận đã phát triển nội hàm khái niệm ngoại giao văn hoá làm nền tảng cho các nghiên cứu tiếp theo dù vẫn còn chưa hoàn toàn thống nhất; (3) văn hoá và cơ sở văn hoá Việt Nam hết sức phong phú đã trở thành nền tảng cho chính sách ngoại giao văn hoá của Việt Nam dùng nghiên cứu về chính sách ngoại giao văn hoá của Việt Nam chưa nhiều.

Tuy nhiên, các nghiên cứu tập trung vào ngoại giao văn hóa này còn một số tồn tại như chú trọng vào các nghiên cứu trường hợp của các nước lớn có truyền thống ngoại giao văn hóa lâu đời như Hoa Kỳ, châu Âu, hay Nhật Bản; trong khi đó, các nước đang phát triển và mới nổi với hình thái và mục tiêu ngoại giao văn hóa khác biệt gần như không được chú trọng đến. Do đó, bức tranh tổng thể về ngoại giao văn hóa còn bị thiếu hụt. Trong các công trình nghiên cứu này, mối liên hệ tương quan giữa ngoại giao văn hóa, ngoại giao công chúng, quyền lực mềm cũng chưa được làm rõ nét gợi mở ra nhiều vấn đề có khả năng phát triển nghiên cứu.

So sánh với nguồn tài liệu phong phú về ngoại giao văn hoá của các quốc gia trên thế giới thì có thể thấy các công trình nghiên cứu về trường hợp Việt Nam còn rất hạn chế. Các công trình đã công bố tập trung nhiều vào mô tả hoạt động ngoại giao văn hoá rời rạc mà chưa có được sự tổng quát cụ thể đi từ phương diện chính sách để đánh giá về thành tựu cũng như những hạn chế của nền ngoại giao văn hoá Việt Nam từ trước tới nay nhất là giai đoạn bùng nổ 2009-2020. Do đó, luận án sẽ đi vào nghiên cứu một cách hệ thống toàn bộ quá trình triển khai chính sách ngoại giao văn hoá của Việt Nam để thấy được sự hình thành và phát triển của Việt Nam từ đó có sự so sánh với những thay đổi, tiến bộ so với các thời kỳ trước và có được những định hướng tương lai cho chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam thời gian tới.

Chương 2. CỞ SỞ LÝ LUẬN VÀ HOẠCH ĐỊNH CỦA CHÍNH SÁCH NGOẠI GIAO VĂN HOÁ VIỆT NAM

2.1. Cơ sở lý luận

2.1.1. Các khái niệm

2.1.1.1. Văn hoá

Văn hoá là một khái niệm đa dạng, rộng lớn, với hơn bốn trăm định nghĩa khác nhau xuất phát từ các góc nhìn và quan điểm. Điều này phản ánh tính phức tạp của khái niệm này. Những định nghĩa về văn hoá vẫn được sử dụng phổ biến cho đến hiện nay xuất hiện từ những giai đoạn những năm 1920-1930 cho thấy đây cũng không phải là một vấn đề mới. Dựa vào việc khảo cứu các khái niệm có thể phân chia các định nghĩa về văn hoá thành hai hướng tiếp cận chính: (1) những định nghĩa dựa trên sản phẩm cụ thể; (2) những định nghĩa dựa trên cách thức tiến hành.

Hướng tiếp cận thứ nhất gồm những định nghĩa dựa trên các sản phẩm định hình nên văn hoá. Tiêu biểu nhất là định nghĩa của Tylor (1939) “văn hoá bao gồm các công trình của loài người”, “văn hoá bao gồm các thành tựu của loài người được truyền từ đời này sang đời khác”, “văn hoá là tổng thể phức hợp gồm: tri thức, niềm tin, nghệ thuật, luân lý, luật pháp, phong tục và bất kì năng lực và thói quen được tạo ra bởi con người như là một thành viên của xã hội” [Tylor, 1939, 10]. Đây là khái niệm được trích dẫn nhiều nhất trong các công trình về văn hoá của những năm 1940 [Blumenthal, 1940, 571-586]. Cách định nghĩa theo hướng trình bày các sản phẩm có ưu điểm là khiến cho các nhà nghiên cứu về văn hoá dễ tiếp cận và hình dung một cách cụ thể những yếu tố bao hàm trong văn hoá nhưng gặp phải nhiều thách thức: thứ nhất, nếu nhìn nhận văn hoá bao gồm các sản phẩm của loài người thì đây là một khái niệm rất rộng bởi sản phẩm của con người tạo ra có cả vật chất lẫn phi vật chất; thứ hai, nếu định nghĩa dựa trên liệt kê các sản phẩm của loài người thì khái niệm này sẽ luôn phải cập nhật và sẽ chỉ có thể áp dụng trong từng giai đoạn lịch sử cụ thể. Tuy nhiên, khái niệm này của Tylor phản ánh ba đặc tính của văn hoá bao gồm (1) do con người tạo ra (2) truyền đời này qua đời khác (3) có tính xã hội. Ba đặc tính này của văn hoá vẫn được sử dụng trong các khái niệm về văn

hoá sau này. Cũng theo hướng tiếp cận này, Blumenthal (1940) chỉ ra năm thuật ngữ được bao hàm trong khái niệm văn hoá gồm biểu tượng, ý tưởng, nhân cách, chức năng và mối quan hệ. Đây vẫn là một khái niệm được sử dụng nhiều sau khái niệm của Tylor.

Hướng tiếp cận thứ hai là những định nghĩa có tính thao tác (operational definition), nhìn nhận văn hoá là một phương thức tạo ra các sản phẩm của loài người. Trong đó tiêu biểu là khái niệm của Lundberg (*Foundation of Sociology*, Marmillan, tr. 179) đã định nghĩa văn hoá là “các hành vi xã hội cùng với các sản phẩm do con người tạo ra trong tương tác của họ với các khía cạnh khác của môi trường loài người tạo ra một loạt các hiện tượng và tình huống thay đổi liên tục mà con người phải tiếp tục thích nghi thông qua sự phát triển của các thói quen hình thành do một quá trình tương tự.” Đây là một cách định nghĩa tương đối hẹp khi nhìn nhận văn hoá là các hành vi tạo ra sản phẩm của con người được lặp đi lặp lại từ thế hệ này qua thế hệ khác. Điểm khác biệt lớn nhất của cách tiếp cận này so với hướng của Tylor là cách tiếp cận này nhìn nhận văn hoá là phương thức (vô hình) so với sản phẩm (hữu hình).

Hai cách tiếp cận này không phải loại trừ lẫn nhau mà có tính bổ sung. Văn hoá không thể chỉ là các sản phẩm vật chất hữu hình, cũng không chỉ là cách thức tạo ra sản phẩm mà cần được nhìn nhận là các sản phẩm có giá trị phi vật chất được định hình bởi cách thức làm ra chúng. Do đó cần phải có một cách tiếp cận kết hợp cả hai hướng trên, kế thừa các đặc điểm của hai hướng này có thể nhận thấy các đặc điểm chính của văn hoá gồm:

Thứ nhất, văn hóa là một sản phẩm được sáng tạo bởi con người (cả khi có ý thức và vô thức), vì thế phạm trù văn hóa và con người có mối quan hệ tương tác với nhau, là cơ sở của mọi hợp tác diễn ra trên thế giới. Như UNESCO đã không ngừng nhấn mạnh tầm quan trọng của hợp tác và phát triển văn hóa toàn cầu vì: “Văn hóa là cánh cửa tốt nhất để đi đến trái tim và suy nghĩ của con người... Chúng ta phải xây dựng một cộng đồng loài người bền vững dựa trên những giá trị là bản sắc của nhân loại với văn hóa là nhân tố tiên quyết. Đây là nhiệm vụ của chủ nghĩa nhân văn mới. Toàn cầu hóa không còn gói gọn trong vấn đề ‘tương tác’ như ở thế

kỷ XVI mà nó còn là sự chia sẻ. Chúng ta sẽ xây dựng một cộng đồng thống nhất trong một tập hợp đa dạng các nhóm người như thế nào?” [Laos, 2011, 8]

Thứ hai, văn hóa không phải là những thứ vô hình mà nó được biểu hiện ra thành những cái có giá trị vật chất và giá trị tinh thần. Những giá trị này hiện hữu trong cuộc sống và phục vụ cho những nhu cầu khác nhau của con người và nhằm hướng con người tới một cuộc sống “đầy đủ” hơn khi những yêu cầu về vật chất và tinh thần dần được thỏa mãn.

Thứ ba, văn hoá có tính lịch sử. Dù là văn hóa hiện đại hay truyền thống, bản chất văn hóa là hệ thống học hỏi và chia sẻ lẫn nhau, con người học và chia sẻ mọi thứ từ thế hệ này sang thế hệ khác. Đồng thời, đó là sự thích nghi với những biến đổi xung quanh, những giá trị văn hóa có thể tồn tại lâu dài đều cần phải thích ứng tốt với những điều kiện riêng biệt của mỗi khu vực.

Thứ tư, văn hoá có tính đại diện cho một cộng đồng, xã hội. Văn hóa phản ánh sự khác biệt của con người căn cứ vào khả năng, năng lực sáng tạo, trình độ nhận thức và những đặc trưng về điều kiện sinh sống, những hệ giá trị truyền thống được đúc rút, tích lũy qua nhiều thế hệ. Trong quá trình giao lưu rộng mở trên phạm vi toàn cầu, sự khác biệt này gây ra những xung đột về văn hóa, đồng thời tạo điều kiện cho sự giao lưu, học hỏi và tiếp biến giữa các nền văn hóa khác nhau nhằm làm phong phú thêm kho tàng văn hóa của các dân tộc.

2.1.1.2. Ngoại giao văn hoá

Để hiểu về ngoại giao văn hóa theo hướng chính sách ngoại giao không thể bỏ qua khái niệm ngoại giao và những thay đổi của khái niệm này trong bối cảnh thế giới hiện đại. Trong đó các nguyên tắc cơ bản hay các chức năng hoặc hoạt động chính của ngoại giao gồm: đại diện, liên lạc và quản lý xung đột và ngoại giao bao hàm các yếu tố là: công cụ của chính sách đối ngoại; nhằm thiết lập và phát triển các quan hệ hòa bình giữa các chính phủ của các nước khác nhau; thông qua việc sử dụng các bên trung gian; và được các bên liên quan cùng công nhận. Cùng với những thay đổi của thế giới hiện đại, khái niệm ngoại giao cũng thay đổi mạnh mẽ hay nói cách khác chính những thay đổi của ngoại giao là cơ sở để ngoại giao văn hóa trở thành một hình thức ngoại giao độc lập và phát triển rục rờ. Thay đổi cơ

bản của ngoại giao hiện đại tập trung vào các nhân vật tham gia và nội dung hoạt động ngoại giao. Ngoại giao hiện đại chú trọng vai trò của các nhân vật tham gia, thực hiện quá trình đàm phán, thương lượng hiệu quả này được đề cập rõ ràng hơn là nhà nước, chính phủ và đại diện của nhà nước và chính phủ, đó là các nhà ngoại giao truyền thống, các nhà cố vấn, đại diện và quan chức của các bộ ban ngành nội địa với các đối tác nước ngoài, các quan chức từ các tổ chức quốc tế như Liên hợp quốc, Ngân hàng thế giới, hay Quỹ tiền tệ quốc tế; hoặc các doanh nghiệp đa quốc gia, các tổ chức phi chính phủ (NGOs), hay các cá nhân riêng lẻ. Nội dung hoạt động của ngoại giao hiện đại cũng rộng lớn hơn rất nhiều, sự thay đổi và mở rộng hoạt động ngoại giao có thể thấy dựa trên sự xuất hiện của các thuật ngữ mới như ngoại giao dầu mỏ, ngoại giao kinh tế, quản trị toàn cầu, ngoại giao tri thức hay ngoại giao văn hóa. Đặc điểm của ngoại giao hiện đại có thể được tóm lại là sự biến đổi của ngoại giao trong thế kỷ XXI được đặc trưng bởi sự hợp tác và phối hợp tăng cường rất nhanh giữa các thể chế trong việc giải quyết các vấn đề khác nhau.

Kết hợp ngoại giao và văn hoá, *ngoại giao văn hoá được hiểu là việc sử dụng văn hoá như là một phương tiện nhằm đạt được những mục tiêu cơ bản của chính sách đối nội và đối ngoại của quốc gia*. Cụ thể, văn hóa được sử dụng để tạo dựng hình ảnh tốt đẹp của đất nước, quảng bá văn hóa và ngôn ngữ quốc gia trên thế giới. Đồng thời nó cũng là một lĩnh vực liên quan đến việc thiết lập, phát triển và duy trì các mối quan hệ với các quốc gia khác, thông qua văn hóa, nghệ thuật và giáo dục. Nhờ vậy, các mục tiêu lợi ích cơ bản của quốc gia là phát triển, an ninh, mở rộng ảnh hưởng quốc tế được đảm bảo và phát huy.

Mặc dù các hình thái của ngoại giao văn hóa được nhen nhóm từ trong thế kỷ XIX khi Anh, Pháp và các đế quốc châu Âu khác thể hiện ảnh hưởng của mình trên đất Hoa Kỳ, khái niệm ngoại giao văn hóa chính thức ra đời trong thời kỳ chiến tranh Lạnh. Lúc này, “phần lớn nghiên cứu về Hoa Kỳ đều dựa trên tiền đề là ngoại giao văn hóa đã trở thành một công cụ chính của chính sách đối ngoại trong nỗ lực muốn kiềm chế Liên bang Xô Viết của nước này.” Các nhà nghiên cứu Hoa Kỳ sử dụng ngoại giao văn hóa để miêu tả quá trình quốc gia gia tăng khu vực ảnh hưởng thông qua những hình thức phi chính trị, phi quân sự với tư cách là một cực của thế

giới. Điều đó được thể hiện Theo Ủy ban cố vấn về Ngoại giao văn hóa, Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ lại cho rằng ngoại giao văn hóa là con đường hai chiều: giúp cho người dân nước ngoài hiểu Hoa Kỳ, và đồng thời cũng giúp cho Hoa Kỳ hiểu các dân tộc khác đang nghĩ gì. Chính vì thế, thuật ngữ “ngoại giao văn hóa” đầu tiên đề cập đến sự liên kết tới những ảnh hưởng và sự lôi kéo về mặt chính trị, tiếp theo đó là những yếu tố về sự tương tác trong các hoạt động cũng như chính sách ngoại giao của các quốc gia. Lịch sử nghiên cứu và tìm kiếm định nghĩa về ngoại giao văn hóa đã được thể hiện khá đầy đủ trong cuốn sách *Searching for Cultural Diplomacy* (Gienow-Hecht, Donfried, 2010) với khái quát ba hướng chính trong quá trình nghiên cứu về khái niệm này của thế kỷ XX. Một là, ngoại giao văn hóa được mô tả là “sự trao đổi ý tưởng, thông tin, nghệ thuật và các khía cạnh văn hóa khác giữa các quốc gia và người dân của họ để thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau” hoặc, “ngoại giao văn hóa có thể được miêu tả là một tập hợp các hành động dựa trên và tận dụng việc trao đổi ý tưởng, giá trị, truyền thống và các khía cạnh của văn hóa hay bản sắc để tăng cường quan hệ, nâng cao hợp tác văn hóa-xã hội hoặc thúc đẩy lợi ích quốc gia” [Gienow-Hecht, Donfried, 2010]. Hai là, “ngoại giao văn hóa có thể được định nghĩa là việc sử dụng các nhân tố văn hóa để gây ảnh hưởng tới người dân nước khác, các nhà hoạch định quan điểm và thậm chí là các lãnh đạo nước ngoài” [Gienow-Hecht, Donfried, 2010]. Ba là “ngoại giao văn hóa không phải là một công cụ chính sách đối ngoại đơn thuần mà là một quá trình đa diện của chính trị văn hóa quốc tế dưới tác động của các mục tiêu quốc gia và bối cảnh chính trị-xã hội khác nhau. Ngoại giao văn hóa là một quá trình lâu dài liên quan tới hàng loạt chính sách, sáng kiến và hoạt động nhằm mục đích thúc đẩy lợi ích quốc gia” [Gienow-Hecht, Donfried, 2010]. Các định nghĩa này đều đồng ý với nhau ở một điểm là sử dụng văn hóa giống như một lĩnh vực và công cụ đặc biệt và đa dạng để thiết lập, phát triển, và duy trì mối quan hệ giữa các quốc gia. Điều này đạt được thông qua việc xây dựng hình ảnh tốt đẹp cũng như truyền bá văn hóa và ngôn ngữ của một quốc gia ra toàn thế giới. Nội dung của ngoại giao văn hóa được xác định bởi việc sử dụng một loạt các nhân tố đa dạng của văn hóa để tác động lên cộng đồng nước ngoài, những người có tầm ảnh hưởng, và cả các nhà lãnh đạo nước ngoài. Những

nhân tố này chứa đựng toàn bộ đặc điểm của một nền văn hóa như: giáo dục, lịch sử, khoa học, nghệ thuật, tôn giáo, phong tục tập quán, tính cách, thể thao, ngôn ngữ, và sở thích. Những nhân tố này được truyền tải một cách khéo léo bằng nhiều hình thức, trong đó đóng vai trò quan trọng là hoạt động hiệu quả của các phương tiện truyền thông đại chúng đang ngày càng phát triển rục rờ làm cho khoảng cách địa lý trở nên gần hơn cũng như những nền văn hóa xa lạ trở nên gần gũi và sống động hơn.

Cựu Ngoại trưởng Hoa Kỳ George P. Shultz đã có một ví dụ so sánh nêu bật ý nghĩa của ngoại giao văn hóa thú vị. Ngoại giao giống như việc làm vườn khi dọn sạch cỏ dại khi chúng còn bé và ít, đồng thời xây dựng sự tự tin và hiểu biết thì khi khủng hoảng đến, bạn có một cái nền vững chắc để giải quyết nó. Vai trò của ngoại giao văn hóa giống như gieo các hạt giống (bao gồm các ý tưởng và lý tưởng, các chiến lược và công cụ thẩm mỹ; các tranh luận thuộc về triết học và chính trị; các nhận thức về tinh thần; các cách thức nhìn nhận thế giới). Những hạt giống này sẽ nảy nở trên lãnh thổ của các quốc gia khác. Ngoại giao văn hóa biểu lộ tâm hồn của một quốc gia. Do đó, ngoại giao văn hóa không chỉ được thiết kế để đạt được hiểu biết chung mà mục tiêu cuối cùng chính là tăng cường an ninh, củng cố và nâng cao vị thế quốc tế, hay bảo tồn và cải thiện các lợi ích quốc gia sống còn khác. Những mục đích này khác nhau ở mỗi quốc gia. Với Hoa Kỳ, ngoại giao văn hóa được coi là nội dung cốt lõi của ngoại giao công chúng; bởi hình ảnh của một đất nước được thể hiện rõ nét nhất thông qua các hoạt động văn hóa của đất nước đó. Chính vì thế, ngoại giao văn hóa có thể góp phần tăng cường an ninh quốc gia theo cả chiều rộng lẫn chiều sâu. Đối với Nhật Bản, ngoại giao văn hóa là một trong những biện pháp hấp thu giá trị văn hóa tinh túy của thế giới để làm giàu thêm nền văn hóa của chính mình thông qua các hoạt động giao lưu và trao đổi văn hóa. Đối với phần lớn các quốc gia khác thì triển khai ngoại giao văn hóa nhằm tạo cơ hội phát triển kinh tế, ví dụ như phát triển ngành du lịch hay thu hút đầu tư.

Ngoại giao văn hoá trong diễn ngôn của người Việt Nam có thể được hiểu theo hai hướng: (i) quan hệ đối ngoại về văn hoá và (ii) chính sách ngoại giao dùng văn hoá là công cụ.

Thứ nhất, ngoại giao văn hoá là một quan hệ, tương tác trong lĩnh vực văn hoá. Hướng tiếp cận này nhìn nhận ngoại giao văn hoá là một tương tác có tính hai chiều nên khi phân tích về ngoại giao văn hoá các công trình thường phân tích theo hướng giao lưu giữa các quốc gia. Đây là một cách tiếp cận phổ biến. Cách tiếp cận này hỗ trợ làm rõ quan hệ đối ngoại giữa hai quốc gia trên một lĩnh vực chuyên biệt là văn hoá nhưng sẽ khó làm rõ ra được nền tảng văn hoá của một chủ thể cụ thể trong mỗi quan hệ đó.

Thứ hai, ngoại giao văn hoá là một dạng chính sách sử dụng văn hoá như một công cụ của ngoại giao. Các công trình nghiên cứu theo hướng tiếp cận này thường đặt ngoại giao văn hoá trong tổng thể chiến lược ngoại giao chung hướng tới một mục tiêu đối ngoại lớn của quốc gia. Theo cách tiếp cận này thay vì xem xét các hoạt động giao lưu văn hoá giữa các quốc gia thì làm rõ các phương thức sử dụng văn hoá cho hoạt động đối ngoại.

Về mặt chính sách, trong *Từ điển Bách khoa Việt Nam*, khái niệm “chính sách” được nêu rõ như sau: “Chính sách là những chuẩn tắc cụ thể để thực hiện đường lối, nhiệm vụ. Chính sách được thực hiện trong một thời gian nhất định, trên những lĩnh vực cụ thể nào đó. Bản chất, nội dung và phương hướng của chính sách tuỳ thuộc tính chất của đường lối, nhiệm vụ chính trị, kinh tế, văn hoá...” [Nhiều tác giả, tr. 475]. Có thể hiểu, “chính sách ngoại giao văn hoá” là tổng thể các quan điểm, tư tưởng, các giải pháp và công cụ... liên quan đến hoạt động, quá trình, cách thức của lĩnh vực văn hoá mà Nhà nước sử dụng để tác động lên các đối tượng trong và ngoài nước và khách thể quản lý nhằm thực hiện các chức năng, nhiệm vụ về ngoại giao theo những định hướng, mục tiêu tổng thể, toàn diện mà ngành ngoại giao thay mặt Nhà nước đề ra.

Tóm lại, ngoại giao văn hóa được coi là một trong ba trụ cột ngoại giao của các quốc gia. Ba trụ cột này gắn bó, tác động lẫn nhau, góp phần thực hiện đường lối và chính sách đối ngoại. Nếu như ngoại giao chính trị có vai trò định hướng, ngoại giao kinh tế là nền tảng vật chất và ngoại giao văn hóa là nền tảng tinh thần của hoạt động đối ngoại. Ngoại giao văn hóa là nòng cốt của ngoại giao công chúng mà thông qua các hoạt động văn hóa có thể truyền đạt tốt nhất tư tưởng của

một quốc gia. Nòng cốt của ngoại giao văn hóa truyền thống chú trọng ngôn ngữ và nghệ thuật. Tuy nhiên ngoại giao văn hóa hiện nay diễn ra với nhiều hình thức đa dạng hơn như: đối thoại văn hóa, triển lãm, trao đổi văn hóa đa phương và song phương, v.v. Ngoài ra còn có các chương trình đào tạo về ngôn ngữ, trao đổi giáo dục, v.v. Đối thoại liên văn hóa như: Các chương trình ngoại giao văn hóa, song phương và đa phương, đã giải quyết các vấn đề như: gắn kết xã hội, phân biệt chủng tộc, sự bất bình đẳng, phân biệt đối xử đối với dân tộc thiểu số và người di cư, xung đột văn hóa. - Chính vì thế đối thoại liên văn hóa nói riêng và ngoại giao văn hóa nói chung đã trở thành một hình thức đáng tin cậy và cùng hợp tác giữa các bên. Nó ở khắp mọi nơi trong các cộng đồng, trong hình dạng phong phú và đa dạng và hình thức.

2.1.2. Nội hàm và vai trò của chính sách ngoại giao văn hoá

2.1.2.1. Nội hàm của ngoại giao văn hoá

Nội hàm của ngoại giao văn hoá gồm năm vấn đề, được ví như năm cánh anh đào: [Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam, 2010]

Thứ nhất, ngoại giao văn hoá góp phần mở đường cho các hoạt động ngoại giao chính trị và kinh tế. Ngoại giao văn hoá là phương thức tiếp cận giúp các đối tác trên cơ sở tạo dựng sự cảm thông, nâng cao sự hiểu biết và tôn trọng lẫn nhau nhằm xây dựng một môi trường hoà bình, ổn định, hợp tác cùng phát triển.

Thứ hai, ngoại giao văn hoá tham mưu, đồng hành và giải quyết những khó khăn. Khi quan hệ chính trị và kinh tế gặp trở ngại, ngoại giao văn hoá có thể góp phần tháo gỡ những rào cản đó. Vì vậy, ngoại giao văn hoá chính là cầu nối, là chất xúc tác thúc đẩy quan hệ chính trị và kinh tế của quốc gia với bạn bè quốc tế.

Thứ ba, ngoại giao văn hoá góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, văn hoá và con người ra thế giới thông qua việc nâng cao sự hiểu biết đúng đắn, thu hút thiện cảm và sự ủng hộ của bạn bè quốc tế. Bên cạnh đó, các hoạt động quảng bá cũng góp phần khơi dậy và phát triển tinh thần tự hào dân tộc, tình yêu đất nước để từ đó khuyến khích việc giữ gìn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống dân tộc.

Thứ tư, ngoại giao văn hoá thúc đẩy quá trình tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hoá, tư tưởng nhân văn, giá trị đạo đức, tri thức, khoa học tiên tiến trên thế giới để làm phong phú hơn nền văn hoá dân tộc. Ngoài ra, ngoại giao văn hoá góp phần giữ gìn, phát huy bản sắc văn hoá dân tộc, tiến tới định hướng phát triển cho một nền văn hoá mới tiên tiến.

Thứ năm, ngoại giao văn hoá đóng vai trò quan trọng trong quá trình vận động UNESCO công nhận các giá trị văn hoá thế giới. Những di sản văn hoá dân tộc sẽ được bạn bè quốc tế biết đến nhiều hơn qua sự công nhận của UNESCO.

Có thể nói, ngoại giao văn hoá là việc hình thành và triển khai các chính sách và hoạt động đối ngoại sử dụng văn hoá làm công cụ hoặc thông qua các hình thức văn hoá nhằm làm cho chính phủ và nhân dân các nước để đưa quan hệ quốc tế của quốc gia đi vào chiều sâu.

2.1.2.2. Vai trò của chính sách ngoại giao văn hoá

Ngoại giao văn hóa góp phần không nhỏ trong việc hóa giải những xung đột và tạo dựng quan hệ hữu nghị lâu bền với các nước, Joseph S. Nye đã nói rằng “ngoại giao văn hóa là một ví dụ hàng đầu về quyền lực mềm chú trọng vào khả năng ứng dụng và phát huy các giá trị văn hóa và tư tưởng, những thứ trái ngược với chinh phục hoặc cưỡng ép bằng sức mạnh quân sự vốn thuộc phạm trù của “quyền lực cứng” [Nye, 2008]. Theo Tiến sĩ Victoria Solomonidis, Tham tán Văn hóa Hy Lạp, đồng thời là đại diện của Quỹ Văn hóa Hy Lạp tại Anh thì “ngoại giao văn hóa sẽ là một trong những nền tảng chủ chốt của quan hệ quốc tế thế kỷ XXI.” Bà cũng cho rằng hầu hết các nước hiện nay đều đã chấp nhận quan điểm: trao đổi văn hóa là khía cạnh thứ ba rất cần thiết trong quan hệ giữa các quốc gia, bên cạnh chính trị và kinh tế. Giao lưu trao đổi văn hóa giúp tăng cường hiểu biết giữa các quốc gia với nhau, giảm thiểu những hiểu lầm từ sự khác biệt văn hóa, xoa dịu những mâu thuẫn và xung đột thông qua quá trình giới thiệu, chia sẻ kinh nghiệm và hợp tác lẫn nhau [Solomonidis, 2012].

Nền ngoại giao của bất kỳ quốc gia nào cũng đều chịu ảnh hưởng bởi nền văn hoá dân tộc và hoạt động ngoại giao là do các cá nhân thực hiện và các đặc trưng văn hoá dân tộc được hun đúc trong từng cán bộ ngoại giao phần nào quyết

định tâm thức và hành xử ngoại giao của họ. Nếu coi ngoại giao là *phương pháp phi bạo lực* để tăng cường sự hiểu biết và quan hệ giữa các quốc gia thì ngoại giao văn hoá phải là một *trụ cột quan trọng, trung tâm* trong chính sách đối ngoại của bất kỳ quốc gia nào. Chính sách ngoại giao văn hoá của các quốc gia dân tộc trên thế giới đều có mục tiêu đối ngoại và đối nội cụ thể được khái quát trên ba mục tiêu chủ yếu là phát triển, an ninh và mở rộng ảnh hưởng. Các nước triển khai ngoại giao văn hoá có mức độ nhấn mạnh khác nhau:

Các nước lớn (Hoa Kỳ, Trung Quốc, Pháp, v.v) triển khai ngoại giao văn hoá với mục tiêu hàng đầu là mở rộng ảnh hưởng và thể hiện vị thế cường quốc của mình trên thế giới. Ví dụ mục tiêu hàng đầu của Hoa Kỳ là mở rộng những giá trị về dân chủ và nhân quyền ra bên ngoài nhằm tạo lập sự thống trị và ảnh hưởng rộng khắp của Hoa Kỳ trên thế giới. Trung Quốc xác định văn hoá là một bộ phận cấu thành sức mạnh quốc gia để vươn ra bên ngoài, thiết lập hàng trăm Viện Khổng Tử dạy ngôn ngữ và văn hoá Trung Quốc tại khắp nơi. Pháp chủ trương mở rộng không gian văn hoá Pháp ra bên ngoài thông qua việc truyền bá văn hoá, ngôn ngữ Pháp. Đương nhiên, đằng sau mục tiêu phát huy ảnh hưởng đó là mục tiêu kinh tế như phát triển ngành công nghiệp văn hoá, du lịch và tạo cơ sở hợp tác kinh tế thuận lợi ở nước sở tại [Hò Trọng Lai, tr.283].

Các nước bậc trung [Án Độ, Hàn Quốc, v.v.] có xu hướng coi trọng mục tiêu tăng cường ảnh hưởng và phát triển thông qua ngoại giao văn hoá. Án Độ thông qua văn hoá để vừa thể hiện giá trị văn hoá lâu đời vừa kết hợp với ngoại giao kinh tế. Hàn Quốc coi thế kỷ XXI là thế kỷ của văn hoá, vừa sử dụng văn hoá để vươn ảnh hưởng lên tầm toàn cầu vừa khai thác ngành công nghiệp văn hoá và sử dụng ngoại giao văn hoá để khai thông, thúc đẩy hợp tác chính trị-kinh tế [Hò Trọng Lai, tr.284].

Các nước nhỏ lấy mục tiêu phát triển làm trọng tâm trong chính sách ngoại giao văn hoá do nguồn lực hạn chế. Các nước này có xu hướng gắn việc quảng bá văn hoá với phát triển du lịch, thu hút đầu tư nước ngoài để làm giàu bản sắc văn hoá bản địa, góp phần phát triển trong nước và củng cố quan hệ hữu nghị truyền thống với các nước khác [Hò Trọng Lai, tr.284].

2.1.2.3. *Mối quan hệ với ngoại giao công chúng và quyền lực mềm*

Liên quan đến ngoại giao văn hóa, không thể không đề cập đến mối quan hệ của ngoại giao văn hóa, ngoại giao công chúng, và quyền lực mềm. Trong mối quan hệ đa chiều giữa ba nhân tố này, ngoại giao công chúng và ngoại giao văn hóa được coi là chìa khóa và công cụ thực thi chính sách quyền lực mềm. Nói cách khác, quyền lực mềm, “một phương tiện để đạt được mục đích mong muốn” [Nye, 2004, 129] được coi là khả năng của một quốc gia thu hút các quốc gia khác bởi ý tưởng, giá trị và hệ tư tưởng, làm cho các quốc gia khác có cùng quan điểm và suy nghĩ giống mình thông qua chiến lược, chính sách và hoạt động của ngoại giao công chúng và ngoại giao văn hóa. Theo Nye, sức mạnh là khả năng tác động đến ứng xử của những người khác để có được những kết quả mình mong muốn và có ba cách cơ bản để làm việc đó: ép buộc họ bằng sự đe dọa (bạo lực, kinh tế,...); dụ dỗ họ bằng lợi ích (vật chất, danh vọng,...); hay thu hút, hấp dẫn họ (bằng sức hấp dẫn, các giá trị, tư tưởng,...). Hai cách trước thường được biết đến như dùng “cây gậy và củ cà rốt”, là cách dùng quyền lực cứng; cách thứ ba là cách dùng “quyền lực mềm”. “Quyền lực mềm” đến từ ba nguồn: văn hoá có sức hấp dẫn người khác; các giá trị chính trị và đạo đức có sức hấp dẫn người khác; và các chính sách có sức hấp dẫn người khác. Sự thành công về kinh tế có thể tạo ra sức hấp dẫn, thậm chí quân đội cũng có thể tạo ra quyền lực mềm. “Những điều kiện ở giữa là chìa khóa quyết định các nguồn quyền lực mềm tiềm tàng có biến thành hành vi thu hút có thể gây ảnh hưởng tới người khác để có được các kết quả có lợi hay không. Với quyền lực mềm thì điều quan trọng là đối tượng hướng tới nghĩ cái gì và mục tiêu cũng quan trọng nhiều như các nhân tố cấu thành” [Nye, 2011, 84]. Sự kết hợp khéo léo giữa quyền lực cứng và quyền lực mềm được gọi là quyền lực thông minh. Không chỉ riêng Mỹ, nhiều nước khác như Trung Quốc, Hàn Quốc hay Singapore... đã biết tạo dựng, khai thác "quyền lực mềm" của mình nhằm lan lan tỏa, ảnh hưởng, làm tiền đề nâng tầm các chính sách ngoại giao, chính trị của một quốc gia lên tầm cao mới, một trọng lượng mới. “Quyền lực mềm không chỉ là sự thuyết phục hay khả năng tác động tới con người bằng lý luận. Nó còn là khả năng hấp dẫn, và sự hấp dẫn thường

dẫn tới sự phục tùng. Nói đơn giản, xét về hành vi thì quyền lực mềm chính là quyền lực hấp dẫn. Nguồn lực cho quyền lực mềm chính là tài sản tạo ra sự hấp dẫn đó” [Nye, 2014]. Ảnh hưởng của quyền lực mềm có thể đến từ cả hai hướng trực tiếp và gián tiếp; trong đó tác động trực tiếp có thể dễ dàng nhận ra trong các mối quan hệ quốc tế trực tiếp, trong đó các nhà hoạch định chính sách ở một nước phản ứng lại trước quyền lực mềm của một nước khác; còn tác động gián tiếp lại đến từ rất nhiều hướng khác nhau mà “một nước có thể tìm kiếm sự ảnh hưởng ở một nước khác bằng cách tiếp cận người dân, các nhóm lợi ích, các tổ chức phi chính phủ hoặc các nhân tố quan trọng khác có thể gây ảnh hưởng tới những người ra quyết định” [Hayden, 2012, 42].

Ngoại giao công chúng là những cách thức trong đó một nước hoặc một tổ chức phi chính phủ thiết lập quan hệ với các thành phần phi chính phủ của các nước khác. Ngoại giao công chúng là một hoạt động giao tiếp quốc tế diễn ra giữa một nhóm của dân chúng với một chính phủ hoặc tổ chức, hoạt động này không diễn ra ở nội địa của quốc gia. Qua lịch sử, ngoại giao công chúng đã chứng tỏ khả năng thích ứng với hoàn cảnh mà chúng nổi lên, có ba khía cạnh diễn ra theo đó là: cách thức liên lạc, khung thời gian và định hướng thái độ [Snow, 2008, 89]. Những thành phần này có thể là những cá nhân hoặc tổ chức quần chúng, hoặc tổ chức phi chính phủ. Hoạt động của ngoại giao công chúng nhằm mục đích phát huy “quyền lực mềm” của một nước, hỗ trợ cho ngoại giao nhà nước để thực hiện chính sách đối ngoại mà chính phủ nước đó đã đề ra. Một đặc điểm thuận lợi của ngoại giao công chúng là nó có thể tiếp cận với đối tượng và mục tiêu một cách nhẹ nhàng hơn và hiệu quả hơn trong những điều kiện mà ngoại giao chính thức của nhà nước khó thực hiện được hoặc thực hiện ít hiệu quả. “Ngoại giao bóng bàn” giữa Trung Quốc và Hoa Kỳ đầu thập niên 1970 là một ví dụ điển hình nhằm bình thường hóa quan hệ của Hoa Kỳ và Trung Quốc trong thời kỳ chiến tranh lạnh mở ra một trang hợp tác mới sau này. Ngoại giao công chúng hiện nay được định nghĩa là cách thức chúng ta kết nối với người dân ở mọi khu vực trên thế giới để giải thích giá trị và mong muốn của chúng ta, xây dựng sự hiểu biết lẫn nhau,

cung cấp những mối quan hệ cá nhân có thể giúp cải thiện cuộc sống - giúp tăng cường nhân quyền, sự khoan dung tôn giáo và quyền tự do được đảm bảo bằng các hiến pháp và bảo vệ bằng các thực tiễn chính phủ, pháp quyền và một xã hội dân sự mạnh mẽ [Snenshine, 2013].

Tóm lại, ngoại giao công chúng là một bộ phận quan trọng trong chiến lược xây dựng quyền lực mềm. Ngoại giao công chúng phản ánh một thực tế về vai trò gia tăng của các chủ thể phi nhà nước như các tổ chức phi chính phủ, các công ty xuyên quốc gia, cộng đồng doanh nghiệp, các tổ chức/viện nghiên cứu, giáo dục đào tạo, v.v. Những chủ thể này không chỉ tích cực tham gia vào các hoạt động ngoại giao không chính thống mà ngày càng khẳng định tiếng nói mạnh mẽ trong việc giải quyết các vấn đề toàn cầu mà thế giới cũng đang phải đối mặt như khủng bố, biến đổi khí hậu, đói nghèo, an ninh năng lượng, an ninh lương thực, môi trường. Ngoại giao công chúng thể hiện những thay đổi lớn về đối tượng và công cụ của hoạt động ngoại giao. Đây là hình thức ngoại giao lấy nhân dân, công chúng và các chủ thể phi chính phủ làm trọng tâm. Ngoại giao công chúng có tính chiến lược dài hạn vì nó không chỉ cung cấp thông tin đối ngoại mà còn chú trọng xây dựng và vun đắp các mối quan hệ với với nhiều chủ thể nhà nước và phi nhà nước rất đa dạng của nước sở tại.

Ngoại giao văn hóa có nhiều điểm tương đồng với ngoại giao công chúng - thực sự là sức mạnh tổng hợp phát triển giữa hai hình thức ngoại giao này có giá trị tương hỗ cho nhau. Tuy nhiên có sự khác biệt. Ngoại giao văn hóa là ví dụ tiêu biểu cho “quyền lực mềm”, hay khả năng thuyết phục thông qua văn hóa, giá trị và tư tưởng, ngược lại với “quyền lực cứng” xâm lược hay ép buộc thông qua sức mạnh quân sự [Schneider, 2004]. Trong bối cảnh toàn cầu hóa thông tin như hiện nay, ngoại giao văn hóa ngày càng đóng vai trò quan trọng lớn hơn, chính vì thế nó được coi là “phương tiện của quyền lực mềm trong thời đại thông tin” vì nó tạo nên những cầu nối và tương tác quốc tế, thiết lập các mạng lưới và phạm vi quyền lực trong các nền văn hóa và vượt qua các ranh giới quốc gia và văn hóa [Kim, 2010]. Ngoại giao văn hóa không đơn thuần là một vế trong phương trình quyền lực cứng-

quyền lực mềm vì nó hoạt động nhờ sức hấp dẫn thay vì ép buộc [Cooper, 2013, 420]. Trong mối quan hệ với ngoại giao công chúng, quyền lực mềm giúp ích cho tìm hiểu bối cảnh hoạt động của ngoại giao công chúng có quy mô lớn hơn [Waller, 2009, 5] vì ngoại giao công chúng nhấn mạnh việc quảng bá những thành tựu của quốc gia và đưa hình ảnh quốc gia ra nước ngoài. Nếu như lúc đầu, văn hóa là một nội dung tách biệt với ngoại giao công chúng thì càng về sau này, văn hóa trong ngoại giao công chúng đã trở thành nỗ lực của chủ thể quốc tế muốn thúc đẩy văn hóa quốc gia, gây tác động tới công luận của các đối trọng và xây dựng tính toàn vẹn và niềm tin thông qua trao đổi văn hóa. Nó là một trong những cách thức để thực hiện ngoại giao công chúng như ngoại giao truyền thông, ngoại giao mạng, ngoại giao viện trợ, ngoại giao văn hóa, ngoại giao thể thao, v.v. Do đó, văn hóa trong ngoại giao công chúng đã minh chứng cho việc ngoại giao văn hóa có thể được thực hiện với tư cách là một công cụ của ngoại giao công chúng thông qua các sự kiện đa văn hóa, triển lãm nghệ thuật và thông qua nhiều lễ hội quốc tế. Đây chính là lý do dẫn đến việc ngoại giao văn hóa bị nhầm lẫn về khái niệm với ngoại giao công chúng.

Mặc dù ngoại giao văn hóa thường diễn ra ở cấp độ chính phủ, có thể là thông qua trao đổi nghệ thuật hay các hoạt động của đại sứ quán, hoặc ở mức độ dân sự, giữa các thành phố với nhau, chia sẻ ý tưởng giữa các nhà văn, hay ở các môi trường học thuật nhưng dù ở lĩnh vực nào, ngoại giao văn hóa cũng đem lại những hiệu quả nhất định ví dụ các nghệ sĩ tham gia trao đổi giao lưu văn hóa để hiểu truyền thống văn hóa khác nhau, từ đó tìm kiếm nguồn cảm hứng mới giàu trí tưởng tượng, khám phá phương pháp mới và cách thức làm việc, nhằm đa dạng hóa hoạt động của mình. Hiệu quả của ngoại giao văn hóa xuất phát từ sự chân thành, bản chất của ngoại giao văn hóa không nhằm đe dọa đến bất cứ quốc gia nào. Điều đó không có nghĩa là ngoại giao văn hóa không, hoặc có thể không giúp đạt được mục đích chính trị vì mặc dù mục đích của ngoại giao văn hóa không phải là chính trị nhưng một trong những kết quả kèm theo của ngoại giao văn hóa chính là những lợi ích cho chính trị. Theo đó, những khác biệt của hai hình thức ngoại giao này được tóm tắt trong bảng so sánh dưới đây [theo tổng hợp của tác giả].

	Ngoại giao công chúng	Ngoại giao văn hóa
Bản chất	<p>Luôn liên quan mật thiết với một mục đích chính trị xác định và nhắm tới những mục tiêu tiên quyết.</p> <p>Ngay cả khi ngoại giao công chúng sử dụng văn hóa là công cụ/ phương tiện hoạt động thì nó cũng gắn với những mục tiêu chiến lược cụ thể</p>	<p>Không nhất thiết phải liên quan tới mục đích chính trị nào cụ thể.</p> <p>Bản chất của ngoại giao văn hóa không nhằm đe dọa hay gây tổn hại lợi ích tới bất kỳ quốc gia nào</p>
Mục tiêu	<p>Chủ động liên kết người dân với đất nước nhất định bằng cách hấp dẫn họ đến tham quan, học tập hay đầu tư hoặc thỏa thuận chính trị</p>	<p>Nỗ lực để tạo điều kiện trao đổi và truyền bá văn hóa ra thế giới bằng âm nhạc, nghệ thuật, triết học, giá trị...</p>
Chủ thể	<p>Ngoài bộ ngoại giao còn có sự hợp tác với các NGO, khu vực tư nhân (bao gồm cả truyền thông đại chúng) hay các tổ chức nhà nước khác (như các bộ giáo dục, thương mại, kinh tế hay văn hóa)</p>	<p>Chủ yếu do nhà nước tổ chức, ủng hộ hoặc bảo trợ</p>

2.2. Cơ sở hoạch định chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam

2.2.1. Nhân tố bên ngoài

Thế giới vào cuối thế kỷ XX và đầu thế kỷ XXI có những chuyển biến không ngừng gây tác động tới Việt Nam nói chung và ngoại giao văn hoá Việt Nam nói riêng thông qua các xu thế lớn.

Thứ nhất, xu thế hoà bình hợp tác và phát triển:

Sau khi chiến tranh Lạnh kết thúc, xu thế hoà bình, hợp tác và phát triển là xu thế chủ đạo được thúc đẩy không chỉ giữa các nước lớn, nước lớn và nước nhỏ, mà còn giữa các nước nhỏ với nhau. Xu thế này được thúc đẩy từ nhu cầu phát triển kinh tế của hầu hết tất cả các quốc gia sau các cuộc chạy đua vũ trang tốn kém, tình trạng đói đầu cũng như cấm vận. Một xu hướng đối thoại cùng với gia tăng các quan hệ ngoại giao nở rộ từ cuối những năm 1990 đến đầu thế kỷ XXI. Chính vì thế các chính sách ngoại giao được thúc đẩy hơn cả, trong đó có cả chính sách ngoại giao văn hoá. Đây chính là một môi trường thuận lợi để Việt Nam định hình và thúc đẩy các chính sách ngoại giao văn hoá và dễ dàng được tiếp nhận bởi cộng đồng quốc tế.

Mặc dù bước sang thập niên thứ hai của thế kỷ XXI thì xu thế cạnh tranh giữa các nước lớn bắt đầu gia tăng. Xu thế hoà bình, hợp tác và phát triển không còn là xu thế chủ đạo nhưng vẫn là một xu thế lớn và được thúc đẩy chủ yếu bởi các quốc gia vừa và nhỏ do sự cạnh tranh ảnh hưởng giữa các nước lớn. Các quốc gia dè dặt hơn trong việc lựa chọn bên khi có đối đầu giữa các nước lớn để cố gắng duy trì thế trung lập và cân bằng. Vì thế, ngoại giao vẫn là một công cụ ưu tiên trong chính sách đối ngoại. Mặc khác, trong bối cảnh mới, các nước lớn thay vì áp dụng chính trị cường quyền thì cũng cố gắng lôi kéo các nước nhỏ và tranh thủ sự ủng hộ từ các quốc gia này. Ngoại giao văn hoá được các nước phát triển nhằm mục tiêu thúc đẩy quyền lực mềm và truyền bá văn hoá ra bên ngoài đồng thời mở cửa tiếp nhận các nền văn hoá đa dạng bên ngoài để hỗ trợ phát triển kinh tế xã hội bên trong.

Thứ hai, xu thế toàn cầu hoá và khu vực hoá:

Xu thế toàn cầu hoá không chỉ được tăng cường bởi các tổ chức quốc tế, tự do thương mại và cả sự phát triển về công nghệ thông tin. Thế kỷ XXI được đánh dấu bởi sự bùng nổ của các mạng xã hội khiến cho thông tin được phổ biến một cách rộng rãi và khó kiểm soát hơn. Hiện tượng này được Thomas Friedman gọi là “thế giới phẳng”. Văn hoá được tiếp biến trên một không gian mở nên các nhà nước

cũng phải chủ động phát triển giao lưu văn hoá chính thống để đáp ứng nhu cầu của người dân. Xu thế này là tất yếu và không thể ngăn cản được kéo theo sự phát triển của ngoại giao văn hoá quốc gia.

Các quốc gia châu Á với mong muốn phát huy các giá trị phương Đông ra thế giới cũng đã triển khai những chương trình ngoại giao văn hoá từ rất sớm như Viện Khổng Tử của Trung Quốc, Làn sóng Halluya của Hàn Quốc và Cool Japan của Nhật Bản, văn hoá Yoga và Thiền định của Ấn Độ, v.v. Những yếu tố này khiến cho các nền văn hoá phương Đông được quan tâm chú ý. Đây chính là một trong những yếu tố quan trọng giúp Việt Nam triển khai hiệu quả các hoạt động ngoại giao văn hoá của mình.

Tiếp tục là xu thế mạnh mẽ có sức ảnh hưởng lớn cả về chiều rộng và chiều sâu, toàn cầu hóa kinh tế cùng với sự phát triển của kinh tế trí thức, vai trò của văn hóa ngày càng được khẳng định mạnh mẽ. Đặc biệt, nền văn hóa của mỗi quốc gia ngày càng tương tác và chịu tác động phức tạp nhiều mặt. Vì thế trong bối cảnh toàn cầu hóa, văn hóa vừa có cơ hội hội nhập, phát triển, nhưng đồng thời cũng phải đối mặt với những thách thức to lớn để giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa độc đáo của mỗi dân tộc. Nói cách khác, văn hóa là minh chứng cho tâm vóc và vị thế của dân tộc trong giao lưu và hợp tác quốc tế. Hơn nữa, văn hóa cũng là phương tiện chinh phục bạn bè quốc tế, mở đường cho các cơ hội năng hợp tác mới về mọi mặt, trong mọi lĩnh vực: chính trị, kinh tế, văn hóa phục vụ sự nghiệp phát triển toàn diện và bền vững của đất nước. Đồng thời văn hóa cũng là lĩnh vực mà mọi quốc gia lớn nhỏ đều có thể đóng góp hiệu quả cho thế giới: làm giàu thêm cho văn hóa nhân loại; giúp tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau, tình hữu nghị, sự hợp tác giữa các dân tộc nhằm củng cố hòa bình trong khu vực và trên thế giới. Vai trò gia tăng của văn hóa đồng nghĩa với xu thế tăng cường của ngoại giao văn hóa. Vì thế, không chỉ có các quốc gia lớn mạnh triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa, mà chính cả các quốc gia vừa và nhỏ cũng bắt đầu xây dựng và chiến lược ngoại giao văn hóa dài hơi. Do đó, ngoại giao văn hóa trở thành lĩnh vực hoạt động nhộn nhịp, hấp dẫn, và mang tính cạnh tranh nhiều nhất.

Trong thập niên đầu của thế kỷ XXI, khu vực châu Á - Thái Bình Dương có những biến đổi sâu sắc do tác động của quá trình quốc tế hóa và khu vực hóa. Do vị thế của châu Á trong nền kinh tế thế giới tăng lên (trong đó Trung Quốc tiếp tục phát triển mạnh mẽ nhất), nó trở thành khu vực phát triển năng động và đang hình thành nhiều hình thức liên kết, hợp tác đa dạng hơn. Tuy nhiên khu vực này còn tiềm ẩn những nhân tố gây mất ổn định, nhất là tranh giành ảnh hưởng, tranh chấp chủ quyền biển, đảo, tài nguyên. Đối với các nước ASEAN, thời kỳ này đánh dấu giai đoạn hợp tác mới theo Hiến chương ASEAN và xây dựng Cộng đồng dựa trên ba trụ cột: chính trị - an ninh, kinh tế, văn hóa - xã hội; hợp tác với các đối tác tiếp tục phát triển và đi vào chiều sâu.

Thứ ba, xu thế đa dạng hoá các hoạt động ngoại giao:

Bên cạnh các quốc gia phương Tây có truyền thống lâu đời về ngoại giao nói chung và ngoại giao văn hoá nói riêng thì các quốc gia châu Á gần gũi với Việt Nam cũng đang từng bước phát huy lợi thế ngoại giao của mình ra thế giới. Trung Quốc đưa ra nhiều thông điệp ngoại giao như “cường quốc có trách nhiệm”, “phát triển hoà bình”, “thế giới hài hoà”, “chính sách láng giềng tốt”, v.v. trong nhiều năm và góp phần tạo được một môi trường thuận lợi cho Trung Quốc, giúp cho các nước trên thế giới, trong đó có cả các nước láng giềng không còn nhìn nhận Trung Quốc là mối đe dọa [Wang, 2005, tr. 159]. Hàn Quốc nhận thức thế kỷ XXI là “thế kỷ của văn hoá” nên chính phủ rất coi trọng ngoại giao văn hoá, đặc biệt là các hoạt động giao lưu và tuyên truyền văn hoá Hàn Quốc ra bên ngoài [Ri, 2012, tr.13], coi văn hoá và ngành công nghiệp cần nâng cao tính cạnh tranh và xây dựng cơ sở của một cường quốc văn hoá. “Làn sóng Hàn Quốc Halluy” những năm gần đây đã phổ biến khắp thế giới trên mọi lĩnh vực từ phim ảnh, âm nhạc, ẩm thực tới ngôn ngữ. Nhật Bản và Thái Lan cũng là những ví dụ điển hình cho thấy sự thành công của ngoại giao văn hoá đến từ hai yếu tố quan trọng đó là: (i) chiến lược quảng bá hình ảnh quốc gia sâu rộng, với những mục tiêu cụ thể, được kết hợp chặt chẽ giữa Chính phủ với các bộ, ban, ngành, các cấp, từ trung ương tới địa phương; (ii) biết kết hợp một cách hài hòa, tinh tế giữa những yếu tố, những giá trị truyền thống với phong cách và trào lưu hiện đại. Nếu như văn hóa đại chúng như manga và anime (bên

cạnh văn hóa và nghệ thuật truyền thống) được xem là một trong những công cụ chính của ngoại giao văn hóa Nhật Bản [Bộ ngoại giao Nhật Bản, 2017], thì ngoại giao văn hóa Thái Lan lại ghi dấu ấn đậm nét với ẩm thực Thái Lan và Muay Thai. Nhờ đó, những ngày văn hóa Nhật Bản và Thái Lan tại Việt Nam được tổ chức đều đặn và thu hút sự quan tâm lớn của nhân dân Việt Nam. Bên cạnh đó, Nhật Bản là một trong những quốc gia đầu tiên và hỗ trợ tích cực nhất cho Việt Nam các dự án bảo tồn và phát triển các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể thông qua hỗ trợ ODA, được miêu tả là “ODA tri thức”. Đây cũng là một nội dung trong chiến lược ngoại giao văn hóa của Nhật Bản tham gia vào các dự án về di sản văn hóa nhằm hỗ trợ “phát triển các chính sách đối nội ở quốc gia tiếp nhận.” [Akagawa, 2014, ii].

Thứ tư, xu hướng sử dụng văn hoá để thực thi quyền lực mềm trong quan hệ quốc tế trong hai thập niên đầu của thế kỷ XXI. Nhiều quốc gia cũng không ngừng thúc đẩy và mở rộng các cơ sở văn hóa của họ ra nước ngoài như là một phần của chiến lược ngoại giao nói chung. Điển hình, Pháp hiện có 834 trụ sở Alliances Francaises [Alliance Francaise, 2023], Trung Quốc có 525 Viện Khổng Tử (2017) [Lee E., 2021], Anh có British Council ở hơn 100 quốc gia [British Council, 2023], v.v. Các tổ chức này tập trung vào việc thúc đẩy ngôn ngữ và văn hóa của các nước ra thế giới, với hầu hết các hoạt động ngoại giao văn hóa do Bộ Ngoại giao chủ trì và chịu trách nhiệm phối hợp thực hiện.

2.2.2. Nhân tố bên trong

2.2.2.1. Bản sắc văn hoá Việt Nam

Trần Thị Hoàng Mai, Phó Vụ trưởng Vụ Văn hóa Đối ngoại và UNESCO, Bộ Ngoại giao Việt Nam nhận định “Ngoại giao văn hóa là sắc thái văn hóa rộng hơn, là mang tinh thần nhân văn, tinh thần văn hóa của người Việt đi ra bên ngoài” [Trần Thị Hoàng Mai, 2016] nhằm truyền tải những giá trị bản sắc văn hóa độc đáo của dân tộc. Nguyên Phó Thủ tướng Chính phủ Vũ Khoan cũng đã khẳng định bản sắc ngoại giao của Việt Nam “khi phối hợp nhiều mặt trận: ngoại giao chính trị, ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hoá...” Nó đòi hỏi sự hiểu biết văn hóa của mỗi quốc gia để có những ứng xử phù hợp, hiệu quả, đem lại lợi ích cho quốc gia, dân tộc và tạo dựng được mối quan hệ tốt đẹp, bền vững. Chính vì thế, ngoại giao văn

hóa Việt Nam trước hết được xây dựng dựa trên bản sắc văn hóa dân tộc ngàn năm của dân tộc Việt Nam. “Chiều sâu và sự đa dạng trong việc tự ý thức về bản sắc quốc gia và sự ủng hộ của Việt Nam trước sự áp đặt của văn hóa nước ngoài” [Wilcox, 2010, 111] là không thể phủ nhận được.

Việt Nam có nền văn hóa nổi bật được hình thành vào khoảng nửa đầu thiên niên kỉ thứ nhất trước Công nguyên và phát triển rực rỡ vào giữa thiên niên kỉ này. Đó là nền văn hóa Đông Sơn, văn hoá Sa Huỳnh và văn hoá Đông Nai. Xuyên suốt toàn bộ lịch sử Việt Nam, lớp văn hóa bản địa đã đan xen với lớp văn hóa giao lưu với Trung Quốc và khu vực cùng với lớp văn hóa giao lưu với phương Tây tạo thành ba lớp văn hóa chồng lên nhau. Xét về lớp văn hóa bản địa, Việt Nam là quốc gia thuộc loại hình văn hóa gốc nông nghiệp nảy sinh môi trường sống cụ thể: xứ nóng, nhiều sông nước, nơi gặp gỡ của nhiều nền văn minh lớn. Điều này tạo nên đặc trưng cơ bản là lối sống cộng đồng và trọng tình, nên truyền thống ủng hộ với môi trường xã hội thường hướng đến tinh thần hiếu hòa, tránh đối đầu, tránh chiến tranh.

Việt Nam là một trong các quốc gia Đông Nam Á có truyền thống văn hóa truyền miệng, khác với Trung Quốc và Ấn Độ là truyền thống văn hóa chữ viết. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn có những điểm khác biệt do sự thống trị lâu dài của các triều đại Trung Hoa đã khiến nền văn hoá mang thêm cả các đặc điểm văn hóa Đông Á. Con người và xã hội Việt Nam được đặc trưng bởi xã hội nông nghiệp có tính cộng đồng làng xã với nhiều tàn dư nguyên thủy kéo dài đã tạo ra tính cách đặc thù của con người Việt Nam. Đó là một lối tư duy lưỡng hợp, một cách tư duy cụ thể, thiên về kinh nghiệm cảm tính hơn là duy lý, ưa hình tượng hơn khái niệm, nhưng uyển chuyển linh hoạt, dễ dung hợp, dễ thích nghi. Trong các bậc thang giá trị tinh thần, Việt Nam đề cao chữ Nhân, kết hợp chặt chẽ Nhân với Nghĩa, Nhân với Đức, bất nhân bất nghĩa đồng nghĩa với thất đức. Việt Nam hiểu chữ Trung là Trung với nước, cao hơn Trung với vua, trọng chữ Hiếu nhưng không quá bó hẹp trong khuôn khổ gia đình. Về phong tục tập quán thì người Việt vốn thiết thực, chuộng ăn chắc mặc bền. Việt Nam là đất nước của lễ hội quanh năm, nhất là vào mùa xuân, nông nhàn. Việt Nam là quốc gia của tín ngưỡng phồn thực, tín ngưỡng sùng bái tự nhiên

và tín ngưỡng sùng bái con người. Con người cần sinh sôi, mùa màng cần tươi tốt để duy trì và phát triển sự sống, nên đã nảy sinh tín ngưỡng phồn thực. Các tôn giáo và tư tưởng bên ngoài du nhập (Nho giáo, Đạo giáo, Phật giáo, Kito giáo) vào Việt Nam không làm mất đi tín ngưỡng dân gian bản địa mà hoà quyện vào nhau làm cho cả hai phía đều có những biến thái nhất định.

Xuyên suốt quá trình lịch sử, Việt Nam trở thành nơi quy tụ của 54 dân tộc cùng sinh sống, và văn hóa Việt Nam là sự kết hợp độc đáo của những giá trị văn hóa của mỗi dân tộc bao gồm cả những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể. Những giá trị văn hóa này luôn gắn bó mật thiết, có tác động tương hỗ và tôn vinh lẫn nhau, nhưng vẫn có tính độc lập tương đối. Di sản văn hóa Việt Nam mang “tính dân gian” rất rõ rệt và “tính dân gian” trong di sản văn hóa phi vật thể lại càng đậm đặc hơn. Hệ giá trị của văn hóa dân tộc, trước nhất tiềm ẩn trong văn hóa dân gian. Văn hóa dân gian được coi là cội nguồn của văn hóa dân tộc, là “văn hóa gốc”, “văn hóa mẹ” vì văn hóa dân gian gắn với lịch sử lâu đời của dân tộc, là nguồn sản sinh và tiếp tục nuôi dưỡng văn hóa dân tộc. Các biểu tượng của văn hóa chủ yếu gắn với văn hóa dân gian. Hệ biểu tượng này hình thành trong quá trình lịch sử lâu dài và quy định những hành vi ứng xử của cộng đồng [Ngô Đức Thịnh, 2007]. Văn hóa, trong đó có văn hóa dân gian là sản phẩm của sự phát triển xã hội nhất định. Tuy nhiên, sau khi hình thành và định hình, văn hóa tác động trở lại xã hội với tư cách là "nền tảng tinh thần của xã hội", là "động lực và mục tiêu của sự phát triển xã hội". Đặc trưng này làm cho di sản văn hóa Việt Nam càng mang tính đa dạng hơn, xét cả dưới cấp độ quốc gia (54 cộng đồng tộc người) và cấp độ địa phương (các vùng, miền). Các vùng văn hóa Việt Nam: Tây Bắc, Việt Bắc, Châu thổ Bắc bộ, Duyên hải Trung bộ, Tây Nguyên, và Nam Bộ. Bản sắc của mỗi vùng văn hóa không chỉ dựa vào điều kiện địa lý tự nhiên mà còn được xây dựng bởi sự đóng góp của các dân tộc được sinh sống tại mỗi khu vực này. Vì vậy, bản sắc văn hóa Việt Nam có các sắc thái văn hóa vô cùng phong phú và đa dạng. Truyền thống lịch sử và xã hội Việt Nam đã quy định những nét đặc trưng của văn hóa. Đó là văn hóa xóm làng trội hơn văn hóa đô thị, văn hóa truyền miệng lấn át văn hóa chữ nghĩa, ứng xử duy tình nặng hơn duy lý, chủ nghĩa yêu nước trở thành cái trục của hệ ý thức Việt Nam,

nơi sản sinh và tích hợp các giá trị văn hóa Việt Nam... [Ngô Đức Thịnh, 2007]. Nghiên cứu về bản sắc dân tộc, các học giả Việt Nam cũng có nhiều quan điểm khác nhau ví dụ như Giáo sư Đào Duy Anh chỉ ra bản sắc văn hóa Việt Nam với 7 đặc điểm cơ bản: Sức ký ức (trí nhớ tốt), thiên về nghệ thuật và trực giác; Ham học, thích văn chương; Ít mộng tưởng (thiết thực); Sức làm việc khó nhọc (cần cù) ở mức ít dân tộc nào bì kịp; Giỏi chịu khổ và hay nhẫn nhục; Chuộng hòa bình, song gặp lúc cấp bách thì cũng biết hy sinh vì đại nghĩa; Khả năng bất chước, thích ứng và dung hòa rất tài [Đào Duy Anh, 1978, 21]. Tác giả Trần Ngọc thì khái quát như sau: Sự quan tâm đến nhau; tinh thần đoàn kết; hòa thuận trong gia đình; lòng thương người; coi trọng con người không kể giàu nghèo [Phan Ngọc, 1998, 12]. Trong Nghị quyết Trung ương 5, khóa VIII của Đảng về “Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến và đậm đà bản sắc dân tộc” (1998) cho rằng bản sắc văn hoá Việt Nam có những giá trị bền vững được hun đúc trong lịch sử dân tộc. Đó là: “Lòng yêu nước nồng nàn, ý chí tự cường dân tộc, tinh thần đoàn kết, ý thức cộng đồng, lòng nhân ái, khoan dung, trọng tình nghĩa, đạo lý, đức tính cần cù, sáng tạo trong lao động, sự tinh tế trong ứng xử, tính giản dị trong lối sống [Phạm Cao Phong, 2012, 21].” Bản sắc văn hóa của dân tộc Việt Nam được xây dựng dựa trên những đặc trưng văn hóa trong lao động, trong đời sống, trong giao tiếp, ứng xử, và ở trong mối quan hệ quốc tế. Nhóm các tác giả của Bộ Ngoại giao, Vụ văn hóa Đối ngoại và UNESCO trong đề tài nghiên cứu “Ngoại giao văn hóa Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế” năm 2012 đã khái quát bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam gồm: Chủ nghĩa yêu nước, ý chí tự cường dân tộc; Nêu cao đạo lý, chuộng hòa bình; Nhân ái, khoan dung; Tinh tế, mềm mỏng trong ứng xử; Ý thức cộng đồng cao được xác định dựa trên lớp truyền thống, phẩm chất con người Việt Nam, và mối quan hệ của con người với con người. Chính những giá trị này đã đóng góp không nhỏ cho việc xây dựng và triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam.

Tóm lại, dựa trên các mối quan hệ tổng hòa giữa các yếu tố địa lý, tự nhiên, lịch sử, văn hoá, xã hội, văn hoá Việt Nam là văn hoá của những cư dân gốc nông nghiệp đề cao tính cộng đồng, là cơ sở cho sự phát triển chủ nghĩa quốc tế sau này

trong thời kỳ hiện đại. Tinh thần văn hóa của người Việt, bản sắc văn hóa của dân tộc Việt Nam với các đặc trưng chính là **chủ nghĩa yêu nước, tính cộng đồng, tính duy tình trong các cư xử xã hội, tinh thần cởi mở, dễ thích ứng và hòa nhập**. Ngoại giao truyền thống Việt Nam là nền ngoại giao có bản sắc với đặc trưng có thể nói gọn: hoà hiếu, nhu viễn, “trong đế ngoài vương” [Nguyễn Dy Niên, 2008, 87]. Bản sắc văn hóa/ bản sắc dân tộc đã và đang góp phần hình thành lên chính sách và định hướng ngoại giao văn hóa rõ ràng. Đó không chỉ là chính sách mềm mỏng, cởi mở trong ứng xử, tính trách nhiệm và cộng đồng trong hợp tác quốc tế mà còn thể hiện trong mục tiêu của ngoại giao văn hóa là giới thiệu hình ảnh của Việt Nam là một quốc gia với lòng nhân ái, khoan dung, đạo lý, chuộng hòa bình cũng như tinh thần và sách lược ngoại giao “Dĩ bất biến, ứng vạn biến”. Phương châm, chiến lược ngoại giao “Dĩ bất biến, ứng vạn biến” (lấy cái không thay đổi để đối phó với muôn sự thay đổi) là một trong những bản sắc của trường phái ngoại giao Hồ Chí Minh. Nó thể hiện sự kiên định về chiến lược, mục tiêu, lý tưởng, với cái “bất biến” là lợi ích dân tộc, nhưng linh hoạt về sách lược, con đường, cách làm, cách nhìn, cách xử lý, bước đi, nhịp độ trong từng thời kỳ khác nhau [Nguyễn Đức, 2013]. Phương châm ngoại giao này thể hiện tính mềm dẻo, cơ động, linh hoạt điều chỉnh tùy theo vấn đề, tùy từng thời điểm và tùy theo đối tượng hay đối tác trong mọi hoàn cảnh nhưng kiên trì và cứng rắn không khoan nhượng về nguyên tắc và ảnh hưởng tới độc lập dân tộc. Đây là nền tảng của ngoại giao Việt Nam nói chung và ngoại giao văn hóa Việt Nam nói riêng. Phát biểu tại Hội nghị Ngoại giao lần thứ 29, khai mạc sáng ngày 22/8/2016, tổng bí thư Nguyễn Phú Trọng nhấn mạnh đến bản sắc văn hóa của dân tộc Việt Nam mềm mại mà cứng cỏi, nhân ái mà quật cường, biết nhu biết cương, biết thời biết thế, biết mình biết người, thể hiện tâm hồn và khí phách của dân tộc Việt Nam. Đó là trường phái ngoại giao độc đáo, mang đậm bản sắc “cây tre Việt Nam”, góp phần xứng đáng giữ vững chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ đất nước [VOV, 2016].

2.2.2.2. Chính sách phát triển văn hoá của Việt Nam

Nếu cho rằng văn hóa dân gian chứa đựng và thể hiện bản sắc văn hóa dân tộc, thì trong thực tiễn việc bảo tồn, làm giàu và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc

trước nhất phải từ việc bảo tồn, làm giàu và phát huy văn hóa dân gian. Bản sắc văn hóa một phần được thể hiện thông qua các di sản văn hóa. Đó là những sản phẩm văn hóa (có thể là thiên tạo cũng có thể là nhân tạo, là vật thể hoặc phi vật thể). Di sản văn hóa vật thể là sản phẩm vật chất có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học bao gồm di tích lịch sử - văn hóa, danh lam, thắng cảnh, di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia... Di sản văn hóa phi vật thể gồm những sản phẩm tinh thần như chữ viết, văn học, nghệ thuật dân gian với nhiều loại hình, lễ tiết, luật tục, các tri thức về khoa học đời sống, khoa học quân sự, về kinh nghiệm trong đời sống... Hiện nay Việt Nam có nhiều công trình thuộc hạng mục văn hóa vật thể và phi vật thể được UNESCO công nhận. Tính tới tháng 5/2023, Việt Nam đã được UNESCO công nhận 8 Di sản thế giới, 15 Di sản văn hoá phi vật thể, 9 Di sản văn hoá tư liệu, 11 Khu dự trữ sinh quyển thế giới, 3 Công viên địa chất toàn cầu UNESCO cùng nhiều danh hiệu khác như Thành phố sáng tạo, Thành phố học tập toàn cầu, v.v. [Đài phát thanh và truyền hình Hà Nội, 2023]. Những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể này là bằng chứng rõ nét nhất về tính đa dạng, phong phú của các giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam. Do đó, bảo tồn và phát huy những giá trị này là yêu cầu cấp bách cho chính phủ cũng như toàn dân. "Bảo tồn văn hóa" thường gắn với những đối tượng cụ thể như: bảo tồn văn hóa truyền thống, bảo tồn văn hóa vật thể, bảo tồn văn hóa phi vật thể, bảo tồn di sản văn hóa Phật giáo, bảo tồn văn hóa nông thôn... Hiểu theo nghĩa chung nhất thì bảo tồn văn hóa là gìn giữ, lưu lại những giá trị văn hóa và phát huy hay phát triển văn hóa là một tất yếu khách quan của sự vận động của lĩnh vực văn hóa nhằm đem tới sự biến đổi giá trị và hệ giá trị nhằm vươn tới cái đẹp hơn cho cuộc sống của con người. Bảo tồn và phát triển văn hóa có thể được coi là thúc đẩy nhau; bảo tồn văn hóa giữ vai trò là cơ sở góp phần thúc đẩy phát triển văn hóa. Bên cạnh đó, thông qua phát triển văn hóa, con người nhận thức và thực hiện hoạt động bảo tồn văn hóa nhằm thể hiện bản sắc riêng của mình. Đánh giá và xác định các yếu tố văn hóa mới dựa trên nền tảng giá trị văn hóa được bảo tồn cho phù hợp với những biến đổi trong đời sống đương đại là một phần quan trọng của bảo tồn văn hóa, vì các giá trị văn hóa truyền thống chỉ có thể tồn tại khi nó còn phản ánh và liên quan đến thực tế đời sống của các chủ thể.

Khi nghiên cứu các tài liệu trong Đại Việt sử kí toàn thư có thể thấy, các vị vua phong kiến Việt Nam từ xưa cũng đã ý thức được việc phải bảo vệ các di sản văn hóa. Đặc biệt là các công trình kiến trúc tôn giáo thể hiện sự tôn nghiêm, uy quyền của thần thánh, của nhà vua, được xây dựng với công sức đóng góp của toàn dân, thể hiện tài năng, trí óc, tâm linh, tình cảm, niềm tin, hi vọng của các vương triều cũng như cộng đồng nhân dân được hết sức giữ gìn. Văn bản đầu tiên đề cập đến vấn đề bảo tồn các giá trị văn hóa của Việt Nam là Sắc lệnh số 65/SL ngày 23/11/1945 và Nghị định số 517 (1957) được ban hành để bảo tồn và phục hồi các di sản văn hóa vật thể bao gồm di tích lịch sử, văn hóa, và di tích cách mạng. Ủy ban Khoa học Xã hội Việt Nam (Viện Khoa học Xã hội Việt Nam ngày nay) cũng được thành lập từ những năm đầu của thập niên 60 thế kỷ XX đã kết hợp với Bộ văn hóa (nay là Bộ Văn hóa, Du lịch và Truyền thông) để thu thập và nghiên cứu để phát huy giá trị văn hóa truyền thống trong việc xây dựng đời sống văn hóa hiện đại.

Việt Nam là một trong những quốc gia châu Á đầu tiên sau Nhật Bản và Hàn Quốc thiết lập hệ thống quốc gia để bảo vệ các di sản văn hóa phi vật thể [Smith, Akagawa, 2009, 11]. Ngày 29/06/2001, Luật Di sản văn hóa được quốc hội Việt Nam thông qua trong đó, chương III tập trung vào bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa phi vật thể và vai trò của nhà nước được thể hiện như sau: “Nhà nước có chính sách khuyến khích việc sưu tầm, biên soạn, dịch thuật, thống kê, phân loại và lưu giữ các tác phẩm văn học, nghệ thuật, khoa học, ngữ văn truyền miệng, điển xướng dân gian của cộng đồng các dân tộc Việt Nam để lưu truyền trong nước và giao lưu văn hóa với nước ngoài.” Năm 2005, Thủ tướng Chính phủ ban hành quyết định số 36/2005/QĐ-TTglây ngày 23 tháng 11 hằng năm là “Ngày Di sản văn hóa Việt Nam” theo đó di sản văn hóa được định nghĩa “bao gồm di sản văn hóa phi vật thể và di sản văn hóa vật thể; là sản phẩm tinh thần, vật chất có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học, được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác ở nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam”¹. Sau 7 năm thực hiện Luật di sản văn hoá (2002-2008), Việt Nam đã xây dựng được 5 di tích, danh thắng được công nhận là di sản văn hoá

¹ Luật Di sản Văn hóa Việt Nam, Quốc Hội số: 28/2001/QH10

và thiên nhiên thế giới; 2 di sản được công nhận di sản văn hoá phi vật thể của nhân loại, 3.006 di tích được xếp hạng di tích quốc gia. Luật Di sản văn hóa được sửa đổi, và bổ sung được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XII, kỳ họp thứ 5 thông qua ngày 18 tháng 6 năm 2009 và có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 01 năm 2010 nhằm đơn giản hóa quy trình, nâng cao năng lực quản lý và bảo tồn các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể.

Đặc biệt Hội nghị Ban chấp hành Trung ương Đảng cộng sản Việt Nam lần thứ 5 (khóa VIII) đã ban hành Nghị quyết “Về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc”. Nghị quyết đã khẳng định “Văn hóa Việt Nam là thành quả hàng nghìn năm lao động sáng tạo, đấu tranh kiên cường dựng nước và giữ nước của cộng đồng các dân tộc Việt Nam, là kết quả giao lưu và tiếp thu tinh hoa của nhiều nền văn minh thế giới để không ngừng hoàn thiện mình, văn hóa Việt Nam đã hun đúc nên tâm hồn, khí phách, bản lĩnh Việt Nam, làm rạng rỡ lịch sử vẻ vang của dân tộc”.

Tác động của Luật Di sản nói riêng và sự chung sức đồng lòng của chính quyền địa phương và nhân dân cả nước, rất nhiều các giá trị văn hóa đã được giữ gìn. Điều này có thể thấy qua việc trùng tu các di tích, tổ chức hoạt động văn hóa, khôi phục lễ hội hay các loại hình nghệ thuật dân gian, khi nguồn kinh phí đóng góp từ xã hội thậm chí còn nhiều hơn cả đầu tư từ ngân sách nhà nước và lên tới hàng trăm tỷ đồng, chưa kể tới những đóng góp về công sức lao động và các hiện vật. Cũng với phương thức xã hội hóa, hình thức hoạt động bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa nghệ thuật dân gian ngày càng đa dạng với các trung tâm nghiên cứu, câu lạc bộ, các nhóm hội, bảo tàng ngoài công lập, tập hợp được các chuyên gia và những người có tâm huyết, hoạt động hiệu quả mà không phải dựa vào nguồn kinh phí hỗ trợ của Nhà nước, tránh được tình trạng xuống cấp của hệ thống các di sản văn hóa. Tuy vậy, bên cạnh đó vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định. Việc xã hội hóa công tác bảo tồn và phát huy các giá trị di sản cũng đang bộc lộ nhiều hạn chế, bất cập và cả những tiêu cực. Vai trò định hướng, quản lý của các cơ quan chức năng, chính quyền địa phương chưa rõ ràng, còn yếu kém, không đủ khả năng hướng dẫn về chuyên môn, dẫn tới nhiều thiếu sót, đầu tư lãng phí không cần thiết

và vi phạm Luật Di sản văn hóa, thể hiện ở tình trạng trùng tu một cách tùy tiện, tự phát, làm sai lệch yếu tố gốc hoặc cung tiến và đưa vật lạ vào nơi thờ cúng thiêng liêng, xâm phạm các di tích, thắng cảnh, thất thoát cổ vật. Qua đó có thể thấy nhận thức về di sản văn hóa và sự tuân thủ pháp luật chưa cao trong cộng đồng dân cư, các nguồn lực xã hội chưa được định hướng, sử dụng đúng đắn, chưa có sự phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý và bảo vệ di sản văn hóa để mang lại hiệu quả.

2.2.2.3. Những thay đổi trong chính sách đối ngoại của Việt Nam

Từ khi Việt Nam thực hiện đường lối đổi mới được thông qua tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VI Đảng cộng sản Việt Nam năm 1986, những đặc điểm chính của ngoại giao Việt Nam theo hai thời kỳ: (i) chính sách ngoại giao thời kỳ đổi mới từ năm 1986 đến giữa thập niên đầu của thế kỷ XXI và (ii) chiến lược thúc đẩy ngoại giao đa phương trong thế kỷ XXI được nhấn mạnh từ Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X (năm 2006), đánh dấu 20 năm công cuộc đổi mới.

Là một nước nhỏ sinh sống ngay bên cạnh các quốc gia luôn có ý định xâm lược, chiếm giữ và đồng hóa Việt Nam, ngoại giao từ ngàn xưa đã giữ một vai trò quan trọng và được đặc biệt chú trọng trong việc giúp đất nước biến đổi tình hình từ nguy hiểm sang an toàn, biến điểm yếu thành điểm mạnh, biến chiến tranh thành hòa bình. Có thể nói, lịch sử ngoại giao Việt Nam luôn thể hiện sự khiêm tốn, tìm kiếm hòa bình, tìm kiếm các giải pháp ngoại giao hòa bình và ngăn ngừa chiến tranh. Chính vì thế, ngoại giao Việt Nam luôn là một phần gắn bó chặt chẽ của cuộc đấu tranh giành độc lập và xây dựng tổ quốc. Cuộc đấu tranh ngoại giao còn liên quan tới nhiều hình thức và lĩnh vực đấu tranh khác và đã đóng góp rất nhiều cho chiến thắng và thành công trong sự nghiệp kiến quốc trong thời bình [Global Investment & Business Center, 2008, 4]. Sau cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước kết thúc năm 1975, đặc biệt với vấn đề Campuchia, Việt Nam rơi vào một cuộc khủng hoảng kinh tế - xã hội và bị cô lập về ngoại giao. Trước bối cảnh đó, tháng 7-1986, Bộ Chính trị đã họp khóa V và ra Nghị quyết 32 xác định rõ chủ trương và điều chỉnh chính sách ngoại giao và tiến tới giải pháp về Campuchia nhằm xây dựng môi trường ổn định để phát triển kinh tế, chủ động chuyển sang một giai đoạn phát triển mới, cùng tồn tại hòa bình với Trung Quốc, ASEAN, Hoa

Kỳ. Những mục tiêu này được thể hiện thông qua năm trọng điểm đối ngoại, bao gồm: vấn đề Campuchia; bình thường hóa quan hệ với Trung Quốc; khai thông quan hệ với các nước ASEAN; cải thiện quan hệ với Hoa Kỳ; điều chỉnh, đổi mới quan hệ với Liên Xô, các nước xã hội chủ nghĩa Đông Âu [Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam, 2005].

Quá trình hình thành và phát triển đường lối đối ngoại thời kỳ đổi mới của Đảng Cộng sản Việt Nam được khởi đầu với Nghị quyết số 13 của Bộ Chính trị (khóa VI) tháng 5-1988 đánh dấu quá trình đổi mới tư duy nhận thức và đường lối đối ngoại; sau đó là Hội nghị Trung ương 6 (tháng 3-1989), Hội nghị Trung ương 7 (tháng 8-1989) và Hội nghị Trung ương 8 (tháng 3-1990) tập trung đánh giá tình hình thế giới liên quan đến những biến động xảy ra ở Liên Xô và các nước xã hội chủ nghĩa Đông Âu, đề ra các quyết sách đối phó với những tác động phức tạp từ diễn biến của tình hình thế giới đối với công cuộc đổi mới ở Việt Nam; và Hội nghị Trung ương 3, khóa VII (tháng 6-1992) là văn kiện đánh dấu sự hình thành đường lối đối ngoại của Đảng Cộng sản Việt Nam xác định rõ nhiệm vụ công tác đối ngoại, tư tưởng chỉ đạo chính sách đối ngoại, các phương châm xử lý các vấn đề quan hệ quốc tế; đề ra chủ trương mở rộng, đa phương hóa, đa dạng hóa các mối quan hệ đối ngoại của Việt Nam, cả về chính trị, kinh tế, văn hóa..., trên cơ sở giữ vững độc lập tự chủ và các nguyên tắc tôn trọng độc lập, chủ quyền và toàn vẹn lãnh thổ, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau, hợp tác bình đẳng và cùng có lợi, bảo vệ và phát triển kinh tế, giữ gìn và phát huy những truyền thống tốt đẹp và bản sắc văn hóa dân tộc cho thời kỳ đổi mới toàn diện đất nước. Đường lối đối ngoại đổi mới này tiếp tục được khẳng định trong các kỳ đại hội sau này như Hội nghị đại biểu toàn quốc giữa nhiệm kỳ khóa VII (tháng 1-1994) và Đại hội VIII (tháng 6-1996) của Đảng Cộng sản Việt Nam đã chính thức khẳng định đường lối đối ngoại độc lập tự chủ, rộng mở, đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ với tinh thần "Việt Nam **muốn là bạn** của tất cả các nước trong cộng đồng thế giới, phấn đấu vì hòa bình, độc lập và phát triển"; Đại hội IX của Đảng (tháng 4-2001) khẳng định Đảng và Nhà nước Việt Nam tiếp tục thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại đó với một tinh thần mạnh mẽ hơn và một tâm thế chủ động hơn bằng tuyên bố

"Việt Nam **sẵn sàng là bạn, là đối tác tin cậy** của các nước trong cộng đồng quốc tế, phấn đấu vì hòa bình, độc lập và phát triển" [Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam, 2006]. Điều này đánh dấu một bước tiến quan trọng trong chiến lược đối ngoại của Việt Nam tại thời điểm những năm cuối thập niên 90 của thế kỷ XX, khi hệ thống xã hội chủ nghĩa sụp đổ ở Liên Xô và Đông Âu. Nó cho thấy mong muốn mở rộng hợp tác ngoại giao với tất cả các quốc gia trên thế giới đồng thời cũng là lời khẳng định cho các sự kiện quan trọng trước và sau đó như bình thường hóa quan hệ với Hoa Kỳ hay gia nhập ASEAN. Cũng phải lưu ý thêm rằng, lúc này, Việt Nam vẫn đang trong quá trình thực hiện các hoạt động ngoại giao tích cực để kết nối với cộng đồng quốc tế sau một thời gian dài bị cô lập.

Chính sách ngoại giao của Việt Nam trong lịch sử hiện đại ngày càng phong phú và đa dạng hơn nhằm bảo vệ độc lập và thống nhất lãnh thổ cũng như công cuộc xây dựng và phát triển đất nước và sự hội nhập của Việt Nam vào khu vực cũng như thế giới trong bối cảnh toàn cầu hòa ngày càng sâu rộng. Chính sách này được thể hiện rõ ràng và nhất quán như sau: "Triển khai thống nhất phạm vi chính sách đối ngoại về độc lập, tự lực tự cường, hòa bình, hợp tác và phát triển; chính sách đối ngoại về việc mở cửa, đa dạng hóa và đa phương hóa các quan hệ quốc tế; Tham gia chủ động và tích cực vào hội nhập kinh tế quốc tế đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế trong các lĩnh vực khác. Việt Nam là một người bạn và đối tác đáng tin cậy của tất cả các nước trong cộng đồng quốc tế, tích cực tham gia vào các quá trình hợp tác quốc tế và khu vực" [Embassy of the Socialist Republic of Vietnam in the United States of America, 2021]. Sau 20 năm thực hiện đường lối đối ngoại đổi mới, Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X Đảng Cộng sản Việt Nam đã khái quát những thành tựu Việt Nam đã đạt được có thể kể đến: đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ đối ngoại; tạo dựng được khuôn khổ quan hệ hợp tác hữu nghị, ổn định lâu dài và ngày càng đi vào chiều sâu với các nước láng giềng, khu vực; ký kết Hiệp ước phân định biên giới trên đất liền, phân định thêm lục địa, vùng chồng lấn trên, về cách ứng xử của các bên ở biển Đông (DOC); xác lập khuôn khổ quan hệ hợp tác bình đẳng, cùng có lợi với tất cả các nước lớn, các trung tâm kinh tế - chính trị lớn và các nước công nghiệp phát triển; củng cố và phát triển quan hệ hợp tác với các nước

bạn bè truyền thống và các nước đang phát triển khác ở Trung Đông, châu Phi và Mỹ La tinh; nâng cao vai trò và uy tín tại các tổ chức và diễn đàn quốc tế; và ngày càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới đang toàn cầu hóa; và đồng thời thúc đẩy công tác người Việt Nam ở nước ngoài [Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam, 2006].

Tóm lại, trong 20 năm thực hiện đường lối đổi mới, Việt Nam đã thể hiện một tư duy linh động và có nhiều thay đổi nhằm chủ động hòa nhập vào cộng đồng thế giới từ đó tạo lập được hình ảnh mới, vị thế mới hỗ trợ cho việc ổn định và phát triển đất nước. Tuy vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhưng có thể nói, đổi mới đối ngoại là một trong những thành tựu to lớn trong công cuộc đổi mới làm thay đổi bộ mặt của đất nước. Trong những kết quả đã đạt được, việc gia nhập và chủ động tham gia tích cực vào các hoạt động của ASEAN đồng thời bình thường hóa quan hệ với Hoa Kỳ là những sự kiện có ý nghĩa to lớn trong chính sách và hoạt động đối ngoại của Việt Nam. Nếu như gia nhập ASEAN là bước đệm thiết yếu cho việc hội nhập khu vực và quốc tế cũng như biến đổi ASEAN từ một liên minh chống chủ nghĩa cộng sản trở thành một phương tiện để phát triển hội nhập và cố kết khu vực [Kerry, 2010], thì việc bình thường hóa quan hệ Việt Mỹ đã đặt dấu chấm hết cho chương sử khó khăn hai nước, mở ra kỷ nguyên mới cho quan hệ song phương, từ đó mối quan hệ Việt-Mỹ đã có những bước tiến rất lớn ở hầu hết mọi lĩnh vực từ hợp tác chính trị và kinh tế tới tăng cường quan hệ quân sự và văn hóa. Khác với khi trước, tư tưởng chỉ đạo công tác đối ngoại của Việt Nam giai đoạn đổi mới, đặc biệt là từ 1995-2010 (giai đoạn hòa bình, xây dựng đất nước và hội nhập quốc tế) là phải giữ vững môi trường hòa bình, ổn định để phát triển kinh tế - xã hội, xây dựng thành công và bảo vệ vững chắc Tổ quốc là lợi ích cao nhất của toàn dân tộc. Để thực hiện mục tiêu này, đối ngoại Việt Nam phải kết hợp phương châm độc lập, tự chủ với đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ đối ngoại, nắm vững hai mặt hợp tác và đấu tranh, đẩy mạnh hợp tác khu vực với mở rộng quan hệ với các nước trên toàn thế giới, kết hợp ngoại giao của Đảng với ngoại giao Nhà nước và ngoại giao công chúng, ngoại giao chính trị với ngoại giao kinh tế và ngoại giao văn hóa, đẩy mạnh nghiên cứu lý luận và thực tiễn.

2.2.3. Nền tảng ngoại giao văn hoá của Việt Nam qua các thời kỳ

Mặc dù cụm từ “ngoại giao văn hóa” mới xuất hiện những năm gần đây, nhưng lịch sử dựng nước và giữ nước của dân tộc Việt Nam cho thấy, ông cha ta từng có nhiều hình thức ngoại giao “mềm” rất sáng tạo. Khi xưa, Chiêu Văn vương Trần Nhật Duật, với tài ngoại ngữ, am hiểu nhiều phong tục tập quán, đã giúp nhà Trần thu phục được nhân tâm của các dân tộc và sứ thần nước khác, giành chiến thắng mà không mất một mũi tên. Theo “Đại Việt sử ký toàn thư”, vào thời của vua Trần Nhân Tông, Trần Nhật Duật đã giúp phiên dịch với sứ thần nước Sách Mã Tích (tên cổ của Singapore). Ông cũng rất giỏi tiếng Chăm do thường xuyên trao đổi nói chuyện với các cư dân có nguồn gốc từ tù binh Champa sống ở thôn Bà Già (phía Tây Hà Nội ngày nay) [Hoàng Phương, 2012]. Những bức thư ngỏ gửi đối phương thông qua phương thức “ngoại giao tâm công” (đánh vào lòng người) hay những câu chuyện về sứ thần Đại Việt sử dụng thơ ca để “đổi đáp” với người phương Bắc trong lịch sử đã thể hiện lối ứng xử thông minh và đậm chất văn hóa của dân tộc Việt Nam. Trong những tình huống phức tạp, thời điểm cam go, cách thức đối ngoại linh động và đầy tinh thần hòa hiếu, nhân văn ấy đã góp phần giúp nước nhà giành thắng lợi trên mặt trận ngoại giao và làm sâu sắc thêm truyền thống của một dân tộc “Vốn xưng nền văn hiến đã lâu” như Nguyễn Trãi từng khẳng định từ thế kỷ XV.

Ngoại giao văn hóa của Việt Nam có lịch sử từ lâu đời trong mối quan hệ bang giao của dân tộc Đại Việt với các nước lớn xung quanh thông qua các hình thức cống nạp cũng như lựa chọn người đại diện xuất sắc để thực hiện mối bang giao với các nước láng giềng. Các hình thức như tiếp sứ, đàm phán, giao dịch với các nước phương Bắc là những hoạt động quan trọng để duy trì hòa bình, ngăn ngừa chiến tranh xâm lược và đô hộ. Có thể thấy “chất văn hóa” thấm đậm trong tư tưởng cốt lõi của ngoại giao Việt Nam, thể hiện chủ yếu ở tư tưởng hòa hiếu: hòa hiếu trong thời bình, hiếu hòa trong thời chiến và “đem đại nghĩa thắng hung tàn, lấy chí nhân thay cường bạo”. Đó là kinh nghiệm đánh-đàm, “cử biện sĩ bàn hòa” thời Lý Thường Kiệt, ” là ngoại giao “chẳng đánh mà người chịu khuất, ta đây mưu phạt tâm công”, là “ngoại giao tâm công”, là kinh nghiệm “hòa mục là đạo rất hay trong việc trị nước và dùng binh” của Nguyễn Trãi.

Ngoại giao Việt Nam hiện đại cũng kế thừa cái gốc văn hóa đó của cha ông ta, trong đó nổi bật là tư tưởng ngoại giao “thêm bạn bớt thù”, văn hóa ứng xử và giao tiếp đối ngoại thấm đậm chất nhân văn của Hồ Chí Minh [Phạm Sanh Châu, 2012, 23]. Sau 1945, khi nhà nước Việt Nam Dân chủ cộng hòa ra đời trong bối cảnh còn nhiều khó khăn và đặc biệt nguy hiểm với một nhà nước non trẻ, hoạt động ngoại giao văn hóa diễn ra dưới nhiều hình thức như giao lưu văn hóa, tham gia các diễn đàn thanh niên, trả lời phỏng vấn báo chí truyền hình, thư gửi bạn bè quốc tế, các hoạt động nhân đạo v.v.. nhằm mục đích từng bước tranh thủ sự ủng hộ, giúp đỡ của các lực lượng cách mạng và tiến bộ trên thế giới.

2.2.3.1. Ngoại giao văn hoá Việt Nam thời kỳ kháng chiến (1945-1975)

Cuộc kháng chiến chống Pháp và chống Mỹ (1945-1975) cũng là giai đoạn căng thẳng nhất của hậu Thế chiến thứ hai, cũng là thời kỳ Chiến tranh Lạnh với hai cực Liên Xô và Hoa Kỳ đối đầu gay gắt. Cuộc kháng chiến của Việt Nam là một trong những điểm nóng cam go của thời kỳ này và được chia làm hai giai đoạn 1945-1954 và 1954-1975. Hoạt động ngoại giao văn hoá thời kỳ 1945-1954 là sự kết hợp chặt chẽ với ngoại giao quân sự và ngoại giao chính trị diễn ra dưới nhiều hình thức như giao lưu văn hóa, tham gia các diễn đàn thanh niên, trả lời phỏng vấn báo chí truyền hình, thư gửi bạn bè quốc tế, các hoạt động nhân đạo [Phạm Cao Phong, 2012, 52]. Trong đó Ngoại giao chính trị là ngoại giao truyền thống thông qua các cuộc gặp gỡ, trao đổi chính thức giữa chính phủ của các quốc gia. Ngoại giao quân sự chỉ gắn với vai trò của tùy viên quân sự và hoạt động liên quan của họ hỗ trợ cho nhiệm vụ ngoại giao chính thức thông qua ngoại giao trực tiếp các cuộc họp và đàm phán, tiến hành các chương trình hợp tác quốc phòng, tư vấn về các lựa chọn phát triển sức mạnh, hỗ trợ cho các nhiệm vụ cứu trợ nhân đạo và thiên tai đồng thời trực tiếp tham gia vào các chiến dịch di tản và can thiệp [Peter Leahy, 2016]. Các hoạt động này nhằm mục đích từng bước phá vỡ vòng vây cô lập, tranh thủ sự ủng hộ, giúp đỡ của các lực lượng cách mạng và tiến bộ trên thế giới.

Sau Hiệp định Genève 1954, đất nước Việt Nam bị chia làm hai miền với hai nhiệm vụ chiến lược: cách mạng xã hội chủ nghĩa ở miền Bắc và cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân ở miền Nam để hoàn thành sự nghiệp giải phóng dân

tộc, thống nhất Tổ quốc. Trong bối cảnh đó, Ngoại giao Văn hóa có nhiệm vụ: (i) Tuyên truyền về cuộc đấu tranh chính nghĩa của Việt Nam, vận động sự ủng hộ của phong trào quốc tế chống chiến tranh Việt Nam; (ii) Tranh thủ sự giúp đỡ, ủng hộ của bạn bè quốc tế xây dựng Xã hội chủ nghĩa và đấu tranh thống nhất đất nước [Phạm Cao Phong, 2012, 38]. Nhằm phục vụ mục tiêu “giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước”, hình thức thể hiện của ngoại giao văn hoá với tư cách là một công cụ chính trị hữu hiệu rất đa dạng, linh hoạt, đặc biệt thông qua vai trò của Hồ Chí Minh. Tiêu biểu như chuyến thăm các gia đình nông dân ở Mông Cổ, Hungari (1957), tham gia trại hè cùng thiếu niên nhi đồng các nước ở Anbani (11/1957) [Phạm Cao Phong, 2012, 40], mặc những bộ trang phục truyền thống và nhảy những điệu nhảy của nhân dân các nước, đưa bạn bè quốc tế đến thăm các danh lam thắng cảnh nổi tiếng của Việt Nam. Đồng thời, những hoạt động ngoại giao văn hoá khác cũng được tiến hành như tham gia hoặc tổ chức liên hoan phim, biểu diễn văn nghệ, thi đấu thể thao ở trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng đã tiến hành trao tặng huân chương và các phần thưởng khác cho các chuyên gia nước ngoài tiêu biểu trong lĩnh vực sản xuất công nông nghiệp và quân sự để động viên tinh thần nhiệt tình sáng tạo của họ trong việc giúp đỡ nhân dân Việt Nam xây dựng chủ nghĩa xã hội.

Đặc biệt, ngày 5/10/1961, Hội đồng Chính phủ đã quyết định thành lập và ban hành Nghị định quy định nhiệm vụ, quyền hạn và tổ chức bộ máy của Ủy ban Liên lạc văn hóa với nước ngoài theo Nghị định số 154-CP [Trịnh Thuý Hương, 2012, 33]. Ủy ban là cơ quan của Hội đồng Chính phủ có trách nhiệm quản lý công tác trao đổi văn hóa với nước ngoài theo đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước; bảo đảm hoàn thành tốt nhiệm vụ và kế hoạch phát triển công tác trao đổi văn hóa, tuyên truyền quốc tế, giới thiệu nền văn hóa Việt nam ra nước ngoài, nhằm góp phần mở rộng và tăng cường tình đoàn kết hữu nghị giữa nhân dân ta với nhân dân các nước xã hội chủ nghĩa, các nước dân tộc độc lập và nhân dân yêu chuộng hòa bình, tiến bộ toàn thế giới, đề cao địa vị của nước Việt nam Dân chủ Cộng hòa trên trường quốc tế.

Tóm lại, trong hai cuộc chiến tranh, Việt Nam đã làm tốt công tác thông tin tuyên truyền nên nhận được sự tích cực ủng hộ cuộc chiến tranh chính nghĩa của cộng đồng quốc tế. Nhiều câu chuyện cảm động mà bạn bè nhiều nước như hoạt động của Norman Morrison tự thiêu phản đối chiến tranh Việt Nam, phong trào “Một chuyến tàu hàng cho Việt Nam” và “100 triệu phơ-răng ủng hộ Việt Nam” của Pháp; “100 triệu Yên” của các bà mẹ Nhật; “120 tấn quà cho phụ nữ Việt Nam” của phụ nữ Liên Xô; “Quà từ trái tim” của phụ nữ Ba Lan, phong trào “Chăn ấm cho trẻ em Việt Nam” của phụ nữ Hung ga ri, “Một nhà trẻ” của phụ nữ Bun-ga-ri, phong trào “Xe đạp, sách vở, đồ chơi cho trẻ em Việt Nam” của phụ nữ Cộng hòa Dân chủ Đức... [Ban Quốc tế Trung ương Hội phụ nữ Việt Nam, 2014] Các nước Liên Xô, Trung Quốc, Ủy ban đoàn kết Á - Phi, Hội đồng hòa bình thế giới, Hội luật gia dân chủ quốc tế... đều lên tiếng phản đối Hoa Kỳ can thiệp vào miền Nam, ủng hộ Việt Nam; và những nghĩa cử cao đẹp của chủ nghĩa quốc tế trong sáng, một phần bắt nguồn từ các hoạt động giao lưu, gặp gỡ, trao đổi theo con đường “Từ trái tim đến trái tim” [Trọng Vũ, 2016] - một biểu hiện sinh động của ngoại giao văn hóa Việt Nam. Hơn thế, Ủy ban Liên lạc văn hóa với nước ngoài đã phát huy tốt vai trò là cầu nối, tăng cường hiểu biết lẫn nhau. Ngoại giao văn hoá là chất “keo dính” làm bền chặt quan hệ chính trị, tăng cường đoàn kết với các nước trong khối xã hội chủ nghĩa và phong trào yêu chuộng hòa bình trên thế giới; đồng thời là kênh tuyên truyền về cuộc chiến tranh chính nghĩa của dân tộc Việt Nam.

2.2.3.2. Ngoại giao văn hoá Việt Nam thời kỳ bị bao vây, cô lập (1975-1990)

Nửa cuối thập kỷ 70 và đầu thập niên 80 diễn ra những thay đổi nhanh chóng trong quan hệ quốc tế. Thế hai cực chuyển từ đỉnh cao của hoà hoãn với việc ký Định ước Helsinki 1975 về an ninh và hợp tác châu Âu chuyển sang đỉnh cao của chiến tranh lạnh với việc Liên Xô đưa quân vào Afghanistan năm 1979, phương Tây tẩy chay Olympic Moscow năm 1980, Liên Xô và Hoa Kỳ triển khai tên lửa ở châu Âu v.v... Bắt đầu từ những năm 70 bằng "ngoại giao bóng bàn" và sau đó là chuyến thăm Bắc Kinh của H. Kissinger, cố vấn Hội đồng an ninh Hoa Kỳ mở đường cho cuộc đi thăm của Tổng thống Nixon đến Trung Quốc và thông cáo Thượng Hải (2/1972) đã khai thông quan hệ Trung-Mỹ. Kết quả là ngày 1/1/1979, Trung - Mỹ chính thức thiết

lập ngoại giao chính thức. Do đó, nó càng làm cho tình hình thế giới nói chung và khối các nước xã hội chủ nghĩa nói riêng càng trở nên căng thẳng. Ở Đông Nam Á, các quốc gia bị chia rẽ sâu sắc thành hai nhóm nước: ba nước Đông Dương và các nước ASEAN. Cuộc cách mạng khoa học-kỹ thuật diễn ra từ đầu thập niên 1970 phát triển mang tính bùng nổ và đạt được nhiều thành tựu mới, thúc đẩy mạnh mẽ quá trình khu vực hóa, quốc tế hóa và toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới.

Ở Việt Nam, tháng lợi 1975 mở ra kỷ nguyên mới: hoà bình, độc lập, thống nhất, cả nước quá độ tiến lên chủ nghĩa xã hội. Tuy nhiên, công cuộc xây dựng đất nước tiến hành chưa được bao lâu thì Việt Nam đứng trước những thử thách mới nghiêm trọng: ở trong nước, do hậu quả chiến tranh nặng nề, và những sai lầm trong phát triển kinh tế, Việt Nam lâm vào cuộc khủng hoảng kinh tế-xã hội, đời sống nhân dân hết sức khó khăn. Trên bình diện quốc tế, Việt Nam phải đối phó với hai cuộc chiến tranh: chiến tranh biên giới Tây Nam và chiến tranh biên giới phía Bắc; và gần như bị cô lập hoàn toàn.

Trong bối cảnh đó, ngoại giao văn hoá có trách nhiệm “phá băng”, “giữ cầu”, “mở đường” cho quá trình bình thường hóa quan hệ chính trị, thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế với các đối tác khác. Ngoại giao văn hoá chủ yếu tập trung với các nước trong khối xã hội chủ nghĩa và bắt đầu được thúc đẩy để “thêm bạn, bớt thù”, “đa phương hóa, đa dạng hóa”. Sau 1975, Việt Nam đẩy mạnh quan hệ với các nước tư bản chủ nghĩa, thiết lập các cơ quan đại diện ngoại giao tại Nhật Bản, Canada, Cộng hòa Liên bang Đức, Australia v.v...; nhiều đoàn cấp cao của Việt Nam đi thăm các nước Tây Âu, Bắc Âu, Nhật Bản [Phạm Cao Phong, 2012, 30] nhằm mở ra quan hệ kinh tế, thương mại, văn hóa, khoa học kỹ thuật. Trong bối cảnh bị bao vây cấm vận, Việt Nam vẫn tiến hành một số chuyến thăm cấp cao, tổ chức hoặc tham gia các cuộc hội thảo với các nước Đông Nam Á, góp phần tăng cường hiểu biết lẫn nhau và tạo điều kiện thuận lợi cho việc tìm kiếm một giải pháp chính trị thoả đáng cho vấn đề Campuchia.

Trong giai đoạn này không thể không kể đến việc tham gia UNESCO được coi là một trong những thành tựu quan trọng của ngoại giao văn hóa thời kỳ bị cô lập, cấm vận: Tháng 3/1976, Chính phủ Cách mạng lâm thời Cộng hòa miền Nam

Việt Nam tuyên bố kế thừa chính quyền Bảo Đại và chính quyền Sài Gòn trước đây tham gia Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên Hợp Quốc (UNESCO). Đến tháng 7/1976 nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam gửi công hàm thông báo kế tục tham gia UNESCO. Ngày 15/6/1977, Ủy ban Quốc gia UNESCO của Việt Nam được thành lập, đảm nhiệm việc thực hiện các nghĩa vụ, quyền hạn của một nước thành viên và chủ trì việc thực hiện chính sách của Nhà nước ta đối với UNESCO. Đặc biệt, năm 1980, Việt Nam vận động thành công UNESCO ra Nghị quyết tôn vinh Nguyễn Trãi là Danh nhân văn hóa, góp phần khẳng định tinh thần chính nghĩa của cuộc chiến tranh bảo vệ đất nước của dân tộc Việt Nam. Năm 1981 hiệp định hợp tác giữa hai bên cũng đã được ký kết. Sự hỗ trợ, hợp tác của UNESCO và nhiều nước thành viên tổ chức dành cho Việt Nam trong thời gian này vô cùng quý báu, giúp Việt Nam vượt qua những khó khăn của thời kỳ cấm vận, tái thiết đất nước. Không chỉ có thế, Việt Nam còn thành công trong việc vận động UNESCO ra Nghị quyết Kỷ niệm ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh - Anh hùng giải phóng dân tộc và Nhà văn hóa kiệt xuất (1987) và việc tổ chức thành công Lễ kỷ niệm 100 năm ngày sinh của Hồ Chí Minh với sự tham gia của nhiều đại biểu quốc tế góp phần phá thế bao vây cấm vận đồng thời khẳng định với thế giới truyền thống văn hóa lâu đời, truyền thống lịch sử giữ nước và dựng nước cùng khát vọng hòa bình chân chính và sự nghiệp giải phóng dân tộc chính nghĩa của nhân dân Việt Nam và đóng góp cho tư tưởng xây dựng nền văn hóa hòa bình trên thế giới, giá trị mà UNESCO đề cao và bảo vệ. Thông qua tổ chức UNESCO với mạng lưới các quốc gia rộng khắp, Việt Nam có thêm cơ hội để tăng cường quan hệ hợp tác, tranh thủ sự hỗ trợ của các nước, đồng thời làm tăng thêm hiểu biết, sự tin cậy của các nước đối với chính sách của nước ta.

Bên cạnh đó, Việt Nam thúc đẩy việc ký kết các Thỏa thuận song phương và đa phương có liên quan đến lĩnh vực văn hóa, vừa tranh thủ sự hỗ trợ vật chất và kỹ thuật, học hỏi kinh nghiệm để đẩy mạnh công tác văn hóa trong nước góp phần phát triển xã hội, vừa đóng vai trò là một bước quan trọng trong tiến trình tăng cường liên kết với các nước xã hội chủ nghĩa và thúc đẩy quá trình bình thường hóa quan hệ với các nước khác.

Đại hội Đảng lần thứ VI (1986) khởi xướng công cuộc Đổi mới toàn diện đất nước, mở ra một giai đoạn mới với những chuyển biến quan trọng trong đời sống chính trị, kinh tế, xã hội, cũng như trong đường lối quốc tế và chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước Việt Nam. Đường lối đối ngoại rộng mở xác định nhiệm vụ hàng đầu là “tranh thủ điều kiện quốc tế thuận lợi cho sự nghiệp xây dựng chủ nghĩa xã hội và bảo vệ Tổ quốc”. Theo đường lối chung đó, ngoại giao văn hóa được thúc đẩy như một công cụ quan trọng thực hiện đường lối chính sách ngoại giao “thêm bạn, bớt thù”, “đa phương hóa, đa dạng hóa” và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam... Giai đoạn 1986-1990 được đánh dấu bởi đề xuất sáng kiến tổ chức tiệc rượu “cocktail party” - một hình thức văn hoá giao tiếp lịch sự, nhẹ nhàng - để các bên Campuchia gặp gỡ, trao đổi, bàn bạc nhằm tháo gỡ những bế tắc trong tiến trình giải quyết vấn đề Campuchia. Sáng kiến này đưa đến một kết quả tốt đẹp, mở ra quá trình đối thoại nhằm giải quyết hòa bình vấn đề Campuchia, và mở đường cho việc cải thiện quan hệ Việt Nam và Hiệp hội Đông Nam Á (ASEAN). Việt Nam cũng đã tranh thủ Pháp thông qua việc thành lập Ủy ban hỗn hợp Việt-Pháp, tham gia Hội nghị cấp cao các nước nói tiếng Pháp, qua đó khuyến khích đường lối tương đối độc lập của Pháp, tranh thủ vai trò của Pháp trong việc giải quyết vấn đề Campuchia [Phạm Cao Phong, 2012, 22].

Tóm lại, ngoại giao văn hóa giai đoạn này tập trung vào việc làm cho thế giới hiểu rõ đường lối đổi mới toàn diện của Việt Nam, đồng thời bày tỏ quan điểm, thái độ của Việt Nam đối với các vấn đề lớn trên thế giới. Việc tăng cường tiếp xúc với các nhà báo nước ngoài của lãnh đạo Đảng và Nhà nước có tác dụng to lớn, làm cho dư luận quốc tế hiểu rõ tình hình, đường lối, chính sách của Việt Nam, giành được thiện cảm, sự đồng tình, ủng hộ ngày càng tăng đối với công cuộc đổi mới và chính sách đối ngoại của Việt Nam.

2.2.3.3. Ngoại giao văn hoá Việt Nam thời kỳ đổi mới và phát triển (1990-2009)

Bước vào đầu thập niên 90 tình hình thế giới biến đổi nhanh chóng và sâu sắc. Chiến tranh lạnh chấm dứt, thế hai cực không còn nữa, thị trường thế giới là một thể thống nhất, tạo điều kiện cho giao lưu hợp tác về kinh tế và các lĩnh vực khác. Xu thế hoà bình, hợp tác và phát triển ngày càng trở thành một xu thế lớn của

thế giới. Bối cảnh lịch sử mới đòi hỏi công tác ngoại giao phải phát huy cao độ bài học kết hợp sức mạnh dân tộc và sức mạnh thời đại nhằm tạo thành sức mạnh tổng hợp, đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp đổi mới, giữ vững hòa bình, ổn định để phát triển kinh tế - xã hội được thể hiện rõ nét trong đường lối đối ngoại đổi mới, đặt trọng tâm vào ngoại giao văn hóa.

Đổi mới và chú trọng hoạt động của ngoại giao văn hóa là một bước ngoặt quan trọng được đánh dấu bởi Nghị quyết TW 5 khóa VIII của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc năm 1998 - một văn bản được coi là chiến lược văn hóa của Đảng Cộng sản Việt Nam trong thời kỳ mới. Bản Nghị quyết thực sự là chiến lược văn hóa của Đảng ta trong thời kỳ đổi mới, xác định nhiệm vụ mở rộng hợp tác quốc tế về văn hóa là: “Đa dạng hóa, đa phương hóa các mối quan hệ về văn hóa nhằm tiếp thu được nhiều tinh hoa, kinh nghiệm của nước ngoài, ngăn ngừa những tác động tiêu cực”. Ngoại giao văn hóa lúc này được coi là một nội dung quan trọng gắn chặt với ngoại giao chính trị và kinh tế để phục vụ mục tiêu phát triển đất nước và làm phong phú nền văn hóa dân tộc. Tại giai đoạn này, Việt Nam vẫn tích cực hợp tác với Hoa Kỳ giải quyết các vấn đề nhân đạo do chiến tranh để lại, đóng góp to lớn vào việc hàn gắn vết thương chiến tranh, là một nhân tố thúc đẩy bình thường hoá quan hệ Việt-Mỹ năm 1995. Đồng thời ký kết các Thỏa thuận về hợp tác văn hóa, khoa học kỹ thuật với Liên bang Nga năm 1993, xây dựng khuôn khổ pháp lý mới, tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển quan hệ hữu nghị và hợp tác Việt-Nga. Ngoài ra, Việt Nam cũng thúc đẩy việc ký kết các văn kiện hợp tác trong lĩnh vực văn hóa với các nước Hàn Quốc, Ấn Độ, Cuba v.v... [Phạm Cao Phong, 2012, 22] Tại diễn đàn đa phương UNESCO, Việt Nam đã vận động thành công UNESCO ra Nghị quyết công nhận Hà Nội là Thành phố vì Hòa bình ngày 16/7/1999 [VOV, 2009] và chọn Hà Nội là địa điểm tổ chức Lễ phát động năm quốc tế văn hóa hòa bình của khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Hơn nữa, thực hiện nghị quyết TW 5 (khóa VIII) Bộ Ngoại giao xây dựng và thực hiện Đề án tăng cường công tác tuyên truyền và văn hóa đối ngoại của các Cơ quan Đại diện Việt Nam ở nước ngoài, thực hiện chức năng đầu mối hoặc tạo điều kiện cho các hoạt động giao lưu văn hóa với nhiều hình thức phù hợp và phong phú.

Bên cạnh đó, ngôn ngữ không chỉ là một hình thức chuyển tải văn hoá mà còn là một công cụ thực hiện ngoại giao văn hoá. Do đó, Việt Nam dành nhiều nỗ lực nhằm nâng cao vai trò trong Cộng đồng Pháp ngữ. Nhằm phát huy vai trò là thành viên tích cực trong Cộng đồng Pháp ngữ, tháng 11/1997 Việt Nam đã tổ chức thành công Hội nghị cấp cao các nước sử dụng tiếng Pháp, đưa ra khuyến nghị mở rộng sự hợp tác giữa các nước thành viên của tổ chức Pháp ngữ trên nhiều lĩnh vực, tạo điều kiện cho việc phát triển quan hệ hợp tác với các nước Châu Phi trong nhiều lĩnh vực (nhất là về nông nghiệp), với những hình thức phong phú (như hợp tác song phương, hợp tác ba bên giữa Việt Nam, một nước Châu Phi và một tổ chức quốc tế hoặc nước thứ ba), đóng góp thiết thực vào quá trình phát triển kinh tế đối ngoại, đồng thời nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Không chỉ có thế, Việt Nam còn có đóng góp quan trọng vào việc thể chế hóa hoạt động chính trị, đề cao hợp tác kinh tế bên cạnh các lĩnh vực chính trị, văn hóa - ngôn ngữ và giáo dục - đào tạo. Nhờ tham gia đầy đủ và thực chất trên hầu hết các vấn đề ưu tiên của Cộng đồng, từ hoạch định chiến lược hợp tác, thúc đẩy cải cách hành chính, tài chính cho đến điều chỉnh nguồn lực cho các lĩnh vực giáo dục và phát triển, nên Việt Nam được coi thuộc nhóm đang phát triển nòng cốt, có tiếng nói đối với việc hoạch định và triển khai chiến lược hợp tác của Cộng đồng Pháp ngữ. Việt Nam nhiều lần được Cộng đồng tín nhiệm bầu vào các cương vị quan trọng [Nhân dân online, 2016], như Chủ tịch Hội đồng thường trực Pháp ngữ (CPF), Chủ tịch Hội nghị Bộ trưởng Pháp ngữ (CMF), Chủ tịch Hội nghị cấp cao nhiệm kỳ 1997-1998, Phó Chủ tịch Liên minh Nghị viện Pháp ngữ (APF) ba nhiệm kỳ... Đến nay, hợp tác trong cộng đồng Pháp ngữ là một kênh không thể thiếu của ngoại giao văn hoá. Quan hệ giữa Việt Nam và Cộng đồng Pháp ngữ ngày càng phát triển. Phần lớn các nước Pháp ngữ đều tích cực ủng hộ cuộc đấu tranh giành độc lập dân tộc của Việt Nam trong thế kỷ XX và coi Việt Nam là biểu tượng của cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc. Trong hơn 30 năm qua, Việt Nam đã tranh thủ được nhiều sự giúp đỡ, hỗ trợ quý báu của Cộng đồng Pháp ngữ về nguồn vốn, chất xám và kỹ thuật. Đồng thời, Cộng đồng Pháp ngữ là diễn đàn để Việt Nam triển khai chính sách đối ngoại, là kênh để tranh thủ tăng cường quan hệ song phương với một số thành viên phát triển và với các nước bạn bè châu Phi truyền thống. Chính sách của Việt Nam đối

với Cộng đồng Pháp ngữ là nhất quán. Việc tham gia Cộng đồng Pháp ngữ là nhằm cụ thể hóa đường lối đối ngoại đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ quốc tế, chủ động, tích cực hội nhập quốc tế của Việt Nam, qua đó đóng góp cho hòa bình, phát triển và phồn vinh trên thế giới.

Về quan hệ quốc tế, với phương châm “Việt Nam sẵn sàng là bạn và là đối tác tin cậy của tất cả các nước trong cộng đồng thế giới phấn đấu vì hoà bình, độc lập và phát triển,” ngoại giao Việt Nam đã đạt được rất nhiều thành công lớn. Việt Nam chủ trương mở rộng quan hệ hợp tác nhiều mặt, song phương và đa phương với các nước và vùng lãnh thổ, trong đó ưu tiên cho việc phát triển quan hệ với các nước láng giềng và khu vực, với các nước và trung tâm chính trị, kinh tế quốc tế lớn, các tổ chức quốc tế và khu vực trên cơ sở những nguyên tắc cơ bản của luật pháp quốc tế và Hiến chương Liên Hợp Quốc [Bộ ngoại giao, 2004]. Các mối quan hệ song phương và đa phương đó đã góp phần không nhỏ vào việc thay đổi cách nhìn nhận của thế giới về Việt Nam. Hình ảnh của một quốc gia tươi trẻ, đang trên đà phát triển mạnh mẽ đang dần thay thế hình ảnh của một đất nước chiến tranh, nghèo đói lạc hậu. Trong các vấn đề chung của cộng đồng quốc tế, tiếng nói và vai trò của Việt Nam ngày càng có trọng lượng hơn. Tiêu biểu, Việt Nam đã đảm nhận trách nhiệm to lớn của thành viên Không Thường trực Hội đồng Bảo an Liên Hiệp Quốc nhiệm kỳ 2008-2009, Chủ tịch Ủy ban về Sierra Leon, Phó Chủ tịch Ủy ban chống khủng bố và Ủy ban Congo, Lebanon trong năm 2008 [Nhân dân online, 2008]. Việt Nam cũng đã tham gia sâu rộng và ngày càng hiệu quả ở các tổ chức khu vực như ASEAN, Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC), Diễn đàn Á - Âu (ASEM) và Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) [Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, 2016]. Những đóng góp của Việt Nam vào các hoạt động của các tổ chức, diễn đàn quốc tế đã góp phần từng bước nâng cao vị thế và uy tín của Việt Nam trên trường quốc tế.

Chiến lược ngoại giao của Việt Nam trong thế kỷ XXI lần đầu tiên được đưa ra trong Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X Đảng Cộng sản Việt Nam diễn ra từ ngày 18-25/4/2006 đánh dấu 20 năm thực hiện đường lối đổi mới, trong đó có đổi mới đối ngoại và được bổ sung hoàn thiện tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI

Đảng Cộng sản Việt Nam họp từ ngày 12-19/1/2011. Không chỉ dừng lại ở phát triển quan hệ quốc tế theo chiều rộng như trong suốt 20 năm đổi mới, Đại hội X còn nhấn mạnh yêu cầu “đưa các quan hệ quốc tế đã được thiết lập vào chiều sâu, ổn định, bền vững” [Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, 2015a]. Đồng thời vì mục tiêu phát triển, các hoạt động đối ngoại phải hướng mạnh vào các nhiệm vụ kinh tế - xã hội thiết thực như mở rộng thị trường, có thêm đối tác, tranh thủ tối đa vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý, đó chính là lý do Đại hội nêu cao yêu cầu “đẩy mạnh kinh tế đối ngoại”. Hơn nữa, Đại hội X cũng khẳng định **kiên trì chính sách đối ngoại rộng mở, đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ quốc tế** khi một lần nữa nhấn mạnh “Việt Nam là bạn, đối tác tin cậy của các nước trong cộng đồng quốc tế” đồng thời “tham gia tích cực vào tiến trình hợp tác quốc tế và khu vực” [Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, 2015a] nhằm nâng cao tính chủ động, tích cực của mình trong các tổ chức quốc tế và khu vực mà Việt Nam tham gia. Đại hội X không xếp thứ tự ưu tiên quan hệ với các đối tác khác nhau mà nhấn mạnh chủ trương “phát triển quan hệ với tất cả các nước, các vùng lãnh thổ trên thế giới và các tổ chức quốc tế” [Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, 2015a] cho phù hợp với tính đa dạng của tình hình quốc tế. Mặt khác yêu cầu phát triển, an ninh và nâng cao vị thế quốc tế vẫn đòi hỏi dành nhiều sự quan tâm và công sức củng cố mối quan hệ hợp tác hữu nghị với các nước láng giềng có chung bên giới hoặc trong khu vực Đông - Nam Á và châu Á - Thái Bình Dương cũng như các nước và trung tâm lớn ảnh hưởng trực tiếp tới cả ba mục tiêu của chính sách đối ngoại [Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam, 2006]. Đại hội XI theo đó tiếp tục được bổ sung, và hoàn thiện phù hợp với tình hình mới và đề ra những định hướng lớn cho công tác đối ngoại thời gian tiếp theo. Theo đó, định hướng tổng thể, bao trùm là nâng cao hiệu quả các hoạt động đối ngoại, tiếp tục đưa các mối quan hệ quốc tế vào chiều sâu. Một số điểm khác biệt về đường lối đối ngoại được xác định trong Đại hội XI có thể kể đến như: phương châm đối ngoại là “hội nhập quốc tế” và “thành viên có trách nhiệm” [Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, 2015b], do đó Việt Nam sẽ mở rộng tham gia và đóng góp ngày càng tích cực, chủ động, trách nhiệm vào các cơ chế, tổ chức, diễn đàn khu vực, đa phương và toàn cầu, đặc biệt là Liên Hợp quốc. Việt

Nam sẽ tích cực hợp tác với các nước, các tổ chức quốc tế để đối phó với các thách thức an ninh phi truyền thống, nhất là vấn đề biến đổi khí hậu. Đại hội XI cũng chuyển từ chủ trương “chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế trong các lĩnh vực khác” được thông qua tại Đại hội X thành “chủ động và tích cực hội nhập quốc tế” [Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, 2015b]. Với chủ trương này, hội nhập quốc tế không còn bó hẹp trong lĩnh vực kinh tế mà mở rộng ra tất cả các lĩnh vực khác, kể cả chính trị, quốc phòng, an ninh và văn hóa-xã hội..., tiếp tục coi trọng và nâng cao hiệu quả công tác ngoại giao công chúng [Đảng Cộng sản Việt Nam, 2011, 50], [Quân đội nhân dân, 2011].

Tình hình đất nước và bối cảnh quốc tế nêu trên tạo cho Việt Nam vị thế mới với những thuận lợi và cơ hội to lớn cùng những khó khăn và thách thức gay gắt trong việc thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội cũng như phát triển các mối quan hệ to lớn và xây dựng hình ảnh quốc gia.

TIÊU KẾT

Văn hoá là một khái niệm rộng lớn được tiếp cận theo hai hướng chính là những định nghĩa dựa trên các sản phẩm cụ thể và các thức tiên hành. Hai hướng định nghĩa này bổ sung nhau để chỉ ra rằng văn hoá là sản phẩm của con người có giá trị cả về vật chất lẫn tinh thần có tính lịch sử, kế thừa đại diện cho một cộng đồng và xã hội. Văn hoá quyết định hành vi ứng xử của các chính phủ, từ đó đóng vai trò quan trọng trong các hợp tác quốc tế.

Song song với việc chú trọng vào văn hoá, các quốc gia cũng quan tâm hơn tới sự phát triển ngoại giao văn hoá khi sử dụng văn hoá làm công cụ đặc biệt để phát triển các mối quan hệ đối ngoại. Thông qua cách xây dựng hình ảnh tốt đẹp và truyền bá văn hoá của một quốc gia ra toàn thế giới, ngoại giao văn hoá tác động lên cộng đồng nước ngoài bằng nhiều nhân tố như giáo dục, tôn giáo, lịch sử, v.v với sự hỗ trợ hiệu quả của các phương tiện truyền thông đại chúng. Ngoại giao văn hoá là một trong ba trụ cột ngoại giao của nước nhà. Ngoại giao chính trị có vai trò định hướng, ngoại giao kinh tế là nền tảng vật chất thì ngoại giao văn hoá là nền tảng tinh thần của hoạt động đối ngoại.

Trong quan hệ quốc tế, văn hoá có ảnh hưởng tới vị trí và vai trò của một quốc gia khi là chìa khoá và nguồn lực để giải quyết các vấn đề kinh tế xã hội và là nhân tố quyết định các quan điểm của các nhà lãnh đạo. Việc chia sẻ và phổ biến các giá trị văn hoá cả tương đồng và khác biệt sẽ giúp các quốc gia có được sự thấu hiểu và tôn trọng nhau, giảm thiểu xung đột và tăng cường hợp tác. Theo đó, ngoại giao văn hoá dùng văn hoá để thuyết phục, tạo cầu nối và tương tác quốc tế vượt qua các ranh giới quốc gia để đem lại lợi ích chính trị và kinh tế.

Văn hóa đối với Việt Nam luôn là đề tài được quan tâm trong thời kỳ đổi mới, nhưng phải đến thập niên thứ hai thế kỷ XXI, nó mới thực sự trở thành một nội dung và chiến lược ngoại giao quan trọng. Điều này xuất phát từ thực tế lịch sử của một đất nước trải qua những năm dài chiến tranh, do đó đòi hỏi sự tập trung sức người sức của cao độ để khôi phục kinh tế và đối ngoại của đất nước. Do đó, đến tận những năm đầu của thế kỷ XXI, với những thành công nhất định của ngoại giao chính trị và kinh tế, ngoại giao văn hóa mới có nhiều cơ hội để được triển khai, phát huy thế mạnh, đóng góp cho công cuộc xây dựng đất nước. Sau gần hai thập kỷ tiến hành công cuộc Đổi mới đất nước, Việt Nam có lợi thế rất lớn là tình hình chính trị - xã hội cơ bản ổn định. Môi trường hoà bình, sự hợp tác, liên kết quốc tế và những xu thế tích cực trên thế giới tiếp tục tạo điều kiện để Việt Nam phát huy nội lực và lợi thế so sánh, tranh thủ ngoại lực.

Quá trình thực thi ngoại giao văn hoá của Việt Nam chịu ảnh hưởng của những nhân tố tác động từ cả bên trong lẫn bên ngoài. Các nhân tố bên trong bao gồm bản sắc văn hoá dân tộc, chính sách phát triển văn hoá, chính sách đối ngoại thời kỳ đổi mới và một số nền tảng ngoại giao văn hoá khác trước năm 2009. Các nhân tố bên ngoài là các xu thế quốc tế lớn như xu thế hoà bình hợp tác và phát triển cùng với xu thế toàn cầu hoá và khu vực hoá. Trong đó, nhân tố tác động quan trọng nhất là chính sách đối ngoại đổi mới của Việt Nam và xu thế hoà bình hợp tác phát triển trong quan hệ quốc tế.

Chương 3. NỘI DUNG VÀ THỰC TIỄN TRIỂN KHAI CHÍNH SÁCH NGOẠI GIAO VĂN HOÁ CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2009-2020

3.1. Sự ra đời của các chiến lược và cơ sở pháp lý của chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam

Thành công của ngoại giao văn hoá không thể không nhắc tới vai trò của Phó thủ tướng kiêm Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Phạm Gia Khiêm, “một người tinh tế, yêu thích văn hoá” [Lê Thanh Bình, 2019] đã tích cực thúc đẩy ngoại giao văn hoá ngay từ khi nhậm chức và nhắc tới ngoại giao văn hoá tại Hội nghị ngoại giao lần thứ 25 năm 2006. Ngay sau đó, ông đã phát động lấy năm 2009 là “Năm ngoại giao văn hoá” và đặt công tác ngoại giao văn hoá là trọng tâm công tác của toàn ngành trong “Năm ngoại giao văn hoá 2009” và những năm tiếp theo khi ban hành Chỉ thị số 4252/2008/CT-BNG. Năm 2009, ngoại giao văn hoá lần đầu tiên được đưa vào Văn kiện của Đại hội Đảng toàn quốc trong Nghị quyết số 22/NQ-CP yêu cầu “đẩy mạnh triển khai ngoại giao văn hoá toàn diện trên cơ sở kết hợp chặt chẽ... giữa ngoại giao chính trị với ngoại giao kinh tế và ngoại giao văn hoá”. Song song với đó, Văn kiện Đảng đã nhắc tới việc “đẩy mạnh ngoại giao văn hoá, lồng ghép với các hoạt động chính trị và thúc đẩy hợp tác kinh tế” trong Báo cáo của Bộ Chính trị số 193/TLHN. Từ những chủ trương, Vụ Văn hóa Đối ngoại và UNESCO được giao nhiệm vụ xây dựng “*Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020*” trên cơ sở kết luận của Hội nghị lần thứ 25 của ngành Ngoại giao năm 2006, thống nhất và đi vào triển khai đồng bộ chính sách ngoại giao dựa trên 3 trụ cột: Ngoại giao Chính trị, Ngoại giao Kinh tế và Ngoại giao Văn hóa. Việc xây dựng “*Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020*” nhằm xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ và các giải pháp chủ yếu để phát triển Ngoại giao Văn hóa thành một trụ cột quan trọng trong chính sách ngoại giao toàn diện, hiện đại của Việt Nam, góp phần giữ vững môi trường hòa bình, tạo các điều kiện quốc tế thuận lợi cho công cuộc đổi mới, đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội, công nghiệp hóa, hiện đại hoá đất nước. Ngày 14/2/2011, “*Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020*” đã được Thủ tướng Chính phủ chính thức phê duyệt, khẳng định vị trí, vai trò và nhiệm vụ của Ngoại giao văn hóa trong giai đoạn hội nhập tổng thể của đất nước.

Sau khi *Chiến lược Ngoại giao Văn hóa* ra đời, nhiều văn kiện quan trọng của Đảng và Nhà nước tiếp tục được ban hành, khẳng định và làm rõ thêm vai trò, nhiệm vụ của ngoại giao văn hóa.

Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI đã đề ra nhiệm vụ đối với công tác đối ngoại là “Giữ vững môi trường hòa bình, thuận lợi cho đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, bảo vệ vững chắc độc lập chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ; nâng cao vị thế của đất nước; góp phần tích cực vào cuộc đấu tranh vì hòa bình, độc lập dân tộc, dân chủ và tiến bộ xã hội trên thế giới” và “Phối hợp chặt chẽ hoạt động đối ngoại của Đảng, ngoại giao Nhà nước và ngoại giao nhân dân; giữa ngoại giao chính trị với ngoại giao kinh tế và ngoại giao văn hóa; giữa đối ngoại với quốc phòng, an ninh”. Đây là cơ sở quan trọng cho việc định hướng hoạt động Ngoại giao Văn hóa trong giai đoạn 2011-2015.

Hoạt động Ngoại giao Văn hóa cũng dựa trên các quan điểm, đường lối về phát triển văn hóa, giáo dục... của Đảng được nêu tại các Văn kiện, Nghị quyết có liên quan. *Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên Chủ nghĩa Xã hội* của Đảng Cộng sản Việt Nam (bổ sung, sửa đổi năm 2011) nhấn mạnh “Xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, phát triển toàn diện, thống nhất trong đa dạng, thấm nhuần sâu sắc tinh thần nhân văn, dân chủ, tiến bộ” và “Kế thừa và phát huy những truyền thống văn hóa tốt đẹp của cộng đồng các dân tộc Việt Nam, tiếp thu những tinh hoa văn hóa nhân loại”.

Tháng 6/2014, *Nghị quyết Trung ương 9 khóa XI về “xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước”* ra đời và khẳng định: “Văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực phát triển bền vững của đất nước; văn hóa phải được đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội” và nhấn mạnh cần chú trọng đến công tác truyền bá văn hóa Việt Nam ra nước ngoài và nhiệm vụ gắn kết, giữ gìn, phát huy truyền thống văn hóa trong cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài trong quan điểm về phát triển văn hóa.

Bên cạnh đó, tháng 11/2013, *Nghị quyết Trung ương 8, Khóa XI về “đổi mới căn bản, toàn diện nền giáo dục, đào tạo”* cũng được ban hành, trong đó nhấn

mạnh mục tiêu “Chủ động, tích cực hội nhập quốc tế về giáo dục và đào tạo, đồng thời giáo dục và đào tạo phải đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế để phát triển đất nước”. Ngoại giao Văn hóa hiện nay không chỉ gói gọn trong các hoạt động về ngoại giao và văn hóa đơn thuần. Ngoại giao Văn hóa còn bao gồm các hoạt động liên quan đến giáo dục, khoa học tự nhiên, khoa học xã hội, thông tin và truyền thông. Vì vậy, các nghị quyết của Đảng về lĩnh vực giáo dục, văn hóa... đều là những văn kiện quan trọng, tạo nền tảng pháp lý cho việc triển khai công tác Ngoại giao Văn hóa.

Bên cạnh các Nghị quyết của Trung ương, Bộ Chính trị cũng đã ban hành *Nghị quyết về Hội nhập quốc tế* (ngày 10/4/2013). Nghị quyết này đã chỉ rõ việc “đẩy mạnh hợp tác song phương và đa phương về văn hóa, xã hội, khoa học-công nghệ, giáo dục-đào tạo, trước hết là xây dựng Cộng đồng Văn hóa-Xã hội ASEAN, tập trung vào phát triển nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao. Tranh thủ sự hợp tác, hỗ trợ quốc tế, tiếp thu tri thức, nhất là tri thức về quản lý và khoa học công nghệ, tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại. Tăng cường quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam với bạn bè quốc tế”.

Với ngành Ngoại giao, “*Kế hoạch hành động triển khai Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020*” do Bộ trưởng Bộ Ngoại giao ký quyết định ban hành (tháng 4/2013) được tất cả các đơn vị trong Bộ Ngoại giao và các Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài (CQĐD) nghiêm túc thực hiện và phát huy. Mục tiêu của Kế hoạch hành động nhằm cụ thể hóa các yêu cầu, nội dung cần thực hiện về công tác Ngoại giao Văn hóa cho các đơn vị trong Bộ và các Cơ quan Đại diện Việt Nam ở nước ngoài trên cơ sở Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020 đã được Thủ tướng Chính phủ ban hành.

Tháng 2/2015, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định phê duyệt “*Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”. Bên cạnh đó, một số luật, nghị định, thông tư có những quy phạm pháp luật có nội hàm Ngoại giao Văn hóa về du lịch, về bản quyền tác giả, về di sản văn hóa, về nghệ thuật biểu diễn, về các trung tâm văn hóa Việt Nam ở nước ngoài... cũng đã được ban hành trong thời gian qua.

Ngoài ra, Thủ tướng Chính phủ cũng ký Quyết định phê duyệt *Chương trình hành động của Chính phủ về thông tin đối ngoại giai đoạn 2013-2020* vào ngày 28/2/2013, nhấn mạnh nội dung quảng bá, giới thiệu hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, các tiềm năng, thế mạnh, các thành tựu về mọi mặt của Việt Nam đến với bạn bè quốc tế và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

Bên cạnh đó, các văn bản chỉ đạo, định hướng của Đảng, Chính phủ đối với từng lĩnh vực cụ thể của công tác Ngoại giao Văn hóa cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo hành lang pháp lý để triển khai. Đặc biệt là *Đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh, Anh hùng giải phóng dân tộc Việt Nam, Nhà văn hóa kiệt xuất, ở nước ngoài”* đã được Ban Bí thư thông qua năm 2009 hay Quyết định của Thủ tướng Chính phủ ngày 2/4/2010 ban hành *Quy chế tổ chức Ngày Việt Nam ở nước ngoài*.

Cùng với đó, các điều ước và thỏa thuận quốc tế về văn hóa được ký kết mới/gia hạn trong các năm gần đây đã tạo cơ sở pháp lý để triển khai các chương trình, hoạt động cụ thể về giao lưu, hợp tác văn hóa ở nước ngoài, xúc tiến, tăng cường và làm sâu sắc hiểu biết với các quốc gia.

Trước khi những văn bản trên được ban hành, Ngoại giao Văn hóa vẫn được triển khai nhưng thiếu cơ sở pháp lý cụ thể. Nhận thức về lý luận, nội hàm, vai trò... của Ngoại giao Văn hóa còn khác nhau. Điều này dẫn đến việc chồng chéo, không phân định được rõ cơ quan chủ trì, cơ quan phối hợp trong công tác Ngoại giao Văn hóa và Ngoại giao Văn hóa được triển khai chưa thực sự bài bản. Bên cạnh đó, việc huy động các nguồn lực cho công tác Ngoại giao Văn hóa cũng rất khó khăn do không có cơ chế cụ thể.

Những văn bản pháp lý quan trọng nhất trong giai đoạn 5 năm vừa qua góp phần nâng cao nhận thức về Ngoại giao Văn hoá, xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ và các giải pháp chủ yếu để phát triển Ngoại giao Văn hoá thành một trụ cột trong chính sách ngoại giao toàn diện, hiện đại của Việt Nam, góp phần giữ vững môi trường hoà bình, tạo các điều kiện quốc tế thuận lợi cho công cuộc đổi mới, đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội, công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

3.2. Nội dung chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam giai đoạn 2009-2020

Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020 của Bộ Ngoại giao và *Chiến lược Văn hoá đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030* của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch được coi là hai văn bản chính quy thực hiện đường lối ngoại giao văn hóa của Việt Nam hiện nay nhằm hướng tới các hoạt động đa dạng và hiệu quả để quảng bá các giá trị văn hoá Việt Nam trên khắp thế giới. Hai văn bản này có ý nghĩa to lớn trong việc khẳng định tầm quan trọng cũng như sức mạnh lan tỏa và tính hiệu quả to lớn và sự bền vững lâu dài của ngoại giao văn hóa cũng như chính thức xác lập yêu cầu hợp tác giữa các bộ ban ngành đồng thời thu hút, kêu gọi sự quan tâm và tham gia của tất cả các thành phần xã hội, nhân dân tham gia vào việc thúc đẩy mạnh mẽ hơn nữa các hoạt động ngoại giao văn hóa.

3.2.1. Mục tiêu chính sách

Mục tiêu được xác định dựa trên văn bản *Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến 2020* là đẩy mạnh hoạt động ngoại giao văn hóa nhằm làm cho thế giới hiểu biết hơn về đất nước và con người Việt Nam, tăng cường xây dựng lòng tin với các quốc gia trên thế giới, đưa quan hệ giữa Việt Nam với các đối tác đi vào chiều sâu, ổn định và bền vững, qua đó nâng cao vị thế đất nước trên trường quốc tế, tạo điều kiện hỗ trợ phát triển kinh tế-xã hội. Các hoạt động ngoại giao văn hóa cũng góp phần tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại, làm phong phú và sâu sắc thêm những giá trị văn hóa truyền thống của đất nước. Rõ ràng việc thực hiện ngoại giao văn hoá có hai mục tiêu lớn: (1) đưa các giá trị văn hoá của Việt Nam ra thế giới làm nền tảng để phát triển các quan hệ hữu nghị tốt đẹp với các quốc gia khác trên thế giới, và (2) tiếp thu các giá trị văn hoá tốt đẹp từ bên ngoài để phát triển văn hoá trong nước [Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến 2020].

Trong *Chiến lược Văn hoá đối ngoại của Việt Nam đến 2020*, các mục tiêu được đề cập cụ thể hơn. Trong đó xác định mục tiêu chung là chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa để quảng bá các giá trị văn hóa của Việt Nam ra thế giới, tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại nhằm xây dựng nền văn hóa và con người Việt Nam phát triển toàn diện, nâng cao vị thế, uy tín quốc tế của đất nước, góp phần đảm bảo sự phát triển bền vững và bảo vệ vững chắc Tổ quốc. Chiến lược nêu rõ

quan điểm: Văn hóa đối ngoại Việt Nam là nền văn hóa đối ngoại hòa bình, hữu nghị, hợp tác, cùng phát triển, tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, thống nhất trong đa dạng. Phát triển văn hóa đối ngoại Việt Nam là sự nghiệp toàn dân, của cả hệ thống chính trị dưới sự lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước, trong đó Nhà nước đóng vai trò chỉ đạo, định hướng, hỗ trợ về cơ chế, chính sách và xây dựng thông điệp hình ảnh quốc gia là một điểm đến an toàn và hấp dẫn. Chiến lược xác định rõ 3 mục tiêu cụ thể:

- Một là quảng bá các giá trị văn hóa của dân tộc ra thế giới, làm cho thế giới hiểu biết hơn về đất nước, con người, văn hóa Việt Nam, tạo dựng lòng tin và sự yêu mến đối với Việt Nam, góp phần thúc đẩy việc triển khai quan hệ hợp tác trên các lĩnh vực khác.
- Hai là, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại, làm phong phú và sâu sắc thêm những giá trị văn hóa truyền thống, góp phần xây dựng nền văn hóa con người Việt Nam phát triển toàn diện, hướng đến chân - thiện - mỹ, thấm nhuần tinh thần dân tộc, nhân văn, dân chủ và khoa học.
- Ba là phát triển các ngành công nghiệp văn hóa theo hướng chuyên nghiệp và đồng bộ, khuyến khích xuất khẩu sản phẩm văn hóa ra các thị trường nước ngoài, góp phần đưa thương hiệu văn hóa Việt Nam ra thế giới, quảng bá văn hóa quốc gia [Chiến lược văn hoá đối ngoại đến năm 2020 tầm nhìn 2030].

3.2.2. Định hướng chính sách

Trong *Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến 2020*, ngoại giao văn hóa được xác định cùng với ngoại giao kinh tế và ngoại giao chính trị là ba trụ cột của nền ngoại giao toàn diện, hiện đại Việt Nam. Ba trụ cột này gắn bó, tác động lẫn nhau, góp phần thực hiện đường lối đối ngoại của Đảng và Nhà nước. Ngoại giao chính trị có vai trò định hướng, ngoại giao kinh tế là nền tảng vật chất và ngoại giao văn hóa là nền tảng tinh thần của hoạt động đối ngoại. Ngoại giao văn hóa không phải là một lĩnh vực riêng, không có tổ chức bộ máy riêng mà là hoạt động và nhiệm vụ chung của các tổ chức Đảng, cơ quan nhà nước, các doanh nghiệp, các địa phương, mọi người dân Việt Nam và kiều bào ta ở nước ngoài dưới sự quản lý thống nhất của Nhà nước. Hoạt động ngoại giao văn hóa dựa trên các quan điểm được nêu rõ

tại Cương lĩnh Xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên Chủ nghĩa Xã hội của Đảng Cộng sản Việt Nam (bổ sung, sửa đổi năm 2011): “Xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, phát triển toàn diện, thống nhất trong đa dạng, thấm nhuần sâu sắc tinh thần nhân văn, dân chủ, tiến bộ; làm cho văn hóa gắn kết chặt chẽ và thấm sâu vào toàn bộ đời sống xã hội, trở thành sức mạnh nội sinh quan trọng của phát triển. Kế thừa và phát huy những truyền thống văn hóa tốt đẹp của cộng đồng các dân tộc Việt Nam, tiếp thu những tinh hoa văn hóa nhân loại, xây dựng một xã hội dân chủ, văn minh, vì lợi ích chân chính và phẩm giá con người, với trình độ tri thức, đạo đức, thể lực và thẩm mỹ ngày càng cao”. Sự phát triển của nền văn hóa của đất nước là nền tảng cho hoạt động quảng bá văn hóa của Việt Nam đối với thế giới nói chung và cho hoạt động ngoại giao văn hóa nói riêng và việc triển khai ngoại giao văn hóa trong giai đoạn 2010 - 2020 cần có trọng tâm, trọng điểm, đúng đối tượng, phù hợp với điều kiện và khả năng đáp ứng kinh tế của đất nước.

Trong *Chiến lược Văn hoá đối ngoại đến 2020*, hoạt động ngoại giao văn hóa được thực hiện bởi tất cả các ban ngành, địa phương. Nếu như hoạt động ngoại giao văn hóa của Bộ Ngoại giao Việt Nam thường gắn liền với các hoạt động ngoại giao chính thống, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam cũng xây dựng chương trình hoạt động hợp tác và ngoại giao văn hóa của riêng mình. Bộ Văn hoá chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan để tổ chức, triển khai thực hiện Chiến lược, xây dựng và tổ chức thực hiện các kế hoạch văn hoá đối ngoại hàng năm có sự gắn kết, bổ trợ với thông tin đối ngoại và ngoại giao văn hoá.

3.2.3. Phương thức và biện pháp thực thi chính sách

Trong *Chiến lược Ngoại giao văn hoá*, bên cạnh các biện pháp chính sách như tăng cường lý luận và nhận thức về ngoại giao văn hóa, tiếp tục xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách về ngoại giao văn hóa thì các biện pháp cụ thể được áp dụng gồm: (i) Đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho công tác ngoại giao văn hóa, (ii) Bảo đảm nguồn lực cho ngoại giao văn hóa bao gồm thành lập quỹ ngoại giao văn hóa do Bộ Ngoại giao quản lý, (iii) Gắn kết các hoạt động ngoại giao văn hóa với công tác về cộng đồng người Việt ở nước ngoài,

(iv) Gắn kết ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị và kinh tế, (v) Đẩy mạnh quảng bá hình ảnh Việt Nam, (vi) Đa dạng hóa các loại hình vận động danh hiệu quốc tế

Trong *Chiến lược Văn hoá đối ngoại*, nêu rõ những nhiệm vụ trọng tâm đến năm 2020 là xây dựng và vận hành cơ chế điều phối quốc gia về văn hóa đối ngoại: (i) Phát triển những loại hình, mô hình, phương thức hoạt động văn hóa đối ngoại đa dạng, hiệu quả để giới thiệu các giá trị văn hóa Việt Nam ra thế giới thông qua các hoạt động văn hoá nghệ thuật và truyền thông phù hợp với từng địa bàn. Cụ thể là các Ngày Văn hóa, Tuần Văn hóa Việt Nam, các Lễ hội Văn hóa - Du lịch, các hoạt động xúc tiến, quảng bá văn hóa - du lịch tại nước ngoài, tăng cường sự hiện diện của Việt Nam tại các sự kiện văn hóa nghệ thuật quốc tế lớn như EXPO, Biennale, các Liên hoan phim nổi tiếng..., (ii) Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam, xây dựng biểu tượng văn hóa quốc gia và một số thương hiệu sản phẩm văn hóa quốc gia, (iii) Tiến hành xuất khẩu sản phẩm và dịch vụ văn hóa Việt Nam ra nước ngoài, xây dựng thị phần cho công nghiệp văn hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế, (iv) Thành lập một số Trung tâm Văn hoá ở một số địa bàn trọng điểm trên thế giới và xây dựng trung tâm dịch thuật, quảng bá văn hóa Việt Nam ra nước ngoài, (v) Thiết lập đội ngũ Tham tán văn hóa, Tùy viên Văn hóa tại các cơ quan đại diện ngoại giao của Việt Nam ở nước ngoài và hệ thống Trung tâm Văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài, (vi) Hỗ trợ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hóa từ trong nước; có các chính sách nhằm gắn kết cộng đồng, phát huy trí tuệ, tài năng sáng tạo, đóng góp vào công cuộc xây dựng đất nước, (vii) Đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho công tác văn hóa đối ngoại. Hợp tác với các nước để đào tạo, bồi dưỡng tài năng văn hóa, nghệ thuật; đào tạo cán bộ chuyên môn trình độ cao, (viii) Xây dựng và phát triển một số Liên hoan nghệ thuật quốc tế có thương hiệu tại Việt Nam, tạo điều kiện cho công chúng Việt Nam được tiếp cận với các nền văn hóa, nghệ thuật đa dạng của thế giới, khẳng định năng lực tổ chức các sự kiện quốc tế của Việt Nam, nâng cao vị thế, uy tín đất nước, (ix) Tạo điều kiện thuận lợi để các nước, các tổ chức quốc tế, các cơ quan văn hóa, du lịch nước ngoài giới thiệu đất

nước, con người, văn hóa, du lịch tại Việt Nam. Phối hợp triển khai các Tuần Văn hóa, những sự kiện văn hóa lớn của các nước tại Việt Nam, (x) Thu hút các nguồn lực hỗ trợ cho phát triển văn hóa nghệ thuật, góp phần thực hiện chính sách xã hội hóa. Tổ chức các hoạt động văn hóa đối ngoại theo hình thức xã hội hóa với sự tham gia của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước, (xi) Tăng cường các hoạt động giao lưu nhân dân, đặc biệt là giao lưu biên giới. Trong giai đoạn đến năm 2020, các nhiệm vụ này sẽ được ưu tiên triển khai tại các địa bàn trọng điểm như: Nhóm địa bàn có quan hệ truyền thống lâu đời và gần gũi về địa lý như Trung Quốc, Lào, Campuchia và các nước khác thuộc khối ASEAN, trong đó ưu tiên việc xây dựng và phát huy cộng đồng văn hóa - xã hội ASEAN; các nước đối tác chiến lược ở châu Á- Thái Bình Dương, châu Âu, Bắc Mỹ; duy trì và chuẩn bị tăng cường, mở rộng các hoạt động tại các địa bàn Nam Mỹ, Trung Đông và châu Phi. Giai đoạn từ năm 2030 sẽ tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động ở các địa bàn trên và tăng cường các hoạt động ở các khu vực Nam Mỹ, Trung Đông, châu Phi và những địa bàn có khoảng cách địa lý xa.

Tóm lại, *Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020* cùng với *Chiến lược Văn hoá đối ngoại đến năm 2020 tầm nhìn 2030* là hai văn bản chính quy đầu tiên định hình cho ngoại giao văn hóa Việt Nam. Chiến lược này nhấn mạnh sự cần thiết phải tăng cường tích cực hội nhập quốc tế trong lĩnh vực văn hoá để thúc đẩy các giá trị văn hoá của Việt Nam trên thế giới dựa trên tinh hoa của văn hoá con người để phát triển văn hóa Việt Nam một cách toàn diện và nâng cao vị thế quốc tế và bảo vệ quốc gia. Nhiệm vụ trọng tâm đến năm 2020 là phát triển các mô hình và các hoạt động đa dạng và hiệu quả để làm nổi bật văn hoá Việt Nam thông qua các hoạt động văn hoá truyền thống như ngày văn hoá, Tuần văn hoá Việt Nam, lễ hội văn hoá và du lịch nước ngoài, và các chương trình, sự kiện nghệ thuật. Ngoài ra, Việt Nam cũng tập trung xây dựng một biểu tượng văn hoá dân tộc và một số thương hiệu văn hoá quốc gia, xuất khẩu các sản phẩm văn hoá, dịch vụ và tạo ra thị phần cho ngành văn hoá Việt Nam trên thị trường quốc tế. Đồng thời, Việt Nam cũng tạo điều kiện thuận lợi cho các quốc gia, các tổ chức quốc tế, các cơ quan về văn hóa và du lịch của nước ngoài giới thiệu về đất nước, con người, văn hóa Việt Nam cũng

như tổ chức các tuần văn hóa và các sự kiện văn hóa của các quốc gia khác tại Việt Nam. Những mục tiêu này được ưu tiên thực hiện tại các quốc gia có quan hệ hợp tác lâu dài và gần gũi với Việt Nam như Trung Quốc, Lào, Campuchia và các nước ASEAN và mở rộng tới các đối tác chiến lược trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, Châu Âu và Bắc Mỹ cũng như ở Nam Mỹ và Trung Đông và Châu Phi. Chiến lược này cũng cho thấy tham vọng của Việt Nam nhằm thúc đẩy sự phát triển của nền công nghiệp văn hoá Việt Nam ở các thành phố lớn để biến chúng thành trung tâm của nền kinh tế sáng tạo ở Châu Á.

Hai văn bản này không chỉ ghi nhận sự thay đổi về quan điểm và nhận thức của chính phủ Việt Nam về ngoại giao văn hóa mà còn là sự công nhận những nỗ lực và thành quả mà ngoại giao văn hóa đem lại. Ngoại giao văn hóa nhận được sự quan tâm và tham gia của toàn xã hội. Có thể nói đây là một cú hích cho hoạt động ngoại giao văn hóa Việt Nam thay đổi cả về chất và lượng, rút ngắn khoảng cách giữa nhận thức và hành động. Ngoại giao văn hóa được quán triệt và thực hiện ở tất cả các bộ, ngành, địa phương trong cả nước với hình thức đa dạng, phong phú hơn, và thái độ chủ động hơn.

3.3. Thực tiễn triển khai chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam giai đoạn 2009-2020

Căn cứ vào các biện pháp triển khai chính sách ngoại giao văn hoá có thể khái quát những kết quả của hơn 10 năm thực hiện hai chiến lược ngoại giao văn hoá của Việt Nam như sau:

3.3.1. Thúc đẩy hoạt động và nâng cao vai trò của Việt Nam tại các tổ chức quốc tế

Việt Nam ngày càng chủ động và tích cực tham gia và điều phối các hoạt động trên các tổ chức, diễn đàn đa phương nói chung như Liên Hợp Quốc, ASEAN, APEC, ASEM, Diễn đàn Đông Á-Mỹ Latinh FEALAC (sáng kiến thành lập “Mạng lưới các thành phố văn hóa của FEALAC”), Tổ chức Pháp ngữ... và các tổ chức, diễn đàn về văn hóa nói riêng như UNESCO, Liên minh các nền văn minh... Tại UNESCO, ngoại giao văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc ký kết Bản ghi nhớ hợp tác giữa Việt Nam và UNESCO giai đoạn 2016-2020; tổ chức thành công Lễ Kỷ niệm 70 năm Ngày thành lập UNESCO; đảm nhiệm một

số vị trí quan trọng như thành viên Ủy ban Di sản thế giới nhiệm kỳ 2013-2017, Phó Chủ tịch Chương trình Ký ức thế giới khu vực châu Á - Thái Bình Dương (MOWCAP) nhiệm kỳ 2014-2018, và đặc biệt là vận động thành công để Việt Nam trở thành thành viên Hội đồng Chấp hành UNESCO nhiệm kỳ 2015-2019 với số phiếu cao nhất từ trước đến nay. Tại cuộc họp Ủy ban Liên chính phủ Công ước 2003, tại Baku, Azerbaijan; Việt Nam đã góp phần quan trọng vào việc ký kết Hiệp định hợp tác khung giữa 2 hai tổ chức : ASEAN và UNESCO. Đặc biệt, từ năm 2011-2015, ngoại giao văn hóa đã góp phần đem lại sự công nhận danh hiệu quốc tế cho 10 di sản mới của Việt Nam bao gồm: 3 Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới, 5 Di sản Văn hóa phi vật thể, 2 Di sản tư liệu và 1 Khu Dự trữ sinh quyển thế giới [Phạm Sanh Châu, 2012, 8].

Cụ thể, Việt Nam đã tích cực xây dựng hồ sơ và bảo vệ để UNESCO công nhận một số loại hình danh hiệu văn hóa thế giới như Hồ sơ “Quần thể danh thắng Tràng An” là Di sản thiên nhiên và văn hóa thế giới, “Đờn ca tài tử Nam Bộ”, “Dân ca ví, giặm” là Di sản Phi vật thể đại diện của nhân loại, “Khu dự trữ sinh quyển thế giới Liangbiang”, “Mộc bản trường học Phúc Giang” và “Thơ văn trên kiến trúc cung đình Huế” là Di sản tư liệu thuộc chương trình Ký ức Thế giới khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Việt Nam cũng đã vận động để UNESCO thông qua Nghị quyết thành lập 2 Trung tâm hạng II đầu tiên của Việt Nam về Toán học và Vật lý, dưới sự bảo trợ của UNESCO. Các loại hình danh hiệu trên đã góp phần không nhỏ vào việc quảng bá hình ảnh Việt Nam, thu hút du lịch, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế - xã hội một cách bền vững ở địa phương.

3.3.2. Quảng bá thông tin, hình ảnh đất nước

Trong những năm vừa qua, Việt Nam đặc biệt chú trọng đến việc giới thiệu và truyền bá văn hóa quốc gia thông qua các ấn phẩm sách báo, tài liệu, các phương tiện truyền thông truyền thống và kỹ thuật số. Một số kênh nổi bật như Nhà xuất bản Thế giới, Nghiên cứu Việt Nam, kênh truyền hình VTV4, kênh phát thanh VOV, các video giới thiệu cảnh quan, văn hóa, ẩm thực, con người Việt Nam của Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Văn hóa Thể thao Du lịch, và đặc biệt của Bộ Ngoại giao Việt Nam. Bằng nhiều con đường, ngoại giao văn hóa đến với mọi

người thông qua phim ảnh, ẩm thực, thể thao, du lịch và ngay cả các loài hoa. Từ việc thành lập Câu lạc bộ Đại sứ ẩm thực trong nước; biểu diễn nghệ thuật của đoàn nghệ thuật tỉnh Vân Nam, Trung Quốc tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh nhân kỷ niệm 65 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam - Trung Quốc; tuyên truyền quảng bá Đại hội thành lập Liên đoàn thể giới võ cổ truyền Việt Nam (Vovinam) cho đến ra mắt phim quảng bá về Việt Nam “Welcome to Vietnam”... tất cả đều thể hiện sự đa dạng, phong phú trong phương thức triển khai của ngoại giao văn hóa.

Đó còn là các chương trình lễ hội được tổ chức tại các địa phương trên khắp mọi miền đất nước tiêu biểu như Lễ hội Văn hoá-Du lịch Quảng Nam, Quảng Bình, Hạ Long..., Festival Kinh tế Biển Việt Nam, Festival Hoa Đà Lạt, đặc biệt là chương trình vận động đưa Hạ Long, Phong Nha - Kẻ Bàng và đỉnh Fansipan vào danh sách 7 kỳ quan thiên nhiên thế giới, Lãng Cô vào Câu lạc bộ các Vịnh biển đẹp nhất thế giới, tổ chức thi Bắn pháo hoa Quốc tế tại Đà Nẵng và cuộc thi Hoa hậu Hoàn vũ 2008 tại Khánh Hoà...

Ngoài ra, đều đặn 2 năm/lần Việt Nam đều phát động và tổ chức Cuộc thi “Ảnh nghệ thuật Quốc tế” trao giải thưởng cho những tác phẩm, sách, ảnh, báo chí... của các tác giả trong và nước ngoài giới thiệu về đất nước Việt Nam với bạn bè quốc tế do Ban Tuyên giáo Trung ương và Bộ thông tin và truyền thông đứng ra tổ chức.

Đặc biệt, theo ông Phạm Sanh Châu, Đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh, Anh hùng giải phóng dân tộc Việt Nam, Nhà Văn hóa kiệt xuất ở nước ngoài” là một trong những nội dung quan trọng nhất của ngoại giao văn hóa Việt Nam. Các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài triển khai đề án này một cách tích cực và đạt nhiều kết quả đáng khích lệ. Đề án đã góp phần làm sâu sắc hơn tình hữu nghị, quan hệ hợp tác giữa Việt Nam với các nước, nâng cao vị thế, uy tín quốc tế của Việt Nam.

3.3.3. Trao đổi văn hóa và các chương trình biểu diễn nghệ thuật

Tổ chức các chương trình giao lưu, biểu diễn và trao đổi văn hóa nghệ thuật là một trong những hoạt động quan trọng của ngoại giao văn hóa Việt Nam. Những hoạt động này không chỉ mang hình ảnh của Việt Nam đến gần gũi hơn với cộng

đồng quốc tế, mà còn thông qua quá trình giao lưu với nước sở tại để tăng cường tình hữu nghị, củng cố các mối quan hệ song phương và đa phương. Tiêu biểu trong thời gian hoạt động vừa qua có các chương trình biểu diễn như: Nhã nhạc Cung đình Huế nhân chuyến thăm chính thức Nhật Bản của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết (11/2007), “Duyên dáng Việt Nam 20” và triển lãm tranh gốm “Đông Tây Hội nhập” nhân chuyến thăm chính thức Vương quốc Anh và Cộng hoà Ai Len của Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng (03/2008), chương trình văn hoá Việt Nam tại Thụy Điển, Phần Lan và Đan Mạch nhân chuyến thăm chính thức ba nước Bắc Âu của Phó Thủ tướng Nguyễn Sinh Hùng (06/2008), ngày Văn hoá Việt Nam tại Singapore trong chuyến thăm của Phó Thủ tướng kiêm Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm (05/2008); các chương trình giao lưu văn hoá nhân kỷ niệm 10 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam - Hoa Kỳ, triển lãm và biểu diễn văn nghệ kỷ niệm 30 năm ký hiệp định Paris như các hoạt động kỷ niệm 35 năm quan hệ Việt - Nhật như Đại Nhạc hội Nhật-Việt (Hà Nội, 05/2008).

Nổi bật trong các hoạt động văn hóa ở nước ngoài là các sự kiện Tuần/Ngày Việt Nam ở nước ngoài do Bộ Ngoại giao chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương liên quan và cơ quan đại diện tổ chức như: tuần văn hoá tại Bỉ, Hungary, Rumania, Pháp, Canada (2005); Những ngày Việt Nam tại Nhật Bản và Tuần Việt Nam tại Italia năm 2013; Tuần Việt Nam tại Hà Lan và Những ngày Việt Nam tại Qatar và UAE năm 2014; Những ngày Việt Nam tại Hoa Kỳ năm 2015.

Các hoạt động giao lưu văn hóa với các quốc gia khác được tổ chức tại Việt Nam như: sự kiện Lễ hội hoa anh đào Nhật Bản (thường niên), Những ngày châu Âu tại Việt Nam (2011), Liên hoan âm nhạc châu Âu tại Việt Nam (2012), Những ngày văn hóa Nga tại Việt Nam (2013), Năm Pháp tại Việt Nam (2013), Ngày quốc tế Yoga Ấn Độ (2015), đoàn Ballet danh tiếng Talarium Et Lux của Nga đến Việt Nam trình diễn vở “Hồ Thiên Nga” (2015), đoàn nghệ thuật tinh Vân Nam, Trung Quốc vào biểu diễn tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh (2015) nhân dịp kỷ niệm 65 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước...

Ngoài các hình thức hợp tác trao đổi văn hóa theo con đường chính thức của Nhà nước, các hoạt động giao lưu văn hóa nhân dân cũng ngày một phát triển và

mang nhiều nội dung phong phú, trên nhiều lĩnh vực khác nhau của văn hóa [Phạm Sanh Châu, 2016]. Các hình thức, sản phẩm phục vụ tuyên truyền văn hóa đối ngoại cũng tăng về số lượng, chất lượng [Phạm Sanh Châu, 2016], [Hoàng Khắc Nam, 2016]. Nổi bật là một số chương trình giao lưu văn hoá nghệ thuật trong khuôn khổ chuyến thăm của Lãnh đạo cấp cao, những hoạt động quảng bá hình ảnh đất nước, những chương trình văn hoá kỷ niệm ngày thiết lập quan hệ và rất nhiều chương trình khác...

3.3.4. *Đồng tổ chức các sự kiện văn hóa và tham gia hợp tác văn hóa quốc tế*

Việt Nam đã và đang tổ chức nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa với các hình thức đa dạng như phối hợp tổ chức các lễ hội, sự kiện văn hóa lớn định kỳ và thường niên như Lễ hội Trà quốc tế Thái Nguyên, Lễ hội Giỗ tổ Hùng Vương Phú Thọ, Festival Huế, Festival Dừa Bến Tre, Lễ hội Hoa Đà Lạt, Lễ hội Hoa tam giác mạch Hà Giang, các lễ hội ẩm thực, các cuộc đua xe đạp vì hòa bình... và các chương trình đi thăm và làm việc tại nhiều địa phương như Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bắc Ninh, Bắc Giang, Hà Giang, Nam Định, Cần Thơ, Điện Biên, Lâm Đồng... được sự tham gia tích cực của Ngoại giao đoàn và bạn bè quốc tế.

Tiêu biểu có thể kể đến Hợp tác quốc tế được thể hiện ở Festival Cồng chiêng Quốc tế năm 2009 tại Gia Lai, sự hiện diện của hơn 60 đoàn cồng chiêng (thuộc 22 dân tộc có cồng chiêng trong nước, 5 quốc gia có cồng chiêng trong khu vực) với nhiều hoạt động trình diễn, lễ hội... thật sự là một cuộc biểu dương lực lượng văn hóa cồng chiêng, âm nhạc cồng chiêng chưa từng có, đáp ứng nhu cầu được giao lưu, được giới thiệu cái hay, cái đẹp trong văn hóa cồng chiêng của dân tộc mình với những dân tộc khác. Đồng thời các hội thảo quốc tế về cồng chiêng Tây Nguyên cũng được tổ chức và tham gia cả trong và ngoài nước nhằm nâng cao nhận thức và tìm kiếm hợp tác khu vực và quốc tế trong vấn đề bảo tồn và phát huy văn hóa cồng chiêng của Việt Nam nói riêng và Đông Nam Á nói chung như: Hội thảo quốc tế "Sự thay đổi đời sống kinh tế xã hội và bảo tồn văn hóa cồng chiêng ở Việt Nam và khu vực Đông Nam Á" được tổ chức tháng 11/2009, tại Pleiku. Đây cũng là một nhu cầu, một yếu tố kích thích để không gian văn hóa cồng chiêng nhanh chóng phục hồi.

Chính các hoạt động hợp tác quốc tế này đã góp phần nâng cao nhận thức của cả người dân trong và ngoài nước về một trong những giá trị văn hóa truyền thống quý báu của đồng bào dân tộc thiểu số Tây Nguyên nói riêng và kho tàng văn hóa Việt Nam nói chung.

3.4. Trường hợp nghiên cứu - Đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh - Anh hùng giải phóng dân tộc, nhà văn hoá kiệt xuất ở nước ngoài” giai đoạn 2009-2019

Nhận thức sâu sắc rằng Bộ Ngoại giao luôn tự hào khi Chủ tịch Hồ Chí Minh là Bộ trưởng ngoại giao đầu tiên của nước Việt Nam dân chủ Cộng hoà, là người khai sinh ra nền ngoại giao Việt Nam toàn diện, hiện đại, trong đó có ngoại giao văn hoá - nhằm tạo động lực mới cho ngoại giao Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế nên Bộ Ngoại giao đã phê chuẩn Đề án “*Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh - Anh hùng giải phóng dân tộc, nhà văn hoá kiệt xuất ở nước ngoài*” giai đoạn 2009-2019 - Văn bản số 53-ĐA/BCSD-VHĐN-UNESCO ký năm 2009 [Bộ Ngoại giao, 2009]. Đồng thời, Vụ Ngoại giao văn hoá và UNESCO xác định rõ đây là công tác ngoại giao tổng hợp cả về chính trị, kinh tế, văn hoá, thông tin tuyên truyền, công tác ngoài Việt Nam ở nước ngoài, vừa là các hoạt động của ngoại giao Nhà nước, ngoại giao Đảng và ngoại giao Nhân dân.

3.4.1. Nội dung đề án

a. Mục tiêu

Đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh, Anh hùng giải phóng dân tộc, Nhà văn hoá kiệt xuất, ở nước ngoài” nhằm tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh bằng việc tuyên truyền vận động Chính quyền địa phương, nhân dân sở tại, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài tại các quốc gia trên thế giới, những nơi Người đã từng sống, học tập, làm việc hoặc đến thăm, có các hình thức tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh nhằm lưu giữ và bảo vệ những dấu tích của Người, qua đó quảng bá hình ảnh Việt Nam trên thế giới qua hình ảnh của một con người Việt Nam tiêu biểu và làm sâu sắc thêm quan hệ giữa Việt Nam với các nước này.

b. Phạm vi

Đề án sẽ được triển khai ở các quốc gia nơi Chủ tịch Hồ Chí Minh đã từng sống, học tập, làm việc hoặc đến thăm và tại các quốc gia có quan hệ hữu nghị với

Việt Nam, kể cả những nơi Bác Hồ chưa từng đặt chân đến nhưng chính quyền và người dân sở tại bày tỏ thiện chí mong muốn có các hình thức tưởng niệm Người.

c. Lộ trình

Đây là một hoạt động có ý nghĩa đặc biệt, được triển khai theo lộ trình nhiều năm, lấy “Năm Ngoại giao Văn hóa 2009” của Bộ Ngoại giao là năm khởi điểm.

Ban cán sự Đảng Bộ Ngoại giao phối hợp với Ban Cán sự Đảng Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch tiến hành sơ kết đánh giá Đề án vào dịp 19/5/2010, nhân kỷ niệm 120 năm ngày sinh của Chủ tịch Hồ Chí Minh.

3.4.2. Kết quả triển khai

Theo báo cáo của Bộ Ngoại giao, các hoạt động tin vinh Bác ở nước ngoài do Bộ Ngoại giao chủ trì được tiến hành với những hình thức chủ yếu sau:

(i) *Tổ chức nhiều buổi mít-ting, nói chuyện, tọa đàm nhân ngày kỷ niệm ngày sinh của Bác, Ngày Quốc khánh và các sự kiện quan trọng khác của đất nước, đặc biệt là vào các năm chẵn, tròn với sự tham gia của đồng bào cán bộ nhân viên Cơ quan đại diện, kiều bào và bạn bè sở tại.* Theo báo cáo, 95/95 Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài đều có các hoạt động, sự kiện có liên quan tới việc tôn vinh Bác với quy mô, phạm vi phù hợp với điều kiện cụ thể của từng nước sở tại. Tại nhiều địa bàn, các hoạt động trên đã nhận được sự hưởng ứng, tham gia tích cực của các chính đảng, giới học giả, truyền thông và phát huy được hiệu quả tuyên truyền về tư tưởng, đạo đức, nhân cách và sự thiên tài của Bác dưới cả hai góc độ “Anh hùng giải phóng dân tộc” và “Nhà văn hoá kiệt xuất”.

(ii) *Tất cả các cấp ủy và Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài đã triển khai linh hoạt, thực chất, gắn việc thực hiện Chỉ thị của Bộ Chính trị về “học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh” với các hoạt động đối ngoại, xây dựng đoàn kết nội bộ và công tác về người Việt Nam ở nước ngoài hướng tới đối tượng là người Việt Nam đang sinh sống, học tập và công tác ở nước ngoài, cũng như mở rộng đến các đối tượng kiều bào phù hợp, đây là một nội dung được Đề án đặc biệt quan tâm. Trong đó, chú trọng đến việc tổ chức các cuộc vận động, tổ chức thi sáng tác, viết và sưu tầm tư liệu, hiện vật về Chủ tịch Hồ Chí Minh ở nước ngoài và trao bằng khen cháu ngoan Bác Hồ cho con em kiều bào. Các hoạt động này vừa thể hiện bản chất tốt đẹp của chế độ, chính sách đại đoàn kết dân tộc của Nhà nước*

ta, vừa góp phần giúp gắn kết bà con trong nỗ lực duy trì và phát huy bản sắc văn hoá truyền thống tốt đẹp của dân tộc. Thông qua việc học tập Bác, cán bộ, nhân viên ngoại giao đã thấm nhuần và áp dụng những giá trị tư tưởng, đạo đức, phong cách của Bác vào các hoạt động đối ngoại, giao tiếp, phục vụ kiều bào. Tất cả các Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài đều nhận định việc học tập và làm theo tấm gương của Bác đã giúp cán bộ có trách nhiệm hơn với công việc được giao, thái độ phục vụ công dân của cán bộ, đảng viên được chuyển biến tốt hơn, vừa góp phần thực hiện hoàn thành nhiệm vụ chính trị, vừa phòng chống sự suy thoái về tư tưởng, đạo đức, lối sống

(iii) *Tôn tạo và xây dựng mới tượng, tượng đài Chủ tịch Hồ Chí Minh.* Trước khi Đề án ra đời năm 2009, ta đã có 6 tượng Bác được đặt tại một số nước ở châu Á, Âu, Phi, Mỹ Latinh. Sau 10 năm thực hiện Đề án, ta dựng thêm 29 công trình nâng số lượng tượng, tượng đài Bác ở nước ngoài là 35 công trình tại 22 quốc gia [Quân đội nhân dân, 2021], trong đó số lượng tại châu Á là 17², châu Âu có 8³, châu Mỹ Latinh có 9⁴ và châu Phi có 1⁵. Các công trình này là biểu tượng của tình đoàn kết, hữu nghị giữa Việt Nam và sở tại, là nơi lưu giữ những kỷ niệm về Người và là nơi tổ chức các hoạt động giao lưu với người dân, bạn bè quốc tế, qua đó giúp tăng cường quan hệ

(iv) *Xây dựng, tu sửa các khu di tích tưởng niệm, bảo tàng... tại những nơi Người đã từng sống và hoạt động.* Tới nay đã có 11 khu tưởng niệm mang tên Bác ở nước ngoài. Cụ thể, tại châu Á có 8 công trình tại Trung Quốc, Lào, Thái Lan; tại châu Âu có 3 công trình tại Pháp, Nga, Đức. Nơi đây đã trở thành địa chỉ tham quan, thăm viếng của nhân dân địa phương, du khách quốc tế, trở thành địa điểm

² Lào (1 tượng tại Savanakhet), Trung Quốc (3 tượng tại khuôn viên Đại sứ quán Việt Nam, Khu tưởng niệm Bác tại tỉnh Quảng Tây, Phòng trưng bày nhà ở cũ tại Liễu Châu, Quảng Tây), Thái Lan (2 tượng tại tỉnh Nakhonphanom và Ratcha Buri), Philippines (5 tượng tại thủ đô Manila; 4 tượng tại 4 phân hiệu của trường Đại học Quốc gia Bách khoa tỉnh Lugauna), Singapore (1 tượng tại Bảo tàng Văn minh châu Á), Ấn Độ (1 tượng tại thành phố Kolkata), Nhật Bản (1 tượng tại Bảo tàng Mimasaka), Mông Cổ (1 tượng tại thủ đô Ulan Bator), Sri Lanka (1 tượng tại thủ đô Colombo), Myanmar (1 tượng bán thân tại Bảo tàng Quốc gia Myanmar)

³ Nga (4 tượng tại Moscow, Saint Peterburg, Ulyanovsk và Vladivostok), Hungaria (1 tượng tại thành phố Zalaegerszey), Pháp (1 tượng tại thành phố Montreuil), Anh (1 tượng tại thị trấn New Haven), Áo (1 tượng tại khuôn viên Đại sứ quán Việt Nam)

⁴ Cuba (1 tượng tại Công viên Hoà bình thủ đô La Habana), Mexico (4 tượng tại thủ đô Mexico, thành phố Ácpulco, khuôn viên Đại sứ quán Việt Nam tại Mexico, thành phố Guadalajara), Cộng hoà Dominicana (1 tượng tại Quảng trường mang tên Bác ở thủ đô Santo Domingo), Argentina (1 tượng tại công viên Việt Nam ở thủ đô Buenos Aires), Chile (1 tượng tại công viên mang tên Bác ở thủ đô Santiago), Venezuela (1 tượng tại đại lộ Simon Bolivar ở thủ đô Caracas)

⁵ Madagascar (1 tượng tại quảng trường mang tên Bác ở thủ đô Antananarivo)

quen thuộc cho các sự kiện văn hoá của cộng đồng ngoài Việt Nam. Phần lớn các công trình này đều được xây dựng từ nguồn kinh phí của sở tại, điển hình ở Trung Quốc, Thái Lan, Lào, Nga... điều này cho thấy sự trân trọng, quý mến của nhân dân thế giới dành cho Bác nói riêng và Việt Nam nói chung

(v) *Đặt bia, gắn biển đồng* được thực hiện tại các nước Singapore, Anh, Slovakia, Ấn Độ và một số nước kết hợp đặt bia tại các công trình như công viên, đại lộ... Đây là hình thức giúp lưu lại những địa danh, thông tin mà Bác đã sống, học tập, làm việc hoặc từng đi qua. Đây là một hình thức hiệu quả, dễ bảo trì, bảo vệ khi chưa thực hiện được việc xây dựng tượng và tượng đài Bác

(vi) *Đặt tên trường, lớp, tên đường phố, quảng trường mang tên Bác*. Đối với việc đặt tên trường, lớp mang tên Bác đã được thực hiện tại Nga, Ukraine, Mông Cổ, Triều Tiên, Mexico và Cuba. Đối với việc đặt tên đường phố, hiện có gần 20 con đường, đại lộ mang tên Bác tại Pháp, Nga, Ấn Độ, Angola, Algeria, Mozambique. Điều đặc biệt là mặc dù thời gian Bác tới thăm và lưu lại không lâu tại một số nước Bắc Phi nhưng đã để lại trong lòng người dân nơi đây sự ngưỡng mộ. Để tưởng nhớ công ơn của Người với phong trào giải phóng thuộc địa, một số nước Bắc Phi đã đặt các con đường, đại lộ lớn mang tên Bác

(vii) *Xuất bản, phát hành các ấn phẩm, sách báo, phim ảnh... về Hồ Chí Minh*. Riêng đối với sách, trong thời gian qua đã có gần 40 cuốn sách của các tác giả nước ngoài về Người, phần lớn các cuốn sách giới thiệu về tiểu sử Bác, bản di chúc, tập thơ Nhật ký trong tù, hoặc xây dựng các bộ phim tư liệu về cuộc đời, sự nghiệp của Bác. Đây là một hình thức phổ biến trong việc vinh danh ở nhiều nước. Các buổi giới thiệu và phát hành ấn phẩm cũng là những cơ hội để thế hệ trẻ hiểu biết về Hồ Chí Minh và về đất nước, văn hoá, con người Việt Nam, nhất là những nước có văn hoá đọc cao.

(viii) *Tổ chức hội nghị, hội thảo, tọa đàm... khoa học mang tính quốc tế về Bác*. Việc tổ chức các hoạt động này được triển khai ở các trong và ngoài nước. Điển hình trong nước là chuỗi các sự kiện mang tính quốc tế gồm Lễ Mít-ting, Triển lãm, Hội thảo kỷ niệm 30 năm ngày UNESCO ra Nghị quyết tôn vinh Bác là “Anh hùng giải phóng dân tộc, Nhà văn hoá kiệt xuất” (năm 1987-2017) được tổ chức tại Hà Nội và Paris, Pháp năm 2017; Hội thảo quốc tế “Di sản Hồ Chí Minh với ngoại giao

văn hoá Việt Nam trong giai đoạn mới” tại Nghệ An tháng 10/2019. Kết quả của các sự kiện trên đã góp phần khẳng định tình cảm, sự ngưỡng mộ, quý trọng của nhân dân thế giới đối với Chủ tịch Hồ Chí Minh và ghi nhận khách quan những công hiến to lớn của Người với sự phát triển của nhân loại. Bên cạnh đó, nhiều Cơ quan đại diện cũng đã tích cực triển khai hình thức này. Đó là Triển lãm và Hội thảo quốc tế tại Indonesia và xây dựng bộ phim “Tình bạn giữa Chủ tịch Hồ Chí Minh với Tổng thống Sukarno, tình đoàn kết hữu nghị Việt Nam - Indo” nhân kỉ niệm 60 năm Bác tới thăm Indonesia và Tổng thống Surkano tới thăm Việt Nam tháng 11/2019. Sự kiện đã góp phần nêu bật ý nghĩa cột mốc lịch sử quan hệ được xây dựng bởi hai nhà lập quốc, tạo dựng cơ sở cho phát triển quan hệ Việt Nam - Indonesia nhất là trong bối cảnh hai nước đang hướng tới kỷ niệm 65 năm quan hệ ngoại giao và cùng đảm nhận vai trò Uỷ viên không thường trực Hội đồng bảo an Liên Hợp Quốc vào năm 2020. Ngoài ra còn có các hoạt động nổi bật khác như: Tiếp nhận và chuyển tặng Bảo tàng Hồ Chí Minh 2 cuốn sách viết về Chủ tịch Hồ Chí Minh ở Cộng hoà Liên bang Đức và Cộng hoà Bulgaria ngày 25/8/2009; Chủ trì biên tập và in sách ảnh “Tình cảm của nhân dân thế giới với Chủ tịch Hồ Chí Minh bằng 4 thứ tiếng (Việt, Anh, Pháp, Tây Ban Nha) năm 2014 làm quà tặng đối ngoại và đưa vào tủ sách của các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài; tổ chức Hội nghị sơ kết 5 năm thực hiện Đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh, anh hùng giải phóng dân tộc, danh nhân văn hoá ở nước ngoài” năm 2015; Tổ chức tiếp nhận và bàn giao Bảo tàng Hồ Chí Minh chiếc mũ Kê-pi có chữ ký ghi tặng ông Pierre Biquard vào tháng 1/1969, 10 bước ảnh chụp lại về chuyến thăm của Đoàn phong trào Hoà bình Pháp đến thăm Việt Nam và 4 trang báo của Pháp viết về sự kiện này, ngày 16/3/2016; tiếp nhận và tổ chức Lễ bàn giao bức tranh chân dung Chủ tịch Hồ Chí Minh do hoạ sĩ người Pháp gốc Algeria Boutadjine Mustapha trao tặng cho Bảo tàng Hồ Chí Minh để lưu giữ, bảo quản và phục vụ công tác bảo tàng ngày 31/10/2016; Ngày 26/12/2019, Vụ Ngoại giao văn hoá chủ trì tổ chức Hội nghị Tổng kết 10 năm Đề án tôn vinh Bác và xây dựng kịch bản bộ phim “Chủ tịch Hồ Chí Minh, Người ở khắp nơi” trình chiếu tại Hội nghị cũng như làm tài liệu tuyên truyền cho Đề án.

(ix) *Các hình thức mang tính nghệ thuật, sáng tạo... về Bác.* Các hoạt động này có nhiều sự đổi mới, sáng tạo như việc xây dựng các Góc, Không gian Hồ Chí Minh tại các thư viện, trường học để trưng bày các tài liệu ấn phẩm về cuộc đời, sự nghiệp của Bác cũng như giới thiệu về Việt Nam; tổ chức các đêm thơ, đêm ca nhạc; sáng tác thơ, bài hát, phim, phát hành tem... Đặc biệt tại Bangladesh, Đại sứ quan Việt Nam đã phối hợp với các cơ quan hữu quan của sở tại xây dựng tác phẩm vũ kịch “Hồ Chí Minh” và công diễn nhiều buổi tại nhà hát lớn của thủ đô Dakar, tại một số trường đại học và địa phương tạo sự quan tâm rộng rãi của nhân dân sở tại.

3.4.3. Đánh giá việc triển khai đề án

a. Thuận lợi

(i) Những giá trị tự thân của đất nước Việt Nam - nền văn hiến ngàn năm, truyền thống lịch sử hào hùng, thành tựu trong đổi mới toàn diện đã tạo dựng vị thế của Việt Nam. Bên cạnh đó, với đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, rộng mở, trách nhiệm với công việc chung của thế giới đã tạo dựng quan hệ tốt đẹp với các nước, các tổ chức quốc tế; do đó, đã nhận được sự ủng hộ, hưởng ứng của chính quyền, người dân sở tại, thậm chí ở một số quốc gia có nhiều đảng phái khác nhau nhưng đều thống nhất đoàn kết hữu nghị với Việt Nam và yêu quý Bác Hồ

(ii) Những giá trị về tư tưởng, đạo đức, phong cách của Hồ Chí Minh đã tạo sự “hấp dẫn”, để lại những tình cảm, ấn tượng sâu sắc trong lòng bạn bè quốc tế. Những giá trị di sản của Bác để lại vừa mang tính thời sự, vừa mang tính lâu dài, vượt thời đại, đóng góp vào sự phát triển chung của nhân loại, được tổ chức Khoa học, Giáo dục và Văn hoá của Liên Hợp Quốc (UNESCO) - đại diện cho lương tri và trí tuệ của nhân loại công nhận. Do đó, việc tôn vinh Bác đã nhận được sự hưởng ứng rộng rãi của bạn bè thế giới

(iii) Trong quá trình triển khai Đề án, Bộ Ngoại giao luôn nhận được sự chỉ đạo sát sao của Bộ Chính trị, Ban Bí thư và của các đồng chí Lãnh đạo cấp cao. Bên cạnh đó, các Chỉ thị, Nghị quyết của Đảng về “học tập làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh” và các chính sách, đường lối đối ngoại, ngoại giao văn hoá của Nhà nước đã tạo cơ sở pháp lý vững chắc, tác động thuận lợi cho việc triển khai Đề án

(iv) Bên cạnh sự phối hợp chặt chẽ, nhịp nhàng, hiệu quả của các bộ, ban, ngành, địa phương, sự tham gia, đóng góp tích cực của các chủ thể ngoài nhà nước như các tập đoàn, doanh nghiệp, tư nhân đã đóng góp nguồn lực không nhỏ vào việc triển khai hiệu quả Đề án.

b. Khó khăn

(i) Sự khác biệt hoặc thay đổi về chế độ, chính trị, nhân sự lãnh đạo, bộ máy hành chính các cấp của sở tại. Một số địa bàn, thế lực chống cộng vẫn tồn tại, tiếp tục âm mưu bôi xấu lãnh tụ

(ii) Các quy định về luật pháp, hành chính và các quy định liên quan của sở tại, sự khác biệt về văn hoá, tâm linh, tập quán, cũng là một yếu tố khó khăn khách quan cho việc tôn vinh cũng như duy trì, bảo vệ, phát huy các hình thức tôn vinh Bác. Ví dụ, tại khu vực Trung Đông, cơ bản các hoạt động tôn vinh Bác chỉ dừng lại ở việc các Cơ quan đại diện Việt Nam và khiếu nại, chưa có sự tham gia nhiều của chính quyền.

(iii) Các công trình Bác thường ở ngoài trời, do đó việc bảo vệ, tu sửa trước ảnh hưởng của môi trường, khí hậu, âm mưu phá hoại của thế lực thù địch... cũng là một vấn đề cần tính toán. Trong thời gian qua, ta đã phải tiến hành tu sửa, nâng cấp nhiều công trình như: công viên Bác tại Chile, công trình tượng Bác tại Pháp, tượng Bác tại Mông Cổ và Singapore, v.v.

(iv) Nguồn lực tài chính cho việc triển khai còn ở mức hạn chế so với ý nghĩa, tầm quan trọng của Đề án. Trong 10 năm triển khai và kể cả giai đoạn trước khi có Đề án, chi phí dành cho việc xây dựng, tu sửa các công trình Bác ở nước ngoài còn rất khiêm tốn⁶, phần nào ảnh hưởng tới quy mô của công trình. Bên cạnh đó, thủ tục phê duyệt ngân sách được thực hiện kỹ lưỡng, qua nhiều khâu, nhiều công đoạn, khiến thời gian thực hiện kéo dài, có thể ảnh hưởng tới thời cơ, cơ hội cho các hoạt động tôn vinh Bác ở sở tại

⁶ Theo báo cáo của Bộ Ngoại giao, kinh phí cho việc xây dựng các công trình Bác chưa tới 150 tỷ đồng. Cụ thể, Khu tưởng niệm Khăm muôn (Lào) là 35 tỷ VNĐ từ ngân sách; Khu tưởng niệm Nakhon Phanom (Thái Lan) là 30 tỷ VNĐ từ ngân sách; Bảo tàng Mimasaka (Nhật Bản) là 891 triệu VNĐ từ ngân sách, Sri Lanka là 2,2 tỷ VNĐ từ ngân sách và xã hội hoá; tại tỉnh Ylyanovsk (Nga) là 20 tỷ VNĐ từ tỉnh Nghệ An; tại Acpuco (Mexico) là 530 triệu VNĐ từ ngân sách; tại Chile là 4 tỷ VNĐ từ tập đoàn Geleximco; tại Áo là 200 triệu VNĐ từ thành phố Hà Nội.

c. Ý nghĩa

Với những hình thức tôn vinh Bác như trên, trong thời gian qua Đề án đã đạt được những mục tiêu, ý nghĩa to lớn, góp phần thực hiện thực chất nội dung “đẩy mạnh học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Chủ tịch Hồ Chí Minh”, hưởng ứng các hoạt động kỷ niệm 50 năm thực hiện di chúc và hướng tới kỷ niệm 130 năm ngày sinh của Bác.

(i) Góp phần đề cao và phát huy giá trị tư tưởng, đạo đức, nhân cách của Chủ tịch Hồ Chí Minh. Hình ảnh Bác đã góp phần quảng bá văn hoá, lịch sử, truyền thống và con người Việt Nam đến với bạn bè quốc tế. Hình ảnh Bác vừa đại diện cho người Việt Nam tiêu biểu vừa là hình ảnh một Đảng viên Cộng sản gương mẫu dành cả cuộc đời cho đấu tranh giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng xã hội và con người

(ii) Góp phần phát triển và làm sâu sắc thêm quan hệ nhiều mặt, nhiều lĩnh vực giữa Việt Nam với các nước liên quan. Việc ủng hộ, hưởng ứng các hình thức tôn vinh Bác trên thế giới đã góp phần làm cho chính quyền, các giới và nhân dân sơ tại hiểu rõ hơn về tư tưởng, đạo đức, nhân cách của Chủ tịch Hồ Chí Minh, qua đó góp phần thiết thực vào việc củng cố, tăng cường quan hệ hữu nghị, hợp tác, xây dựng lòng tin với chính quyền các cấp, các chính đảng, tổ chức và các tầng lớp nhân dân nơi Đề án được triển khai

(iii) Góp phần nâng cao tinh thần tự hào dân tộc, giúp gắn kết, củng cố và phát triển cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, hướng họ về quê hương; đồng thời góp phần quan trọng vào việc làm thất bại các âm mưu, kế hoạch, hành động nhằm bôi nhọ lãnh tụ, lôi kéo quần chúng, tập hợp lực lượng chống phá chế độ của các thế lực phản động

(iv) Góp phần sưu tầm, lưu giữ, bảo vệ và phát triển những nơi Chủ tịch Hồ Chí Minh đã để lại dấu tích, dưới cả góc độ vật thể và phi vật thể. Công tác này góp phần củng cố thêm những minh chứng về tư tưởng, đạo đức và nhân cách cao đẹp của Bác

(v) Quá trình triển khai phạm vi của Đề án đã mở rộng từ “những nơi Bác đã từng sống, học tập, làm việc hoặc đến thăm” đến những nơi tư tưởng và hình ảnh “Anh hùng giải phóng dân tộc”, “Nhà văn hoá kiệt xuất” của Bác được đề cao hoặc

được vận dụng trong các phong trào vì độc lập dân tộc, giải phóng công người, vì hoà bình, công lý, dân chủ và tiến bộ xã hội trên toàn thế giới

(vi) Triển khai các chỉ thị: Chỉ thị 03-CT/TW về “tiếp tục đẩy mạnh học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh” được ban hành năm 2011, Chỉ thị 05-CT/TW về “đẩy mạnh học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh”... góp phần chống “tự diễn biến”, “tự suy thoái” trong đội ngũ cán bộ, đảng viên tại các Cơ quan đại diện

Trong 10 năm triển khai Đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh - anh hùng giải phóng dân tộc Việt Nam, nhà văn hoá kiệt xuất ở nước ngoài”, dưới sự chỉ đạo sát sao của Ban Bí thư cùng với sự phối hợp hiệu quả của các bộ, ban, ngành địa phương cũng như sự ủng hộ của bạn bè trên thế giới, việc tôn vinh Bác đã và đang được triển khai ở khắp các châu lục thông qua mạng lưới các Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài. Các hình thức tôn vinh Bác được triển khai đa dạng, phong phú ở cả góc độ vật thể và phi vật thể.

TIỂU KẾT

Hai văn bản chính sách gồm *Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến 2020* và *Chiến lược Văn hoá đối ngoại đến 2020* đóng vai trò lớn trong việc định hình đường lối chính sách ngoại giao của Việt Nam giai đoạn 2009-2020. Trong đó 2 mục tiêu hướng đến là tiếp biến giá trị bên ngoài để phát triển giá trị bên trong, phổ biến giá trị bên trong đó ra bên ngoài; về phương thức định hướng triển khai, chính sách này muốn được thực thi thì cần sự tổng lực của quốc gia, sự tham gia của toàn bộ các bộ ban ngành dưới nhiều hình thức ngày một phong phú và đa dạng hơn.

Dựa trên thực tiễn triển khai và nội dung văn bản có thể thấy nỗ lực của Việt Nam trong quá trình triển khai các định hướng chính sách này. Đó là các chương trình thúc đẩy hoạt động và nâng cao vai trò tại của Việt Nam các tổ chức quốc tế, quảng bá thông tin và hình ảnh đất nước Việt Nam ở cả trong và ngoài nước, trao đổi văn hoá và các chương trình biểu diễn nghệ thuật, đồng thời tổ chức các sự kiện văn hoá và tham gia hợp tác văn hoá quốc tế, v.v. Tuy nhiên việc thực hiện thành công chính sách còn phụ thuộc nhiều các yếu tố bên trong lẫn bên ngoài nên chính sách sẽ có những hạn chế sẽ được đánh giá trong chương sau.

Chương 4. ĐÁNH GIÁ, DỰ BÁO VÀ KHUYẾN NGHỊ

4.1. Thành tựu và hạn chế của ngoại giao văn hóa Việt Nam (2009-2020)

4.1.1. Thành tựu

Trong những năm gần đây khi đất nước tăng cường hội nhập quốc tế, công tác ngoại giao văn hóa đã đạt được những bước tiến nhất định về định tính cũng như định lượng, đóng góp vào thành tích chung của đất nước. Việt Nam đã ký các điều ước quốc tế song phương và đa phương về văn hóa với các nước, các tổ chức quốc tế và khu vực [Phạm Cao Phong, 2012, 20]; Trung tâm Văn hóa Việt Nam ở Lào và Trung tâm Văn hóa Việt Nam ở Pháp đã vào hoạt động [Phạm Sanh Châu, 2012, 8]. Những thành quả ban đầu của việc tập trung bảo tồn, phát huy văn hóa Việt Nam bước đầu được thể hiện qua việc xây dựng và phát triển con người, các di sản văn hóa được UNESCO công nhận.

Thông qua các hoạt động ngoại giao văn hóa, các giá trị, tinh hoa văn hóa và tri thức của các nước trên thế giới đã được tiếp thu có chọn lọc nhằm góp phần làm phong phú nền văn hóa của Việt Nam và nâng cao chất lượng đời sống tinh thần nhân dân, đồng thời chuyển tải nhiều ý tưởng và chương trình lớn của Liên Hợp quốc và UNESCO vào nhiều chương trình hành động quốc gia như xây dựng “xã hội học tập”, “xã hội thông tin”, “giáo dục cho mọi người”...

Vai trò của ngoại giao văn hóa được Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm nhấn mạnh như sau: “ngoại giao văn hóa có vai trò hết sức quan trọng, vừa là nền tảng tinh thần, vừa là biện pháp và mục tiêu của chính sách đối ngoại Việt Nam, bổ trợ rất hữu hiệu cho các trụ cột khác, tạo thành một chỉnh thể chính sách đối ngoại, phát huy tốt nhất sức mạnh dân tộc và kết hợp hiệu quả với sức mạnh thời đại.” [Phạm Gia Khiêm, 2012, 519]. Thông qua việc quảng bá rộng rãi các giá trị văn hóa đặc sắc, độc đáo của Việt Nam, ngoại giao văn hóa nhằm chuyển tới bạn bè quốc tế thông điệp về một nước Việt Nam hòa bình, ổn định, thân thiện, cởi mở, đang thực hiện đổi mới thành công, phát triển nhanh, bền vững và đóng vai trò ngày càng lớn hơn ở khu vực và trên thế giới. Cũng chính vì sự phong phú, linh hoạt đó mà các đối tượng cũng có thể dễ dàng tiếp cận hơn và cụm từ

“ngoại giao văn hóa” đã trở nên phổ biến, gần gũi với từng người dân, mọi tầng lớp chứ không còn xa xôi như chuyện chỉ dành cho các chính khách.

Quảng bá hình ảnh Việt Nam thông qua các hoạt động đa dạng

Những hoạt động ngoại giao văn hóa nêu trên đã góp phần quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh một Việt Nam mới, làm thay đổi quan điểm của bạn bè và nhân dân thế giới về Việt Nam, tạo ra những nhìn nhận tích cực cũng như mối quan tâm lớn về Việt Nam. Những thay đổi trong nhận thức của cộng đồng thế giới không chỉ giúp Việt Nam phát triển kinh tế như thu hút vốn đầu tư nước ngoài, phát triển tiềm năng du lịch qua đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, ổn định xã hội mà còn giúp giải tỏa những khúc mắc thông qua việc hiểu biết lẫn nhau, tránh được những xung đột về đối ngoại, đảm bảo vững chắc an ninh quốc gia. Trong bối cảnh tình hình thế giới và khu vực có nhiều thay đổi và ẩn chứa những xung đột tiềm tàng, ngoại giao văn hóa còn giúp Việt Nam nhận được sự ủng hộ to lớn của dư luận. Bằng chính các hoạt động của mình, ngoại giao văn hóa đã và đang chứng minh rõ nét vai trò quan trọng trong mối quan hệ tương hỗ với ngoại giao chính trị và kinh tế.

Thông qua các hoạt động ngoại giao văn hóa, Việt Nam cũng có thể tiếp thu tinh hoa văn hoá của bạn bè quốc tế, làm giàu đẹp hơn cho nền văn hoá của mình. Các chương trình văn hoá nước ngoài tại Việt Nam đã tạo điều kiện cho nhiều loại hình nghệ thuật khác du nhập, làm phong phú thêm đời sống tinh thần của nhân dân. Ngoài ra, đó còn là sự tiếp nhận các công nghệ mới trên thế giới, đóng góp vào công cuộc phát triển đất nước.

Hỗ trợ, hợp tác với ngoại giao chính trị

Trong mối quan hệ với ngoại giao chính trị, Ngoại giao Văn hóa vừa là nền tảng tinh thần vừa là động lực đối với Ngoại giao Chính trị và công tác ngoại giao; ngược lại, Ngoại giao Chính trị có vai trò định hướng cho toàn bộ hoạt động ngoại giao trong đó có Ngoại giao Văn hóa. Ngoại giao văn hóa cung cấp nền tảng về phong cách ngoại giao tạo dựng bản sắc ngoại giao chính trị. Đó là tính linh hoạt, mềm dẻo, trân trọng các mối quan hệ truyền thống, và có trách nhiệm trong các tổ chức quốc tế. Giao lưu văn hoá mang tính nhân văn, là kênh hữu hiệu để phá thế bao vây cấm vận hoặc tình hình khó khăn trong quan hệ quốc tế, mở đường cho

quan hệ chính trị phát triển như trong vấn đề ASEAN và bình thường hóa quan hệ với Hoa Kỳ. Thông qua các hoạt động trao đổi văn hóa, tăng cường hiểu biết lẫn nhau, ngoại giao văn hóa đã đẩy mạnh giao lưu, nâng cao sự hiểu biết trong cộng đồng quốc tế về hình ảnh chân thực của Việt Nam, thông qua đó thắt chặt ngoại giao chính trị.

Hỗ trợ, hợp tác với ngoại giao kinh tế

Trong mối quan hệ với ngoại giao kinh tế, trước hết là vai trò của ngoại giao văn hóa giúp giới thiệu các hình ảnh và di sản Việt Nam đến thế giới đã góp phần quan trọng trong việc phát triển ngành du lịch, tăng nguồn thu ngân sách và cải thiện đời sống nhân dân. Thêm vào đó, cùng với ngoại giao chính trị, ngoại giao văn hóa giữ vai trò mở đường, và đưa quan hệ hợp tác của Việt Nam với các quốc gia, vùng lãnh thổ trên thế giới đi vào chiều sâu; đi tiên phong trong việc khai mở các thị trường, các lĩnh vực hợp tác quốc tế mới. Các chương trình và hoạt động của ngoại giao văn hóa đã và đang tạo nền tảng vững chắc để sản phẩm thương hiệu Việt được lan rộng trên toàn thế giới. Những chương trình như Việt Nam huyền diệu, Phở 24, Cà phê Trung Nguyên, Áo dài Việt Nam đã đưa đến người tiêu dùng cảm nhận về sản phẩm đặc trưng văn hóa Việt Nam. Ngoại giao văn hóa là kênh thông tin đa chiều cho các doanh nghiệp nước ngoài, các sự kiện như Festival Huế, Festival hoa Đà Lạt, Festival Cồng Chiêng quốc tế, vv đã giúp cộng đồng quốc tế biết đến nhiều vùng đất mới và là thị trường cũng như địa điểm đầu tư tiềm năng. Hiệu quả của hoạt động ngoại giao văn hoá đối với kinh tế không còn là vô hình mà là hữu hình, hết sức cụ thể, đóng góp vào sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước khi nó đóng góp thiết thực vào sự phát triển kinh tế của các địa phương, đặc biệt là các địa phương có sở hữu di sản và cả nước nói chung.

Việc vận động UNESCO công nhận các khu Di sản, khu Dự trữ Sinh quyển, khu Công viên địa chất... làm tăng khả năng quảng bá hình ảnh của từng địa phương, góp phần thiết thực vào công tác xoá đói, giảm nghèo tại chỗ, nơi có di sản và tại địa phương. Qua đó, du lịch và đầu tư được thúc đẩy, đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế xã hội địa phương cũng như đất nước. Việc giới thiệu những di sản văn hoá Việt Nam ra bên ngoài đã thu hút sự quan tâm của bạn bè quốc tế. Di

sản Việt Nam lúc này được tôn trọng như di sản của cả nhân loại. Vì vậy, công tác bảo tồn không chỉ là nhiệm vụ của riêng Việt Nam mà còn cả cộng đồng quốc tế. Một ví dụ điển hình là sau khi kết thúc các tiết mục biểu diễn Nhã nhạc trong chuyến thăm Nhật Bản của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết (25-29/11/2007), Nhật Hoàng đã bày tỏ sự ủng hộ đối với công tác bảo tồn di sản văn hoá quý báu này. Nhã nhạc cung đình Huế được cho là có nhiều nét tương đồng với Nhã nhạc cung đình Nhật Bản (Gagaku), do đó, trong chuyến thăm Việt Nam tháng 3/2017, Nhà vua Akihito cùng Hoàng hậu Michiko rất quan tâm tới sự kiện thưởng thức Nhã nhạc cung đình Huế tại tỉnh Thừa Thiên Huế [Người Lao động Online, 2017]. Với các nước phát triển, việc di sản được ghi vào Danh mục di sản văn hóa thế giới là một vinh dự nhưng không có tác động nhiều đối với sự phát triển kinh tế du lịch và các ngành liên quan của địa phương và cả nước, bởi vì tại các nước này, do điều kiện kinh tế phát triển và ý thức bảo vệ di sản của cộng đồng khá cao nên trước khi trở thành di sản thế giới các di sản văn hóa và thiên nhiên tiêu biểu của họ đã được bảo vệ và phát huy tốt. Nhưng đối với các nước đang phát triển, đặc biệt đối với các nước trong khu vực Đông Nam Á (ASEAN), việc trở thành di sản thế giới là một dấu mốc quan trọng đánh dấu sự chuyển mình của các di sản trong sự phát triển kinh tế nói chung phát triển du lịch, dịch vụ nói riêng. Bởi vì, chỉ sau khi được ghi vào Danh mục di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới di sản mới thực sự nhận được sự quan tâm về nhiều mặt của các tổ chức, cá nhân trong nước và quốc tế. Thực tiễn ở Việt Nam cho thấy, quần thể di tích kiến trúc Huế, Vịnh Hạ Long, Khu di tích Chăm Mỹ Sơn, Khu phố cổ Hội An, Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng ngay sau khi trở thành di sản thế giới đã trở thành những điểm du lịch quan trọng của cả nước. Nhã nhạc và Cồng chiêng Tây nguyên sau khi được trở thành kiệt tác của nhân loại được xã hội quan tâm nhiều hơn và được đầu tư, phô diễn mạnh mẽ hơn. Đặc biệt, sự tham gia của đối tượng tư nhân, doanh nghiệp ngày càng sôi nổi, mạnh mẽ. Qua đó thể hiện sự gắn kết chặt chẽ giữa ngoại giao văn hóa và ngoại giao kinh tế. Tiêu biểu nhất có thể kể đến hoạt động lồng ghép giới thiệu Mộc bản chùa Vĩnh Nghiêm (thuộc là chương trình giới thiệu Di sản tư liệu thuộc Chương trình Ký ức thế giới khu vực châu Á-Thái Bình Dương) với hoạt động xúc tiến xuất khẩu vải

thiều Lục Ngạn. Hai yếu tố văn hóa và kinh tế này được kết hợp khéo léo trong chuyến thăm Bắc Giang của các Đại sứ và cán bộ phụ trách kinh tế của các nước tiềm năng nhập khẩu vải thiều [Sở ngoại vụ Bắc Giang, 2015].

Hỗ trợ bảo tồn và phát huy các giá trị truyền thống

Một trong những thành tựu quan trọng của ngoại giao văn hóa là những tác động tích cực về mặt đối nội, góp phần quan trọng vào công tác bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống. Ví dụ văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên là một trong những nội dung trình diễn quan trọng trong các chương trình biểu diễn của Việt Nam tại nước ngoài. Việc tổ chức các cuộc giao lưu, gặp gỡ, liên hoan... và đưa các đoàn cồng chiêng Tây Nguyên tham gia các chương trình giao lưu văn hóa ở nước ngoài không chỉ tạo cơ hội cho đồng bào dân tộc thiểu số Tây Nguyên được giới thiệu cái hay, cái đẹp của dân tộc mình với các cộng đồng dân cư khác, đồng thời cũng hiểu thêm về văn hóa cồng chiêng của các dân tộc, quốc gia khác để làm giàu thêm vốn văn hóa của dân tộc mình. Tác động ngược trở lại, việc trở thành một nội dung trong chương trình hoạt động ngoại giao văn hóa cũng là một nhu cầu, một yếu tố kích thích để không gian văn hóa cồng chiêng nhanh chóng phục hồi. Kết quả lớn nhất chính là sự hồi sinh của văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên. Thêm vào đó, chuyển biến quan trọng từ nhận thức của các cộng đồng là chủ nhân di sản, cộng với hàng loạt các giải pháp được chính quyền các cấp tiến hành đồng bộ, làm cho văn hóa cồng chiêng, âm nhạc cồng chiêng không chỉ hồi sinh mạnh mẽ trong không gian truyền thống mà còn vượt qua đại ngàn, là một nhịp quan trọng trong chiếc cầu nối văn hóa Tây Nguyên - Việt Nam với bạn bè quốc tế. Hơn nữa, nó cũng giúp hạn chế tình trạng chảy máu cồng chiêng, số lượng cồng chiêng ở Gia Lai đã tăng từ con số 5.117 bộ năm 2004 lên 5.655 bộ vào đợt kiểm kê năm 2008, ở một xã của huyện Ia Grai đã có hơn 500 bộ cồng chiêng, có gia đình ở xã Ia O huyện này đang lưu giữ 9 bộ chiêng quý... [Nguyễn Thị Kim Vân, 2011] Các lớp truyền dạy đánh cồng chiêng tại các buôn làng cho con em đồng bào các dân tộc thiểu số, các câu lạc bộ, đội cồng chiêng trẻ cũng được thành lập. Các nghệ nhân thuộc các câu lạc bộ và đội cồng chiêng vừa thực hành vừa trực tiếp truyền dạy nghệ thuật biểu diễn, kỹ thuật chỉnh chiêng cho

những người yêu thích công chiêng và thể hệ kế cận. Đặc biệt, hầu hết các tỉnh đều có chương trình đưa di sản Công chiêng vào giảng dạy trong nhà trường phổ thông dưới nhiều hình thức. Trong 10 năm qua, các địa phương có di sản công chiêng đã tạo dựng được một đội ngũ nghệ nhân trẻ kế cận để đảm nhận sự trao truyền kinh nghiệm của thế hệ đi trước và cơ bản đã hạn chế được nạn “chảy máu công chiêng” [Hà Tùng Long, 2016]. Tóm lại, việc không gian văn hóa công chiêng Tây Nguyên được UNSECO công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại, làm cho các chủ nhân của di sản thêm tự hào về giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc mình nói chung, văn hóa công chiêng nói riêng và ngày càng trân trọng, quan tâm bồi đắp, làm giàu thêm cho di sản.

Thành tựu và ý nghĩa của ngoại giao văn hóa còn phải kể đến việc phát triển mối quan hệ với cộng đồng người Việt Nam định cư ở nước ngoài. Các chương trình tuần văn hóa, giao lưu văn hóa Việt Nam tại mỗi quốc gia không chỉ thu hút người dân bản địa mà còn khơi dậy và tăng cường, tình cảm gắn bó với quê hương đất nước của người Việt Nam ở nước ngoài, xóa đi định kiến, tâm lý dè chừng của quá khứ.

4.1.2. Hạn chế

Tuy nhiên, hoạt động ngoại giao văn hóa trong những năm vừa qua còn tồn tại nhiều hạn chế như: hiệu quả chưa cao, chưa đáp ứng yêu cầu của tình hình mới; nội dung và hình thức của các hoạt động chưa tương xứng với yêu cầu cụ thể của từng loại đối tượng và địa bàn. Các sản phẩm văn hóa đưa ra ngoài vẫn còn ít về số lượng, hạn chế về chất lượng. Phương tiện vật chất, kỹ thuật phục vụ công tác ngoại giao văn hóa còn thiếu và lạc hậu. Công tác phối hợp giữa các ngành và cơ quan tham gia vào hoạt động ngoại giao văn hóa chưa thực sự chặt chẽ. Trình độ của đội ngũ cán bộ làm công tác ngoại giao văn hóa còn nhiều hạn chế, số lượng cán bộ hoạt động trong lĩnh vực ngoại giao văn hóa cũng chưa nhiều và thiếu chuyên nghiệp. Nhận thức về vai trò, vị trí và tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa của các tầng lớp xã hội chưa có sự thống nhất cao trong khi đây là một loại hình hoạt động cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa khu vực nhà nước và khu vực tư nhân, đặc biệt là sự tham gia của đông đảo quần chúng nhân dân [Chiến lược ngoại giao văn

hoá đến năm 2020]. Điều đó thể hiện rõ ở các đối tượng tham gia các hoạt động ngoại giao văn hóa, hiện nay chủ thể của các hoạt động này vẫn chỉ là chính phủ, các cơ quan nhà nước mà thiếu sự tham gia mạnh mẽ của các tổ chức phi chính phủ cũng như tư nhân và các cá nhân. Thậm chí ngay giữa các đơn vị thuộc ngành ngoại giao sự quan tâm đến ngoại giao văn hóa so với các trụ cột khác cũng chưa thực sự bình đẳng. Nhận thức chưa đầy đủ dẫn đến sự thiếu quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo triển khai hoạt động ngoại giao văn hóa ở một số địa phương. ...

Hình ảnh của Việt Nam chưa có nhiều thay đổi phù hợp với thời đại mới, thế giới vẫn còn biết đến Việt Nam từ khi Đổi mới đến nay vẫn là những nhân vật, câu chuyện, hình ảnh trong đó hầu hết gắn liền với hoặc “truyền thống dân gian” hoặc “chiến tranh”. Hình ảnh thu hút sự chú ý của công chúng trong các hoạt động ngoại giao văn hóa nói chung và giao lưu biểu diễn nghệ thuật nói riêng thường là rỗi nước, trình diễn của dàn nhạc dân tộc, giới thiệu tranh sơn mài, tranh lụa áo dài, nón lá, ẩm thực như nem cuốn, nem rán, phở, bún chả... lặp đi lặp lại như thế nên khó hấp dẫn người xem. Ví dụ điển hình về hình ảnh Việt Nam gắn với chiến tranh là bộ phim Bao giờ cho đến tháng 10” (1984) của đạo diễn Đặng Nhật Minh và cuốn tiểu thuyết “Nỗi buồn chiến tranh” của nhà văn Bảo Ninh với chủ đề nỗi đau hậu chiến. Cho đến tận hôm nay đây vẫn là những ấn phẩm nổi bật nhất về điện ảnh và văn học Việt Nam được giới thiệu với bạn bè thế giới. Mặc dù năm 2008 bộ phim còn được xếp vào danh sách 18 phim điện ảnh châu Á - Thái Bình Dương hay nhất mọi thời đại của CNN, nhưng nếu nhìn vào danh sách này Trung Quốc, Hàn Quốc, Thái Lan đều có những phim nghệ thuật được sản xuất gần đây với đề cập đến những câu chuyện, vấn đề nhân sinh thời hiện đại [Phong Vân, 2015].

Về chất lượng và hiệu quả của các hoạt động ngoại giao văn hóa chưa đáp ứng được yêu cầu đặt ra. Thứ nhất, hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam còn nặng về hình thức. Việt Nam chưa thực sự xây dựng được một thông điệp khác biệt về ngoại giao văn hóa. Nói cách khác, Việt Nam chưa xây dựng được một thương hiệu văn hóa quốc gia, chưa thành công trong việc tìm ra nét đặc thù, đặc trưng nhất cho văn hóa Việt Nam. Văn hóa Việt Nam là nền văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc, việc xây dựng một thông điệp Việt Nam hiện nay vẫn còn nhiều ý kiến trái

chiều. Với tất cả những sự đan xen hòa quyện của các nền văn hóa trong quá khứ, hiện tại và tương lai, Việt Nam vẫn loay hoay trong quá trình lựa chọn cho mình một đặc trưng riêng của văn hóa Việt Nam thể hiện bản sắc văn hóa Việt Nam trong các hoạt động ngoại giao văn hóa. Điều này khiến các hoạt động ngoại giao văn hóa Việt Nam còn lúng túng, tản mạn, không tập trung gọi lên được cái hồn tinh túy nhất của Việt Nam... Việt Nam cũng như chưa tạo ra được những chương trình mang tính đột phá nhằm thu hút số lượng quan tâm lớn hơn của cộng đồng quốc tế. Các chương trình giao lưu trao đổi văn hóa chưa xác định được mục đích, đối tượng của từng loại hình khán giả cho từng quốc gia riêng biệt và nhóm các quốc gia giữa các khu vực chưa có nhiều khác biệt và thiếu sự đầu tư nghiên cứu kỹ lưỡng để giới thiệu các chương trình dành riêng cho những đối tượng khán giả riêng biệt. Các hoạt động giao lưu, trao đổi văn hóa hiện nay vẫn còn diễn ra mang tính ngắn hạn, thiếu một chiến lược tổng thể để có thể đánh giá hiệu quả mà các hoạt động mang lại cũng như thiếu follow up để cải thiện và nâng cao chất lượng. Thông thường các tuần văn hóa, hay triển lãm, hay giao lưu trao đổi tại mỗi quốc gia thường diễn ra một lần tại một hoặc một vài thành phố của các quốc gia nên hiệu quả còn nhiều hạn chế, đôi khi còn gây ra lãng phí vì không đủ để thu hút người dân của các quốc gia đó. Thêm vào đó, nội dung các hoạt động còn đơn điệu, thiếu tính sáng tạo, trùng lặp, và chưa thật sự sâu sắc, thiếu tính cạnh tranh trên trường quốc tế. Ví dụ tiêu biểu là các tuần văn hóa Việt Nam ở nước ngoài nhằm quảng bá những nét văn hóa đặc sắc, hình ảnh đất nước, con người Việt Nam ra thế giới; góp phần tăng cường hợp tác, giao lưu giữa Việt Nam và các nước trong lĩnh vực văn hóa... Tuy nhiên, trên thực tế, vẫn còn những vấn đề tồn tại, khiến cho nhiều tuần văn hóa chưa thật sự hiệu quả như mong muốn. Những chương trình của tuần văn hóa thường công kênh với rất nhiều đơn vị tham gia vào chương trình giao lưu này, bao gồm: Cục Hợp tác quốc tế chủ trì, phối hợp với Nhà hát Nhạc Vũ Kịch Việt Nam, Học viện Âm nhạc quốc gia Việt Nam. Trong đó, Cục Hợp tác quốc tế chịu trách nhiệm tháp tùng đoàn đại biểu cấp cao Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và đảm nhận tổ chức triển lãm và các sự kiện liên quan. Nhà hát Nhạc Vũ Kịch Việt Nam và Học viện Âm nhạc quốc gia Việt Nam sẽ có đoàn nghệ sĩ tham gia biểu diễn trong các

chương trình biểu diễn nghệ thuật, đồng thời có lãnh đạo nhà hát, học viện tham gia làm trưởng, phó đoàn [Tin tức, 2016]. Với số lượng người tham gia lớn như vậy dẫn đến kinh phí tổ chức cũng lớn mà không phải cho nội dung chương trình hoạt động mà chi trả cho công tác hậu cần. Thêm vào đó, những chương trình hoạt động của ngoại giao văn hóa trong đó có Tuần Việt Nam chưa tạo được sự tiếp xúc, giao lưu giữa doanh nghiệp Việt Nam và khách hàng, cũng như với doanh nghiệp các nước sở tại. Do thiếu tính tương tác giữa các doanh nghiệp để trao đổi thông tin cụ thể về nhu cầu, khả năng kết nối tour, các hoạt động du lịch chỉ mang tính chất khơi gợi về hình ảnh điểm đến và nhiều doanh nghiệp, đặc biệt các doanh nghiệp chuyên về du lịch giảm hứng thú và ít đồng hành cùng chính phủ trong các sự kiện ngoại giao văn hóa.

Về đội ngũ cán bộ chuyên môn làm công tác ngoại giao văn hóa trong và ngoài nước, Việt Nam thiếu một lực lượng vừa tinh thông nghiệp vụ, vừa giỏi về ngoại ngữ. Ông Phạm Sanh Châu cũng có nói: “Chỉ riêng trong việc hoạt động tại UNSECO, có những người rất giỏi về địa chất, am hiểu về các giá trị văn hóa truyền thống nhưng không ai nói được tiếng Anh nên không hợp tác hiệu quả với các chuyên gia nước ngoài được” [Phỏng vấn cùng tác giả]. Một thực tế là cán bộ ngoại giao của Việt Nam hiện nay thiếu kỹ năng và trang bị về kiến thức về văn hóa, dẫn đến nguồn nhân lực cho ngoại giao văn hóa vừa yếu vừa thiếu. Cũng chính vì do đội ngũ cán bộ còn hạn chế nên kết quả và chất lượng công việc không cao, không đóng góp được cho nghiên cứu đề xuất các kế hoạch hoạt động trung và dài hạn của ngoại giao văn hóa hay lộ trình về thứ tự ưu tiên trong quảng bá, giới thiệu các loại hình nghệ thuật của Việt Nam, nhất là nghệ thuật truyền thống ra nước ngoài. Việc thiếu kinh nghiệm và năng lực của đội ngũ nhân sự tại các cơ quan đại diện tại nước ngoài cũng không hiệu quả trong việc đề xuất và xây dựng chiến lược đối với từng địa bàn, khu vực sao cho phù hợp với thị hiếu, thói quen, phong tục tập quán của nước sở tại; chưa làm tốt công tác nghiên cứu đầu tư nâng cao chất lượng, hình thức, nội dung các hoạt động ngoại giao văn hóa nhằm đảm bảo tính hấp dẫn đối với chính giới và công chúng nước sở tại nhất là hoạt động biểu diễn nghệ thuật, triển lãm.

Về cơ cấu tổ chức, Việt Nam chưa hình thành được cơ chế hợp tác, hoạt động, phối hợp giữa các ban, bộ, ngành và địa phương trực tiếp và gián tiếp thực hiện công tác ngoại giao văn hóa hoặc có liên quan đến ngoại giao văn hóa, đặc biệt thiếu sự điều phối, chỉ đạo ở tầm quốc gia, cũng như thiếu một kế hoạch trung hạn và dài hạn tổng thể ở quy mô cả nước. Như trên đã đề cập, Bộ Ngoại giao và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch là hai cơ quan chính thực hiện các hoạt động ngoại giao văn hóa trong và ngoài nước nhưng do cơ chế hợp tác không rõ ràng, hoạt động của cả hai bộ không hiệu quả dẫn đến các chương trình trùng lặp và lãng phí. Sự phối hợp giữa các Bộ, ngành, địa phương, giữa trong nước và ngoài nước (các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài), giữa khu vực nhà nước và khu vực tư nhân trong tổ chức các hoạt động ngoại giao văn hóa còn thiếu tính chủ động và chưa hiệu quả, dẫn đến tình trạng chồng chéo tự phát, phân tán, thậm chí còn đùn đẩy trách nhiệm lẫn nhau giữa các cơ quan trong các hoạt động ngoại giao văn hóa. Thêm vào đó, nguồn kinh phí hạn hẹp, mức độ đầu tư cho ngoại giao văn hóa trong tổng chi ngân sách tương đối thấp so với các lĩnh vực khác lại (theo phỏng vấn với ông Phạm Sanh Châu) chưa có các chính sách khuyến khích, ưu đãi cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động ngoại giao văn hóa. Các hoạt động ngoại giao văn hóa hiện nay chủ yếu dựa vào nguồn kinh phí của nhà nước (đặc biệt là các hoạt động văn hóa nghệ thuật của Việt Nam ở nước ngoài) và phân bổ không đồng đều (theo phỏng vấn với ông Phạm Sanh Châu) giữa Bộ Ngoại giao và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nên các chương trình hoạt động còn hạn chế.

Về mặt đối nội, Việt Nam cũng phải đối mặt với những tác động không nhỏ bởi sự biến đổi lớn về môi trường tồn tại cả tự nhiên và xã hội với các giá trị văn hóa truyền thống. Lấy ví dụ điển hình như việc văn hóa công chiêng Tây Nguyên. Thứ nhất, việc nhập cư từ nhiều nơi khác làm cho dân số gia tăng nhanh chóng và thành phần tộc người cũng nhiều lên rõ rệt; các dân tộc bản địa đã trở thành cư dân thiểu số tại mỗi tỉnh. Quá trình chuyển biến toàn diện về kinh tế, xã hội và văn hóa, đặc biệt trong khoảng 40 năm gần đây, diễn ra rộng khắp ở Tây Nguyên; hàng loạt yếu tố cổ truyền bị phiêu bạt trước sự lan tràn ồ ạt của những yếu tố mới được tiếp

nhận một cách dễ dãi, nhất là với lớp trẻ và trung niên. Thứ hai, chuyển đổi cơ cấu kinh tế, từ trồng cây lúa rẫy sang cây công nghiệp (cà phê, cao su, ca cao...), đã dẫn đến sự suy giảm những sinh hoạt công chiêng gắn với hoạt động sản xuất truyền thống. Không gian buôn làng, khu nhà mồ, bến nước,... là không gian văn hóa công chiêng đã bị thu hẹp hoặc thay thế bằng nhà xây kiên cố, giếng khoan. Đời sống và sinh hoạt hiện đại làm thay đổi nhận thức về tính thiêng và tính cộng đồng của văn hoá công chiêng. Thứ ba, nền kinh tế ruộng nước và kinh tế vườn mở mang, cây công nghiệp phát triển, kinh tế hàng hóa thâm nhập, xã hội mở ra, dân trí nâng cao, đời sống vật chất cải thiện... Trong bối cảnh đó, quan niệm về tập tục truyền thống dần trở nên không còn nghiêm ngặt nữa. Hệ quả là, môi trường lễ hội suy giảm khiến cho sinh hoạt diễn tấu công chiêng hạn hẹp hơn trước (Theo phỏng vấn với già làng dân tộc Koho ở Lang Biang - Đà Lạt, Lâm Đồng và già làng Ede ở Buôn Mê Thuột). Bên cạnh đó không thể không đề cập đến những tác động tiêu cực khi lựa chọn và thúc đẩy sự phát triển của các giá trị văn hóa truyền thống trong nội dung hoạt động của ngoại giao văn hóa. Ứng dụng văn hóa công chiêng Tây Nguyên vào hoạt động ngoại giao văn hóa đồng nghĩa với việc sân khấu hóa tiếng công chiêng. Điều này làm mất đi ý nghĩa của tiếng công chiêng vốn chỉ thực sự có ý nghĩa khi được cất lên trong không gian rừng núi, bến nước, làng bản, những ngôi nhà dài, nhà sàn truyền thống... với sự tham gia của cả cộng đồng ở đó chứ không phải tại hội trường, trên sân khấu với sự thể hiện của các diễn viên. Thay vì gắn liền với những dịp lễ quan trọng, hoạt động văn hóa công chiêng trở thành chương trình biểu diễn văn nghệ trong các dịp hoạt động kiểu hội hè, được "sân khấu hóa". Thậm chí, có nơi người ta còn can thiệp, biến dần công chiêng từ chỗ được cấu tạo bởi thang 3 âm, 5 âm hay 6 âm thành thang âm 7 nốt như âm nhạc phương Tây, và coi đó là "cải tiến" [Luu Hùng, 2016]. Chính vì thế, nó làm giảm nhận thức và sự trân trọng của chính những chủ nhân của giá trị văn hóa này, đặc biệt là thế hệ trẻ dẫn đến sự sáng tạo và phát huy văn hóa công chiêng gặp nhiều hạn chế. Một bộ phận đồng bào Ba Na, Gia rai (tỉnh Gia Lai), Mnông (tỉnh Đắk Nông) từ bỏ tín ngưỡng truyền thống trong đó có thực hành đánh công chiêng và các sinh hoạt gắn với văn hóa công chiêng. Những huyện hiện còn số lượng công chiêng ít nhất chính là

những huyện có số lượng cư dân theo các tôn giáo mới, như: huyện Đắc Đoa (Gia Lai) chỉ còn 131 bộ công chiêng, có 42 làng không còn công chiêng; thành phố Pleiku (Gia Lai) chỉ còn 81 bộ công chiêng và có tới 20 làng không còn công chiêng, trong khi trước kia, ở khu vực Tây Nguyên này, không có làng nào là không có công chiêng [A Lê Khăm, 2016]. Số "nghệ nhân" diễn tấu công chiêng trong các buôn làng Tây Nguyên cũng ngày càng vắng bóng dần. Thêm nữa, song hành với âm nhạc công chiêng, không thể thiếu những người thợ chỉnh chiêng, chuẩn lại âm thanh cho từng bộ công chiêng. Nhưng ngày nay đội ngũ "thợ lành nghề" này cũng ít dần đi.

4.2. Ngoại giao văn hóa Việt Nam đến năm 2030

4.2.1 Xu hướng và đặc điểm của ngoại giao văn hóa hiện đại trên thế giới

4.2.1.1. Tác động của bối cảnh đương đại đến ngoại giao văn hóa

Tình hình thế giới trên lĩnh vực văn hóa tiếp tục có nhiều diễn biến phức tạp. Nhiều di sản thế giới tại các khu vực có chiến tranh, xung đột, bị tàn phá nghiêm trọng. Sự thiếu hiểu biết về văn hóa gia tăng dẫn đến nhiều xung đột. Liên hợp quốc đã thông qua Chương trình Nghị sự đến năm 2030 vì phát triển bền vững, trong đó lần đầu tiên coi văn hóa vừa là mục tiêu vừa là động lực của phát triển bền vững. Điều này cho thấy bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể của nhân loại sẽ tiếp tục là một trong những nội dung hoạt động chính của chiến lược ngoại giao văn hóa của nhiều quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển. Đồng thời, vai trò của UNESCO sẽ tiếp tục được phát huy, là diễn đàn lớn nhằm giúp các nước trung và nhỏ nâng cao vị thế trên trường quốc tế.

Các vấn đề khác biệt về văn hóa, xã hội, chính trị trong thời kỳ hội nhập kinh tế thế giới không còn là một chủ đề quá xa lạ cũng như tác động không nhỏ của nó tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Bước sang thế kỷ XXI, giao lưu văn hóa mang ý nghĩa rất quan trọng trong việc thúc đẩy nền hòa bình và thịnh vượng chung trên thế giới như là kết quả của một loạt các biến đổi của quá trình dân chủ hóa, toàn cầu hóa, các cuộc cách mạng về khoa học công nghệ; những điều này đã thúc đẩy sự trao đổi đa quốc gia cũng như các cuộc đối thoại và hợp tác trong lĩnh vực văn hóa ngày càng trở nên đa dạng hơn. Tham gia vào những hoạt động

này không chỉ là các chính phủ, cơ quan hành chính địa phương mà còn là các doanh nghiệp, các tổ chức phi chính phủ, các phương tiện thông tin đại chúng, và các cá nhân như sinh viên, doanh nhân, nghệ sĩ... tất cả đều trở thành những sứ giả văn hóa trực tiếp tham gia vào các hoạt động trao đổi văn hóa nhằm thúc đẩy hiểu biết lẫn nhau.

Sự phát triển của khoa học công nghệ và các triển vọng được mở ra bởi internet cùng với thông tin toàn cầu và sự sinh sôi, nảy nở của du lịch quốc tế đã, đang và sẽ ngày càng cung cấp cho các cá nhân các công cụ gây ảnh hưởng đến nền chính trị của các quốc gia bao gồm cả chính sách ngoại giao. Do đó, các chính phủ cần phải thay đổi và thích nghi cách họ đưa ra chính sách đối ngoại, cách thực hiện ngoại giao, và cách thức truyền thông để duy trì và nâng cao sự ủng hộ của công chúng. Tác động đến ngoại giao văn hóa, toàn cầu hóa và cách mạng truyền thông đã khiến cho các quốc gia gia tăng nhận thức và chú trọng nhiều hơn đến sức mạnh của thương hiệu quốc gia. Những thương hiệu quốc gia mạnh đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy các mục tiêu kinh tế cũng như chính sách đối ngoại và ngoại giao quốc gia. Nền văn hóa của một chính phủ là một phương thức cốt yếu để khiến một quốc gia trở nên hấp dẫn hơn để xúc tiến và hỗ trợ phát triển kinh tế, và thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Chính vì thế các quốc gia có cơ hội lớn trở thành những người lãnh đạo thế giới khi và chỉ khi họ có đủ cơ sở hạ tầng để kết nối với các nền tảng công nghệ mới mẻ và không ngừng thay đổi. Song song với đó, các chính phủ cũng cần trang bị cho người dân của họ các công cụ và năng lực đồng thời với các chính sách và cấu trúc điều hành sẵn sàng để ngăn chặn và đối phó với những tác động tiêu cực.

Ngành công nghiệp văn hóa hiện cũng đang phát triển mạnh mẽ, đóng góp lớn vào nền kinh tế của các quốc gia. Ngành công nghiệp văn hóa quốc gia này hiện có mức tăng trưởng nhanh và trở nên cạnh tranh hơn bất cứ ngành công nghiệp truyền thống nào. Nó trở thành một trong những công cụ cốt yếu của ngoại giao văn hóa nói riêng và ngoại giao hiện đại nói chung. Hơn nữa, nó cũng thúc đẩy sáng tạo và đổi mới, những yếu tố quan trọng để phát triển nền văn hóa trí thức.

Đầu năm 2020 khi đại dịch Covid-19 xuất hiện với diễn biến ngày càng phức tạp đã tác động nghiêm trọng tới mọi mặt của đời sống khiến cho các hoạt động giao lưu nói chung và ngoại giao văn hoá nói riêng bị gián đoạn. Đối mặt với sự cách ly vật lý, các quốc gia đã nhanh chóng phát triển việc truyền tải thông tin văn hoá trên các phương tiện kỹ thuật số, các trang mạng xã hội bên cạnh việc thúc đẩy nhiều hơn các chương trình thực tế ảo như chương trình “Google Arts & Culture” - một bảo tàng trực tuyến - giúp công chúng có thể tiếp cận với nghệ thuật tại bất kì đâu trên thế giới.

4.2.1.2. Đặc điểm của ngoại giao văn hóa hiện đại

Nếu như thời kỳ chiến tranh Lạnh là cơ hội tuyệt vời cho ngoại giao văn hóa, đặc biệt giữa các nước phương Tây và khối Cộng sản thì hệ thống truyền thông và công nghệ hiện đại đã và đang mở ra một thế giới mới cho hoạt động ngoại giao văn hóa. Gần 30 năm sau ngày bức tường Berlin sụp đổ chúng ta chứng kiến rất nhiều thay đổi trong thái độ và suy nghĩ đối với văn hóa, chúng ta nghe thấy nhiều hơn về văn hóa châu Á, văn hóa châu Âu, và văn hóa Hồi giáo. Song song với đó là sự phục sinh của các giá trị văn hóa và ngôn ngữ “địa phương” cũng như xu hướng tự trị, độc lập của các quốc gia cũ thành những quốc gia độc lập nhỏ hơn. Động lực chính của xu hướng này thường bắt nguồn ở những quốc gia, khu vực có nền tảng văn hóa khác biệt. Vì vậy, các sự kiện này cung cấp mảnh đất màu mỡ tăng cường nhấn mạnh đến thiện chí và sự hiểu biết quốc tế thông qua ngoại giao văn hóa - nhu cầu này càng mạnh mẽ hơn trong thế giới đương đại. Đặc điểm này khiến chúng ta nhớ đến những hình thức ngoại giao văn hóa trong thế kỷ XIX khi mà Đức, Anh và Pháp cạnh tranh gây ảnh hưởng văn hóa tại Hoa Kỳ như là một phần trong cuộc chiến đấu vì đế chế của mình. Nhưng các chính phủ quốc gia của các nước này lại chỉ đóng một vai trò nhỏ bé trong những nỗ lực ngoại giao văn hóa này. Các cơ quan truyền bá và trao đổi văn hóa chính lại là các cá nhân và tổ chức phi chính phủ. Gienow-Hecht đã kết luận rằng ngoại giao văn hóa hiện nay tương đồng với các cấu trúc lỏng lẻo ra đời vào thế kỷ XIX hơn là các cơ chế tuyên truyền đại chúng của chiến tranh Lạnh.

Như đã đề cập ở trên, thế kỷ XXI gắn chặt với quá trình toàn cầu hóa sâu rộng, do đó mang lại những điều kiện và cơ hội thuận lợi cho nhiều quốc gia, nhất là trong việc quảng bá hình ảnh, gia tăng uy tín và sức hấp dẫn. Sự tác động của toàn cầu hóa đã giúp rất nhiều quốc gia thành công trong việc kết hợp và sử dụng ngoại giao văn hóa nhằm truyền bá hình ảnh quốc gia qua đó thu hút khách du lịch, thúc đẩy phát triển kinh tế, mở rộng quan hệ thương mại, đầu tư, hợp tác... Tiêu biểu là Thái Lan với các hoạt động kết hợp với xúc tiến quảng bá hình ảnh đất nước và du lịch quốc gia với khẩu hiệu “Amazing Thailand - Thái Lan diệu kỳ” và “Kitchen to the world - Bếp ăn cho thế giới” hết sức thành công; Nhật Bản với các sản phẩm phim hoạt hình, truyện tranh Manga và chương trình xúc tiến du lịch quốc gia “Yokoso Japan - Chào mừng tới Nhật Bản”; Hàn Quốc với chiến lược “Làn sóng Hàn”... Cũng trong bối cảnh toàn cầu hóa này, tiêu điểm văn hóa của chính trị toàn cầu cũng thay đổi. Thế giới ngày nay được định hình bởi Ấn Độ, Trung Quốc, các nền kinh tế đang phát triển, các quốc gia tách khỏi hình thái liên bang của phương Tây, và thế giới Hồi giáo. Chính vì thế, cơ hội và thách thức cho ngoại giao văn hóa hết sức lớn lao. Nếu việc chiếm lấy “trái tim và khối óc” là mục tiêu của ngoại giao văn hóa thời chiến tranh Lạnh thì tiếp cận “con đường Arab” của Thomas Friedman chính là một khía cạnh của ngoại giao văn hóa hiện đại.”

Sự phát triển và thay đổi của ngoại giao văn hóa hiện đại được thúc đẩy bởi sự phát triển mạnh mẽ của xã hội thông tin cùng với cơ hội tiếp cận với các nguồn thông tin đa dạng nhưng nó lại tỷ lệ nghịch với sự hiểu biết lẫn nhau của con người. Các quan điểm truyền thống về ngoại giao văn hóa cho rằng nó “nắm giữ khả năng truyền bá một nền văn hóa dân tộc đặc sắc và khác biệt”. Nhưng điều này càng trở nên khó khăn hơn vì không thể thiết lập một thông điệp đơn nhất từ các quốc gia. Xuất phát từ nhiều nguồn thông tin chính thống và phi chính thống, kiểm chứng và không được kiểm chứng, hình ảnh về một quốc gia có thể được tô đậm và sắc nét hơn thông qua ngoại giao văn hóa. Thêm vào đó, công nghệ kỹ thuật phát triển như vũ bão cùng với việc hạ giá thành đã khiến cho mức độ trao đổi thông tin và liên lạc thông qua internet, vệ tinh, hệ thống cable và các tiến bộ công nghệ khác trở nên dễ dàng hơn. Do đó, ngoại giao văn hóa cần được trực tuyến hóa, hay nói cách khác,

công nghệ truyền thông hiện đại trở thành một kênh truyền thông quan trọng và cốt yếu của ngoại giao văn hóa hiện đại. Sự phát triển của công nghệ mới, những năng lực mới do internet mang lại, gia tăng liên lạc toàn cầu và phổ biến du lịch quốc tế giá rẻ đang cung cấp các công cụ cho từng người dân để gây ảnh hưởng lên chính trị dù đang ở nhà. Friedman cho rằng những nhà lãnh đạo của tương lai sẽ là các nước có cơ sở vật chất để kết nối với những cơ sở công nghệ mới này, trang bị cho người dân của họ những công cụ và khả năng để xử lý, và có các cơ cấu quản trị thực tế để quản lý các phản ứng phụ tiêu cực có thể xảy ra. Nếu như ngoại giao văn hóa truyền thống dựa vào “thượng văn hóa” như nghệ thuật nghe nhìn, văn học, sân khấu, nhảy múa và âm nhạc là một trong những trụ cột nền tảng, thì như Schneider đề cập rằng “văn hóa đại chúng là nguồn lực lớn nhất chưa được khai thác trong kho súng ngoại giao văn hóa”. Các sản phẩm của văn hóa đại chúng như phim ảnh, âm nhạc, các chương trình tivi, v.v là một trong những nội dung quan trọng đóng góp vào sự thành công của chiến lược ngoại giao văn hóa của nhiều quốc gia như Hoa Kỳ, Nhật, Pháp, Brazil và gần đây là Hàn Quốc, Trung Quốc. Sự phổ biến rộng rãi của văn hóa đại chúng cũng đóng góp quan trọng vào sự mở rộng các đối tượng và xã hội hóa hoạt động ngoại giao văn hóa. Tuy hiệu quả của văn hóa đại chúng khó chúng minh và khó có thể ảnh hưởng đến quyết định của các nhà ngoại giao, nhưng vai trò của văn hóa đại chúng không thể phủ nhận. Nó có thể truyền bá các hình ảnh và thông điệp không được nghĩ tới hay có thể phát huy hoặc giảm bớt một xu hướng đang thịnh hành. Đồng thời, văn hóa đại chúng còn có thể tiếp cận những đối tượng khán giả mà các loại hình khác không thể tiếp cận. Nói cách khác, “sức mạnh của nghệ thuật, âm nhạc, nhảy múa và thể thao là sức mạnh để truyền cảm hứng, tăng cường tinh thần và làm lay động tâm hồn - và đến được những nơi mà ngoại giao truyền thống không với tới.” Hơn nữa, ngoại giao văn hóa hiện đại cũng diễn ra với nhiều hình thức đa dạng hơn như: đối thoại văn hóa, triển lãm, trao đổi văn hóa đa phương và song phương, v.v. Ngoài ra còn có các chương trình đào tạo về ngôn ngữ, trao đổi giáo dục, v.v.

Ngoại giao văn hóa hiện đại diễn ra trong bối cảnh ngoại giao “mới”, trong đó các quốc gia nói chung và các nhà ngoại giao nói riêng phải đối mặt với các vấn

đề phức tạp hơn và nhiều chủ thể tham gia hơn trong bối cảnh đa chiều hơn đòi hỏi thực hiện nhiều nhiệm vụ trong thời gian nhanh chóng và công khai hơn so với trước đây. Ví dụ, một trong những mục tiêu quan trọng trong ngoại giao văn hóa hiện đại của Hoa Kỳ “để đối phó với các vấn đề quan trọng như quyền của phụ nữ và bé gái, thúc đẩy thịnh vượng kinh tế, mở đường cho biểu đạt tự do, chống biến đổi khí hậu và chống chủ nghĩa cực đoan bạo lực” Những vấn đề mới này gắn liền với quá trình toàn cầu hóa trong đó văn hóa đóng vai trò quan trọng, bao gồm cả chủ quyền văn hóa và tự do thương mại, bản sắc quốc gia, tôn giáo, ngôn ngữ dân tộc và vai trò của các chính thể trong nền kinh tế toàn cầu. Do đó, ngoại giao văn hóa hiện đại tập trung vào các vấn đề chính gồm có: giới thiệu hình ảnh quốc gia và trực tiếp liên kết với mục tiêu xây dựng thương hiệu quốc gia; gia tăng vai trò của ngoại giao văn hóa trong việc bảo vệ chủ quyền văn hóa dân tộc; và các mục tiêu cũng như tác động trong nước của các chính sách và hoạt động ngoại giao văn hóa.

Trong hoạt động ngoại giao văn hóa và hợp tác văn hóa ngày nay không thể không đề cập đến tính đa dạng cũng như tầm quan trọng của đa dạng văn hóa nhằm đảm bảo sự phát triển và hợp tác bền vững lâu dài. Theo UNESCO, tác động của toàn cầu hóa làm tăng xung đột văn hóa do sự gia tăng ảnh hưởng của các nguyên tắc thị trường; các chính phủ gặp khó khăn trong việc quản lý trao đổi, giao lưu và phát triển các ý tưởng liên quan đến văn hóa, giáo dục cũng làm giảm hiệu quả của việc phát triển văn hóa; đồng thời sự phân chia cũng như khác biệt về hiểu biết văn hóa cũng đã và đang tạo nên các cuộc tranh luận gay gắt mới là những thách thức chính mà văn hóa cũng như sự đa dạng văn hóa hiện nay đang phải đối đầu.

Tóm lại, cựu Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ đã nói rằng “dù là ngoại giao bóng bán thời Nixon hay ngoại giao văn hóa ngày nay... và dù là nghệ sỹ chơi dương cầm hay chơi đàn dobro, ban nhạc Zydeco, ca sỹ jazz, nhà làm phim, công ty nhảy múa, và các nghệ sỹ mà Việt Nam gửi đi tới mọi góc ngách của địa cầu thì đó đều là những nhà ngoại giao quần chúng đi đến những cộng đồng xa xôi và khó khăn, mở ra những cánh cửa đối thoại với giới trẻ, người nghèo và những người thường xuyên bị bỏ qua.” Chính vì thế, ngoại giao văn hóa đương đại vẫn cần được xây dựng trên cơ sở và mục tiêu chia sẻ sự hiểu biết lẫn nhau, tôn trọng và đối thoại để vượt qua những khác biệt và tìm được tiếng nói chung.

4.2.2. Thuận lợi và khó khăn đối với ngoại giao văn hóa Việt Nam

a) Thuận lợi

Chủ quan: Bối cảnh trong nước với công tác ngoại giao văn hóa ngày càng được quan tâm hơn theo tinh thần chủ động, tích cực hội nhập quốc tế và mở rộng quan hệ trên các lĩnh vực đối ngoại của Đảng và Nhà nước. Nhận thức chung của lãnh đạo cấp cao, lãnh đạo các cấp, các ngành, địa phương trong và ngoài nước về sự cần thiết và tầm quan trọng của công tác ngoại giao văn hóa đã được tăng cường. Ngoại giao văn hóa bước đầu được các cơ quan, Bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp, các tầng lớp xã hội quan tâm và tham gia tích cực. Nhận thức về vai trò, trách nhiệm của tổ chức xã hội và doanh nghiệp trong việc triển khai ngoại giao văn hóa cũng được chú trọng bước đầu. Những hoạt động quảng bá hình ảnh, giao lưu văn hóa, các chương trình biểu diễn nghệ thuật ở trong và ngoài nước, các hoạt động hội nghị, hội thảo cũng nhận được sự tham gia hưởng ứng tích cực của nhiều tầng lớp xã hội và các doanh nghiệp, qua đó tiếp tục đẩy mạnh công tác xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa. Sự phối hợp giữa các Bộ, ngành, địa phương để triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa ngày càng hiệu quả hơn. Một số Bộ, cơ quan có liên quan như Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Khoa học và Công nghệ, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam... đã ký kết thỏa thuận hợp tác, qua đó xác định rõ các cơ quan chủ trì, cơ quan phối hợp trong việc triển khai công tác này ở trong và ngoài nước. Các địa phương trong cả nước cũng tích cực phát huy vai trò trong công tác quảng bá hình ảnh địa phương, thông qua việc tổ chức các lễ hội, sự kiện văn hóa tại địa phương mình và tích cực xây dựng hồ sơ đệ trình công nhận các danh hiệu văn hóa quốc tế [Chiến lược ngoại giao văn hoá đến năm 2020]. Đây chính là những điều kiện thuận lợi để xây dựng và triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa có hiệu quả. Thêm vào đó, với hàng loạt các chương trình hoạt động đã và đang diễn ra, Việt Nam đã có những kinh nghiệm nhất định trong việc tổ chức cũng như nắm bắt nhu cầu và tính thích hợp, hiệu quả của các chương trình, do đó, Việt Nam có thể đầu tư chiều sâu hơn, tránh dàn trải các chương trình hiệu quả không cao gây ra lãng phí và hình

ảnh quốc gia không được tập trung. Một thuận lợi nữa đến từ cộng đồng người Việt hiện đang định cư tại nước ngoài đã và đang gia tăng nhanh chóng việc đầu tư và tìm kiếm cơ hội làm ăn trong nước, do đó đây chính là nguồn lực dồi dào có thể tham gia tích cực và hiệu quả vào việc giúp xác định khẩu vị của người dân bản địa nơi họ sinh sống để có thể xây dựng các chương trình phù hợp. Việt Nam với 54 dân tộc là rất nhiều tài nguyên văn hóa truyền thống độc đáo, đặc biệt là của các dân tộc thiểu số, đây chính là một lợi thế giàu có của Việt Nam trong việc xây dựng các chương trình chuyên biệt, độc đáo cho khu vực Đông Nam Á, châu Á và toàn thế giới

Khách quan: Các hoạt động của ngoại giao văn hóa diễn ra trong bối cảnh toàn cầu hóa mạnh mẽ, mà ở đó người dân của mỗi quốc gia cởi mở đón nhận các giá trị văn hóa và sự khác biệt của các quốc gia khác nhau, đó là một lợi thế mà toàn cầu hóa đem lại cho ngoại giao văn hóa của bất cứ quốc gia nào. Sự phát triển của khoa học kỹ thuật và công nghệ thông tin giúp các nước thực hiện các hoạt động ngoại giao văn hóa với các hình thức đa dạng, phong phú hơn giúp xóa bỏ khoảng cách về không gian và thời gian cũng như duy trì sự tương tác liên tục. Chính vì vậy, việc giới thiệu và tìm hiểu về một nền văn hóa mới không còn là điều quá khó khăn và dễ dàng hơn rất nhiều so với trước đây đồng thời cũng có thể tiếp cận với số lượng lớn khán giả hơn.

b) Thách thức, khó khăn

Chủ quan: Những thách thức, khó khăn mang tính chủ quan chủ yếu xuất phát từ việc coi nhẹ hoạt động ngoại giao văn hóa so với ngoại giao kinh tế, chính trị hay coi hoạt động ngoại giao văn hóa chỉ là phần hỗ trợ cho chính trị và kinh tế; do đó các hoạt động còn thiếu chiều sâu, chưa có sự chỉ đạo tập trung thống nhất, tản mạn không gắn kết và thiếu tính bền vững, hiệu quả chưa ngang tầm với yêu cầu và đòi hỏi của sự nghiệp đổi mới nhất là trong giai đoạn Việt Nam đang hội nhập sâu rộng. Thêm vào đó, ngoại giao văn hóa Việt Nam hiện nay còn thiếu một chiến lược văn hoá đối ngoại lâu dài cũng như thiếu những kế hoạch cụ thể cho từng thời kỳ, từng địa bàn để định hướng cho việc giao lưu và hợp tác văn hóa, xây dựng hình ảnh đất nước, con người và bản sắc văn hóa Việt Nam. Chưa có một cơ chế chỉ đạo và quản

lý thống nhất về công tác văn hoá đối ngoại, từ trung ương đến các Bộ, ngành và các địa phương nên dẫn đến tình trạng tự phát, phân tán, chồng chéo lẫn nhau. Thiếu một cơ chế phối hợp giữa các cơ quan làm công tác văn hoá đối ngoại. Ngay trong Bộ Ngoại giao, công tác văn hoá đối ngoại cũng chưa được quan tâm đúng mức, nhất là từ khi giải thể Ủy ban Liên lạc Văn hoá với nước ngoài, thiếu sự phân công phân nhiệm giữa hợp tác văn hoá song phương, khu vực và đa phương. Các hiệp định hợp tác, trao đổi văn hóa còn nhiều hạn chế cả về số lượng và chất lượng dẫn đến tình trạng nơi thừa nơi thiếu. Về vấn đề này, ông Phạm Sanh Châu bổ sung những thách thức mà ngoại giao văn hóa phải đối mặt. Đó là, nguy cơ tụt hậu về văn hóa và đánh mất bản sắc văn hóa dân tộc. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, tính đa dạng của văn hóa được làm phong phú thêm do trao đổi, du nhập, nhưng tính thống nhất và nguyên bản của văn hóa cũng có nguy cơ bị phá vỡ. Thêm vào đó, xu hướng chính trị hóa trên lĩnh vực văn hóa gia tăng làm cho các hoạt động trên lĩnh vực văn hóa giảm dần tính văn hóa thuần túy.

Khách quan: Ngoại giao văn hóa là một hoạt động có tính cạnh tranh rất cao, không chỉ trong nhóm các nước nhỏ cùng một mục tiêu thu hút đầu tư, tăng cường nguồn thu nhập cho quốc gia nhằm phát triển kinh tế - xã hội mà còn với cả nhóm các nước trung và lớn khi các hoạt động ngoại giao văn hóa ngày càng đa dạng với số lượng nhiều hơn cũng như chất lượng được cải thiện, đặc biệt là những nước có truyền thống ngoại giao văn hóa lâu đời như Hoa Kỳ, Nhật và gần đây là EU và Trung Quốc. Chính việc nở rộ các hoạt động giao lưu, trao đổi văn hóa này sẽ càng khiến người dân quốc tế khó tính hơn trong việc lựa chọn những giá trị ấn tượng thu hút sự quan tâm và ấn tượng của họ. Hơn nữa, sự khác biệt về phong nền cũng như hiểu biết về các giá trị văn hóa địa phương đôi khi là một thử thách lớn cho khán giả của các quốc gia được giới thiệu, giao lưu văn hóa. Ví dụ, trong ấn tượng của người châu Âu, rất khó để một khán giả thông thường có thể nhận ra sự khác biệt đặc trưng văn hóa của các nước đều đến từ nền văn minh nông nghiệp lúa nước với các giai điệu, trang phục và sản phẩm có nhiều điểm tương đồng. Hoặc khán giả châu Á cũng sẽ khó có thể phân biệt chính xác sự ấn tượng riêng có của mỗi điệu múa lời ca của các cô gái chàng trai đến từ Trung và Đông Âu.

4.2.3. Xu hướng của ngoại giao văn hóa Việt Nam

Ngoại giao văn hóa ngày càng có vai trò quan trọng trong hoạt động ngoại giao nói chung và chiến lược xây dựng hình ảnh đất nước Việt Nam nói riêng. Chiến lược ngoại giao văn hóa của Việt Nam trong thời gian tới được ông Phạm Sanh Châu và GS. Hoàng Khắc Nam tái khẳng định bao gồm: (i) Củng cố hợp tác song phương, thúc đẩy hợp tác đa phương, trong đó ưu tiên các quốc gia láng giềng, các quốc gia có quan hệ ngoại giao chiến lược, và các quốc gia lớn; (ii) Chú trọng mạnh mẽ vào quan hệ ngoại giao văn hóa với các nước ASEAN với xu hướng đề cao bản sắc dân tộc Việt Nam. Bên cạnh đó, hình thức của ngoại giao văn hóa sẽ phong phú và đa dạng hơn đặc biệt là ứng dụng hiệu quả công nghệ thông tin vào hoạt động ngoại giao văn hóa.

4.2.3.1. Ngoại giao văn hoá đa phương

Trong chiến lược ngoại giao nói chung và ngoại giao văn hóa nói riêng của Việt Nam, ngoại giao đa phương là chiến lược hàng đầu của Việt Nam. Đông Nam Á hay ASEAN là những đối tác quan trọng số một. Chính vì thế, các chính sách của Việt Nam đều nhằm gia tăng vai trò của Việt Nam tại tổ chức này thông qua việc chủ động, tích cực tham gia vào các chương trình, sáng kiến. Một trong những nguyên nhân có tác động mạnh mẽ tới sự phát triển của ASEAN chính là cội nguồn bản sắc văn hoá của khu vực. Quá trình toàn cầu hoá, một mặt là tác nhân quan trọng góp phần tạo nên sự phát triển mạnh mẽ của khu vực ASEAN, mặt khác, cũng tác động không nhỏ đến bản sắc văn hoá của khu vực này. Mục tiêu của Việt Nam tiếp tục là đối tác tin cậy, chủ động tham gia vào mọi hoạt động hợp tác của ASEAN cũng như các khuôn khổ hợp tác mà ASEAN là nòng cốt, xây dựng một ASEAN đoàn kết, tăng cường liên kết và mở rộng hợp tác, vững bước tiến tới một Cộng đồng ASEAN năng động, tự cường và phần vinh nói chung và Cộng đồng Văn hoá - Xã hội ASEAN nói riêng. Chiến lược ngoại giao văn hóa của Việt Nam tại khu vực tập trung vào hai nội dung chính: thúc đẩy hợp tác ngoại giao văn hóa đa phương và tăng cường hình ảnh và vai trò của Việt Nam trong khu vực. Với dự báo tình hình Biển Đông vẫn tiếp tục diễn biến phức tạp đồng thời với sự gây hấn của Trung Quốc, hoạt động ngoại giao văn hóa đa phương là một xu thế ngày càng

rõ nét chung của toàn khu vực Đông Nam Á. Hơn nữa, mục tiêu của Cộng đồng Văn hoá - Xã hội ASEAN là “xây dựng một cộng đồng các nước chung sống hòa thuận, đoàn kết và chia sẻ. Cộng đồng tập trung vào con người và hoạt động vì sức khỏe, phúc lợi và môi trường sống tốt hơn cho người dân đồng thời xây dựng một bản sắc khu vực chung” [Vietnam Picturol Magazine, 2016]. Do đó, ngoại giao văn hóa của các nước trong cộng đồng ASEAN nói chung và Việt Nam nói riêng cần được đẩy mạnh hơn nữa không chỉ từ phía chính phủ mà còn ở trong cộng đồng dân cư mỗi quốc gia.

Việc tăng cường hợp tác ngoại giao văn hóa trước hết sẽ mở rộng không gian phối hợp giữa các chủ thể nhà nước và phi nhà nước của các quốc gia trong khối ASEAN. Với dân số gần 700 triệu người (9/2023), Đông Nam Á là khu vực đa dạng bản sắc của nhiều tộc người, của các ngôn ngữ, ẩm thực và âm nhạc. Tuy nhiên, sự giàu có của văn hóa và nghệ thuật này chưa bao giờ được khai thác hiệu quả để giới thiệu và xúc tiến một ASEAN hợp nhất như là lãnh đạo của khu vực có xu hướng tập trung vào các vấn đề an ninh, chính trị và kinh tế. Bằng chứng cho sự phong phú về dân tộc và văn hóa của ASEAN là Thái Lan có 74 nhóm ngôn ngữ, Việt Nam có 107 và Indonesia có 719. ASEAN cũng là nơi có nhiều tín ngưỡng: Hồi giáo, Kitô giáo, Phật giáo, Ấn Độ giáo, thuyết vật linh và tín ngưỡng truyền thống. Vì vậy các hoạt động và hợp tác văn hóa giữa các thành viên ASEAN là phần không thể thiếu của lộ trình ASEAN, nhưng mới chỉ có một số ít vài sự kiện được tổ chức để hiện thực hóa nền ngoại giao văn hóa này. Đặc biệt, đối thoại liên văn hóa là một hướng đi đúng đắn và cần thiết cho cả khu vực. Nhận thức các khác biệt về văn hóa và ngôn ngữ cho phép các xã hội hiểu biết và trân trọng những khác biệt tốt hơn. Vì vậy, ASEAN cần phải tạo điều kiện cho nhu cầu này thông qua các lễ hội, các buổi hòa nhạc và giao lưu sinh viên [Robertua, 2013]. Thêm vào đó, phong cách ngoại giao văn hóa ASEAN đang tập trung chủ yếu vào các buổi biểu diễn văn hóa và nghệ thuật. Điều này dễ hiểu vì khu vực này là quê hương của nhiều nền văn hóa, tôn giáo và chủng tộc với tài nguyên thiên nhiên phong phú và đa dạng. Ngoài ra, ngoại giao văn hóa ASEAN đang cố gắng thu hút người dân ASEAN thông qua thảo luận về ý tưởng và xây dựng năng lực bằng công cụ giáo dục [Ratih

Indraswari, 2015, 38]. Chính vì thế Việt Nam có lợi thế lớn khi đây là những mảng hoạt động truyền thống của ngoại giao văn hóa Việt Nam. Giống như tất cả các lĩnh vực khác, hoạt động hợp tác văn hoá giữa các nước ASEAN tuân thủ nguyên tắc thống nhất trong đa dạng. Mỗi quốc gia trên cơ sở phát huy bản sắc văn hoá riêng và học hỏi, tiếp thu, kế thừa có chọn lọc những tinh hoa văn hoá khác và phần đầu hợp tác để tạo dựng những nét văn hoá chung, thống nhất của cả khu vực. Hơn bất kỳ lĩnh vực nào khác, trong lĩnh vực văn hoá, nguyên tắc này được tán rộng, áp dụng và thể hiện một cách tích cực, rõ nét nhất.

Ngay từ khi gia nhập, Việt Nam đã sớm có các hoạt động giao lưu, trao đổi, hợp tác văn hóa với ASEAN nói chung và các nước thành viên nói riêng, đặc biệt trong lĩnh vực biểu diễn nghệ thuật và trưng bày. Bên cạnh đó, Việt Nam đã để lại nhiều dấu ấn đặc biệt trong việc thúc đẩy xây dựng, hoàn thiện các văn kiện định hướng cho việc thực hiện các mục tiêu của Cộng đồng Văn hóa - Xã hội ASEAN, điển hình như vai trò trong hai văn kiện quan trọng của Cộng đồng Văn hóa - Xã hội ASEAN là Tuyên bố Hà Nội về Phúc lợi và Phát triển cho phụ nữ và trẻ em ASEAN, và Tuyên bố của Lãnh đạo cấp cao ASEAN về Phát triển nguồn nhân lực và kỹ năng nghề cho phục hồi kinh tế và phát triển bền vững trong năm Chủ tịch ASEAN 2010. Hơn nữa, ngoài Ủy ban Quốc gia điều phối các hoạt động về ASEAN, các Bộ, ngành có liên quan đều lập cơ quan chuyên trách về ASEAN. Đặc biệt, Ủy ban Văn hóa Thông tin ASEAN (ASEAN-COCI) của Việt Nam đặt tại Bộ văn hoá, thể thao và du lịch đã tham gia đầy đủ và đóng góp tích cực vào các cuộc hoạt động của ASEAN - COCI. Nội dung hoạt động chủ yếu của Ủy ban này có thể kể đến như các tác phẩm văn hoá, nghiên cứu về ASEAN; tổ chức các liên hoan nghệ thuật, biểu diễn, triển lãm về các ngành nghệ thuật như múa, nhà hát, nghệ thuật dân tộc... ; phát thanh, truyền hình, điện ảnh, video về ASEAN; và in ấn và thông tin để trao đổi, hợp tác, giúp đỡ nhau trong công tác xuất bản, thu thập, xử lý thông tin. Giáo dục - đào tạo cũng là một trong những lĩnh vực hoạt động ngoại giao văn hóa mà Việt Nam tăng cường hợp tác với ASEAN. Các trường đại học, viện nghiên cứu trong các nước ASEAN gồm Việt Nam thường xuyên trao đổi các đoàn học giả, nhà nghiên cứu và sinh viên... cũng như tổ chức nhiều cuộc hội thảo, hội

ngệ chuyên đề... nên đã góp phần thúc đẩy hợp tác về văn hoá nói riêng và khoa học, kinh tế nói chung. Những hoạt động này góp phần tăng thêm sự hiểu biết, thông cảm lẫn nhau giữa các dân tộc trong khu vực, giúp họ vươn lên và dần hình thành ý thức chung sống hoà bình, hữu nghị và phấn đấu cho mục tiêu phát triển. Điều này cũng thống nhất với phương châm của Việt Nam là "hội nhập để cùng phát triển nhưng vẫn giữ vững bản sắc dân tộc" [Chiến lược phát triển ngoại giao văn hoá đến 2020].

Đặc biệt, Việt Nam còn nỗ lực và tập trung triển khai nhiều hoạt động giao lưu văn hóa - xã hội, nghệ thuật, ngoại giao công chúng... đã được Việt Nam đăng cai tổ chức. Điển hình như sự kiện Tuần Văn hoá ASEAN khai mạc tại Hà Nội vào năm 2004, các kỳ Festival Quốc tế Huế, Liên hoan Ảnh và Phim Phóng sự - Tài liệu về Cộng đồng. Việt Nam cũng đóng vai trò tích cực trong các hoạt động giao lưu văn hóa, nghệ thuật với các quốc gia ASEAN trong một loạt các hoạt động do Việt Nam đăng cai tổ chức như: chương trình nghệ thuật đặc biệt kỷ niệm 40 năm thành lập ASEAN (2007); “Liên hoan ca múa nhạc ASEAN” tại Việt Nam (2010); “Liên hoan nghệ thuật ASEAN” tại Việt Nam (2014); Chương trình những ngày “Đại đoàn kết ASEAN - Một tầm nhìn, một bản sắc, một cộng đồng” tại Việt Nam (2014); "Liên hoan nghệ thuật truyền thống ASEAN" tại Việt Nam (2015)... Các hoạt động giao lưu văn hóa này không chỉ làm tăng cường sự hiểu biết và gắn kết giữa các quốc gia thành viên ASEAN mà là cơ hội để mỗi quốc gia quảng bá, giới thiệu về đất nước, con người và những giá trị văn hóa tiêu biểu đồng thời bảo tồn và phát huy giá trị các di sản văn hóa của mình. Thông qua giao lưu, các nghệ sĩ còn có cơ hội học hỏi lẫn nhau và thúc đẩy sự chia sẻ tính đa dạng và giàu bản sắc văn hóa của ASEAN. Tóm lại, những hoạt động này góp phần nâng cao vai trò của Việt Nam trong hợp tác ASEAN, tăng cường quảng bá, giới thiệu về đất nước và con người Việt Nam. Vì vậy, đây vẫn sẽ tiếp tục là nội dung hoạt động ngoại giao văn hóa quan trọng của Việt Nam với ASEAN nói chung và các nước thành viên nói riêng. Tuy nhiên, Việt Nam cũng sẽ chú trọng nhiều hơn về tính đa dạng, chuyên sâu của hoạt động giao lưu văn hóa, biểu diễn nghệ thuật và tăng cường các hoạt động thu hút sự chú ý của cộng đồng quốc tế. Việc tăng cường hợp tác giữa đại sứ

quán các nước ASEAN tại nước ngoài sẽ càng được đẩy mạnh rộng rãi thông qua các Đêm Văn hóa ASEAN hay Tuần Văn hóa ASEAN. Những sự kiện này giúp tăng cường hiểu biết về ASEAN cũng như quảng bá văn hóa các nước thành viên.

Những biến đổi trong tình hình thế giới cộng với sự hiệu quả của việc triển khai hoạt động ngoại giao văn hóa đa phương giữa Việt Nam với các nước ASEAN thời gian qua cho thấy việc thúc đẩy ngoại giao văn hóa qua các kênh hợp tác đa phương mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho các nước. Cùng hợp tác tham gia các hoạt động ngoại giao văn hóa đa phương giúp ASEAN với các quốc gia nhỏ cảm thấy “bình đẳng” và tự tin khi nền văn hóa của mình sánh ngang với các nền văn hóa khác trong một sân chơi chung. Đồng thời, các hoạt động ngoại giao văn hóa đa phương cũng thường thu hút được sự quan tâm của giới truyền thông, nhất là các hãng truyền thông quốc tế lớn; đặc biệt khi nó gắn với các sự kiện đặc biệt của ASEAN. Do đó, chiến lược này sẽ được Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh trong thời gian tới, đặc biệt trong việc phối hợp với ASEAN cũng như các quốc gia thành viên trong cùng tổ chức các hoạt động ngoại giao văn hóa. Hoạt động ngoại giao văn hóa đa phương nói chung và với ASEAN nói riêng sẽ tiếp tục tập trung vào bốn lĩnh vực chính: Hợp tác về phát thanh - truyền hình và phim - video; Hợp tác về in ấn và thông tin công cộng; Hợp tác về văn học và nghiên cứu ASEAN; Hợp tác về lĩnh vực nghệ thuật nghe nhìn và biểu diễn [Vũ Tuyết Loan, 2019].

4.2.3.2. Ngoại giao văn hoá song phương

Trong những năm vừa qua, một số trung tâm văn hóa Việt Nam được thành lập tại Lào, Pháp, và Hàn Quốc cũng là một trong những hình thức được thử nghiệm với kì vọng sẽ mở rộng việc giới thiệu văn hóa Việt Nam cũng như tăng cường các hoạt động ngoại giao văn hóa. Dưới sự quản lý trực tiếp về chuyên môn, nghiệp vụ của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các trung tâm này có chức năng tổ chức, tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá văn hóa, hình ảnh đất nước, con người Việt Nam ở nước ngoài, xúc tiến du lịch, hỗ trợ các hoạt động thể thao. Các trung tâm này cũng phối hợp với các cơ quan đại diện ngoại giao Việt Nam ở nước ngoài để phát triển mối quan hệ hữu nghị, hợp tác, tăng cường hiểu biết của nhân dân quốc gia tiếp nhận với Việt Nam. Các trung tâm văn hóa Việt Nam ở nước ngoài này tổ

chức các hoạt động văn hóa, nghệ thuật, giáo dục, khoa học kỹ thuật, xúc tiến du lịch, ẩm thực, thể thao, và các hoạt động văn hóa khác [Cục hợp tác quốc tế, 2017]. Tiêu biểu trong đó là Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại Lào là Trung tâm Văn hóa đầu tiên của Việt Nam tại nước ngoài được thành lập ngày 31/8/1995. Đây là một đơn vị chức năng sự nghiệp thuộc Bộ Văn hoá ở Lào, đồng thời cũng có vai trò như một cơ quan đại diện của nước Việt Nam về văn hóa tại Lào với nhiệm vụ tuyên truyền quảng bá hình ảnh đất nước con người Việt Nam cho nhân dân các bộ tộc Lào và người nước ngoài sống tại đây, qua đó góp phần vun đắp tình hữu nghị, đoàn kết đặc biệt Việt Lào thông qua con đường văn hóa. Trung tâm này đã và đang triển khai nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa [Cục hợp tác quốc tế, 2017] như: hoạt động văn hóa nghệ thuật vừa phục vụ chính trị, vừa giới thiệu văn hóa Việt Nam; hay các hoạt động triển lãm ảnh, chiếu phim và giao lưu nghệ thuật nhân các sự kiện chính trị, các ngày các ngày kỷ niệm trọng đại của hai quốc gia; tổ chức các lớp học tiếng Việt, lớp bồi dưỡng cán bộ văn hóa nghệ thuật, các hội thảo khoa học thiêu hai nền văn hóa và kinh nghiệm quản lý văn hóa nghệ thuật; tham gia tích cực các hoạt động vận động cộng đồng người Việt Nam tại Lào, xây dựng phong trào văn nghệ quần chúng trong các hội người Việt Nam tại Lào; giới thiệu và chấp nối cho cơ quan, đơn vị văn hóa ở trung ương và địa phương hai nước xây dựng quan hệ với nhau [Vũ Tuyết Loan, 2019]. Những hoạt động này đã góp phần đưa trung tâm thực sự trở thành cầu nối trong quan hệ văn hóa đối ngoại. Tuy nhiên, tính hiệu quả của các trung tâm văn hóa Việt Nam tại nước ngoài hay sự cần thiết nhân rộng mô hình này vẫn còn là một câu hỏi lớn cho chính phủ Việt Nam. Ông Phạm Sanh Châu chia sẻ rằng duy trì hoạt động của các trung tâm văn hóa là một thách thức không nhỏ trong việc xác định nội dung cũng như kinh phí hoạt động đồng thời thu hút sự quan tâm của nhân dân địa phương cho suốt 365 ngày/ năm không phải là điều dễ dàng. Hơn nữa, chi phí đầu tư ban đầu để mở các trung tâm này cũng không hề nhỏ trong khi tính hiệu quả thì chưa được khẳng định. Với một quốc gia nhỏ như Việt Nam cũng như những hạn chế vẫn còn tồn tại trong công tác tổ chức, và năng lực cán bộ, các trung tâm văn hóa Việt Nam tại nước ngoài đôi khi không đáp ứng được đầy đủ những yêu cầu đặt ra. Vì vậy, Cục hợp tác Quốc tế của Bộ Văn hóa

Thể thao và Du lịch cũng như Văn hóa Đối ngoại và UNESCO thuộc Bộ Ngoại giao cần hợp tác để xây dựng chiến lược cũng như hoạt động dài hơi cho cơ quan này. Hai bộ cũng cần thống nhất ưu tiên chương trình hoạt động và nhu cầu của mỗi quốc gia.

4.3. Khuyến nghị

Bên cạnh việc học hỏi các quốc gia trên thế giới đã có những thành công nhất định trong việc phát huy ngoại giao văn hoá, bản thân Việt nam cũng cần có những điều chỉnh nhất định để nâng cao chất lượng và hiệu quả của ngoại giao văn hóa của nước nhà:

Xây dựng hành lang và cơ sở pháp lý: Mặc dù Chính phủ Việt Nam đã ban hành hai văn bản “Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020” và “Chiến lược Văn hóa đối ngoại đến năm 2020, tầm nhìn 2030” nhưng Việt Nam chưa có một chiến lược tổng thể mang tầm quốc gia về quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới, nghĩa là hiện vẫn chưa có một cơ quan, hay tổ chức nào được giao trách nhiệm đứng ra tập hợp những nhà nghiên cứu, nhà hoạt động văn hóa, khoa học, nghệ thuật của cả nước để xây dựng nên một chiến lược toàn diện, có tầm ngắn, tầm dài trong cuộc đua tranh về quyền lực mềm của văn hóa ở thời kỳ hiện nay. Ngoại giao văn hóa không phải là vấn đề của riêng các Bộ, các ngành, các địa phương mà nó là vấn đề của toàn xã hội. Việc xây dựng được chiến lược quốc gia tổng thể về quảng bá hình ảnh của Việt Nam với hành lang pháp lý quy định cụ thể đồng thời có thể giải quyết được sự tản mạn, phân tán trong quản lý các hoạt động ngoại giao văn hóa hiện nay. Ông Phạm Sanh Châu cho biết tính cấp thiết cần phải xây dựng một Ủy ban hoặc Ban chỉ đạo quốc gia về ngoại giao văn hóa để có bộ máy điều phối chung, trong đó Bộ Ngoại giao giữ vai trò “đầu tàu” điều phối chính. Đồng thời cần phải văn bản hóa về cơ chế hợp tác giữa các bộ, ngành, địa phương để tránh các chương trình, hoạt động chồng chéo gây lãng phí và kém hiệu quả như hiện nay.

Tiếp tục nâng cao nhận thức về công tác ngoại giao văn hóa nhằm huy động được sức mạnh tổng hợp, mọi lực lượng, mọi nguồn lực của đất nước. Các cấp, các ngành, các địa phương và doanh nghiệp cần nhận thức đầy đủ và sâu sắc hơn tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa để tìm ra những biện pháp thiết thực

phục vụ các mục tiêu đối ngoại, đối nội. Đồng thời, lòng ghét các hoạt động ngoại giao văn hóa vào các hoạt động chính trị chính thức của quốc gia sẽ giúp giảm sức căng hay tính nhạy cảm. Cùng với đó, hiệu quả và tầm vóc của các chương trình văn hóa trong hoạt động chung sẽ tăng lên, góp phần tạo sự hiểu biết lẫn nhau giữa hai bên. Sự nhìn nhận đúng đắn về vai trò và tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa tạo nền tảng cần thiết để đẩy mạnh hoạt động của ngoại giao văn hóa. Thế chân kiềng: “Ngoại giao chính trị giữ vai trò định hướng, ngoại giao kinh tế là nền tảng vật chất và ngoại giao văn hóa chính là nền tảng tinh thần của hoạt động đối ngoại” cần được chú trọng. Để làm được điều này, Việt Nam cần xây dựng hoàn thiện hệ thống lý luận về ngoại giao văn hóa bao gồm khái niệm, nội hàm của ngoại giao văn hóa cũng như mối tương quan của ngoại giao văn hóa trong chiến lược ngoại giao nói chung của Việt Nam.

Liên quan trực tiếp đến việc nâng cao nhận thức về ngoại giao văn hóa là công tác nghiên cứu học thuật và giáo dục phổ cập về ngoại giao văn hóa. GS. Hoàng Khắc Nam, chủ nhiệm khoa Quốc tế học trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia nhận định về vấn đề này như sau: “Muốn nâng cao chất lượng của hoạt động ngoại giao văn hóa, cần nhất là phải nâng cao chất lượng giáo dục về văn hóa, phải đưa vào từ những cấp học sớm nhất để mỗi người Việt Nam hiểu và tự hào về văn hóa Việt Nam để rồi mỗi người trở thành một đại sứ văn hóa của Việt Nam”. GS. Hoàng Khắc Nam đã phản ánh một thực trạng về chất lượng giáo dục và cung cấp thông tin về văn hóa dân tộc, đây cũng chính là một trong những lý do khiến đội ngũ cán bộ Việt Nam thiếu hiểu biết cơ bản về các giá trị văn hóa của dân tộc. Bên cạnh đó là những vấn đề liên quan đến học thuật đòi hỏi sự hợp tác cũng như đầu tư nghiên cứu nhiều hơn về lĩnh vực ngoại giao văn hóa. Các nhà nghiên cứu cần tư vấn cho chính phủ về nội dung và khu vực ưu tiên của ngoại giao văn hóa, tham mưu về việc thành lập các Trung tâm, Nhà văn hóa hoặc các góc Việt Nam tại nước ngoài (cơ sở pháp lý, nội dung, hình thức, đối tượng và nét đặc thù), và xây dựng nội dung văn hóa trong quy trình tổ chức Ngày Việt Nam, Tuần Việt Nam.

Nâng cao chất lượng, hiệu quả của các hoạt động ngoại giao văn hóa:

Coi trọng đầu tư những sản phẩm văn hóa có sức lan tỏa và tính quốc tế cao thuộc các lĩnh vực khác nhau như điện ảnh, âm nhạc, hội họa, văn học, lễ hội dân gian... nhằm tạo ra bước đột phá trong quảng bá văn hóa. Các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài chủ động nghiên cứu, chọn lọc những kinh nghiệm, bài học của các nước để tham mưu cho các cơ quan trong nước về chính sách ngoại giao văn hóa và việc tổ chức hoạt động văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài. Theo ý kiến chung của nhiều cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài, một trong những bất cập của hoạt động quảng bá là sự yếu kém về ấn phẩm tuyên truyền và giới thiệu hình ảnh đất nước. Những sản phẩm này (như catalogue, tờ rơi, thông tin du lịch, thông tin liên lạc của các cơ quan/ tổ chức trong nước, tranh ảnh, vv) thường không được cập nhật và chưa phù hợp với các địa bàn [Phạm Sanh Châu, 2012, 7]. Vì vậy, để đẩy mạnh các hoạt động thông tin, tuyên truyền và quảng bá hình ảnh Việt Nam, cần xây dựng những ấn phẩm tuyên truyền có chất lượng về nội dung và hình thức, giới thiệu hình ảnh đất nước, con người và văn hoá Việt Nam để cung cấp cho các Cơ quan đại diện cũng như khách quốc tế. Các ấn phẩm này có thể là sách báo, tạp chí CD, DVD ... sử dụng những ngôn ngữ quốc tế phổ thông và nếu có điều kiện, các ấn phẩm sẽ sử dụng thêm một số ngôn ngữ địa phương quan trọng và phù hợp với từng địa bàn.

Xây dựng các chương trình gói ngoại giao văn hóa bao gồm các chương trình dành riêng cho từng quốc gia và khu vực cũng là một trong những biện pháp nâng cao hiệu quả của các hoạt động ngoại giao văn hóa. Các chương trình này được thiết kế dựa trên sự am hiểu về nhu cầu cũng như khẩu vị của người dân địa phương có thể thu thập qua Đại sứ quán tại các quốc gia và cộng đồng kiều bào cũng như áp dụng một số hình thức khảo sát trước khi thực hiện. Không chỉ dừng lại ở việc giới thiệu, trưng bày và trình diễn, Việt Nam có thể áp dụng một số hình thức cung cấp giá trị cộng thêm như tặng các món quà nhỏ là sản phẩm được sản xuất tại mỗi vùng văn hóa riêng biệt, các chương trình khuyến mãi du lịch tại các địa danh được giới thiệu, vv.

Chất lượng và hiệu quả của hoạt động ngoại giao văn hóa cũng phụ thuộc không nhỏ vào mạng lưới truyền thông đối ngoại. Vì vậy, Việt Nam cần đẩy mạnh

công tác truyền thông đối ngoại trên tất cả các phương tiện truyền thông truyền thống (truyền hình, phát thanh, sách, báo, tạp chí đối ngoại) và hiện đại (website, mạng xã hội). Trước hết, các kênh truyền hình đối ngoại quốc gia phát sóng 24/24 đạt tiêu chuẩn và chất lượng quốc tế là cầu nối quan trọng phục vụ đối ngoại và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Đặc biệt, trong thời đại công nghệ thông tin phát triển, website và mạng xã hội chính là cầu nối tốt nhất cho sự hiểu biết của bạn bè quốc tế, đặc biệt là giới trẻ về một quốc gia. Vì vậy, các bộ, ngành liên quan đặc biệt là bộ Ngoại giao và bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần liên tục cập nhật thông tin về đất nước con người và văn hoá Việt Nam trên website của Bộ và các cơ quan đại diện tại nước ngoài.

Đẩy mạnh xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa: Xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa tạo ra môi trường rộng mở để các tổ chức kinh tế, xã hội, các doanh nghiệp tham gia hỗ trợ, cùng triển khai các hoạt động giới thiệu và quảng bá hình ảnh đất nước. Việt Nam có thể áp dụng một số mô hình của Nhật Bản và Hàn Quốc trong việc xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa, đó là cho phép các công ty tư nhân tham gia vào hoạt động giới thiệu và trao đổi văn hóa tại nước ngoài. Các công ty này thực hiện kinh doanh trên lĩnh vực đặc biệt là tổ chức biểu diễn các chương trình nghệ thuật trong và ngoài nước nên rất nhanh nhạy trong việc nắm bắt thị hiếu và nhu cầu của các đối tượng khán giả cũng như đảm bảo chất lượng biểu diễn. Mục tiêu cấp thiết hiện nay để có thể xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa, thu hút nhiều đối tượng và các chủ thể phi nhà nước tham gia cần đưa ra một thông điệp chung về văn hóa Việt Nam để tất cả các đơn vị, tổ chức tham gia ngoại giao văn hóa cùng phối hợp quảng bá nhất quán một thương hiệu, bản sắc văn hóa Việt Nam ra bên ngoài và khuyến khích sự sáng tạo và giao lưu văn hóa của nhân dân, doanh nghiệp.

Một trong những lý do quan trọng và cần thiết phải xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa xuất phát từ nguồn ngân sách hạn chế hiện nay cho các hoạt động ngoại giao văn hóa. Ông Phạm Sanh Châu cho biết “Ngân sách cho hoạt động ngoại giao văn hóa được nhà nước cấp chỉ đủ để làm một vài chương trình Tuần Việt Nam ở nước ngoài nên khó có thể xây dựng các chương trình đa dạng hay

chuyên sâu”. Do đó, việc xây dựng quỹ ngoại giao văn hóa là yếu tố cốt yếu để nâng cao tính hiệu quả của ngoại giao văn hóa. Quỹ ngoại giao văn hóa này được tạo nên bởi hai nguồn chính là phân bổ tài chính của nhà nước và nguồn tài chính có được từ xã hội hóa. Để làm được điều này, trước hết cần xây dựng cơ chế, chính sách khuyến khích sự tham gia của các tổ chức xã hội, doanh nghiệp (trong và ngoài nước) nhằm đa dạng hoá “nguồn lực” cho ngoại giao văn hóa, trong đó quan trọng nhất là tăng cường sự tham gia của các doanh nghiệp. Do đó, các cơ quan chức năng đặc biệt là Bộ Ngoại giao và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Thông tin và Truyền thông nên nghiên cứu và kiến nghị với Thủ tướng Chính phủ một mô hình có thể khuyến khích và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia, cần phải có những quy định rõ ràng về trách nhiệm, cũng như quyền lợi của các chủ doanh nghiệp khi tham gia vào các hoạt động ngoại giao văn hóa. Hơn nữa, các doanh nghiệp cũng cần phải nhận được sự hỗ trợ, định hướng, chỉ đạo... từ phía các cơ quan chức năng về đường lối chủ trương của nhà nước về ngoại giao văn hóa thì hoạt động hiệu quả và thống nhất. Đặc biệt, Việt Nam cần tranh thủ các nguồn tài trợ quốc tế song phương và đa phương cho các hoạt động ngoại giao văn hóa như Nhật Bản hỗ trợ tài chính bảo tồn các giá trị văn hóa cung đình Huế thông qua nguồn vốn ODA.

Khai thác hiệu quả tiềm năng ngoại giao văn hóa của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài: Cùng với tích cực tham gia các hội nghị, diễn đàn khu vực và quốc tế, tham gia các lễ hội, triển lãm du lịch, tuần văn hóa Việt Nam tại các nước, các khu vực trọng điểm trên thế giới, Việt Nam cần chú trọng “xuất khẩu văn hóa Việt” tại chỗ thông qua cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Với khoảng 3,5 triệu người Việt Nam đang sinh sống, học tập, công tác ở gần 100 quốc gia [Phạm Sanh Châu, 2012, 7] và vùng lãnh thổ trên thế giới, nếu Việt Nam biết khai thác, phát huy nguồn lực đặc biệt quan trọng này thì đây sẽ là một kênh quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam rất hữu hiệu. Ngoài ra, mỗi đại sứ quán Việt Nam phải hướng tới mục tiêu trở thành một “địa chỉ văn hóa Việt” ở nước sở tại và mỗi cán bộ, nhân viên làm công tác ngoại giao phải phấn đấu trở thành “Sứ giả văn hóa Việt Nam” ở nước ngoài.

Nâng cao tính chuyên nghiệp trong hoạt động ngoại giao văn hóa và các cán bộ ngoại giao văn hóa: Nhân lực là một trong những vấn đề hàng đầu và quan trọng nhất của ngoại giao văn hóa, phát triển nguồn nhân lực là trọng tâm của phát triển ngoại giao văn hóa bền vững. Làm ngoại giao văn hóa rất khó, trong khi đó cán bộ ngoại giao thường không thông thạo về văn hóa, ngược lại cán bộ văn hóa lại ít biết về ngoại giao. Không chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng, bổ sung những mặt còn thiếu thì không thể có nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu đặt ra. Bởi sự đa dạng, đa sắc màu của các nền văn hóa và nhất là cách thức tiếp cận, nhu cầu thưởng thức các giá trị văn hóa của nhân dân các nước trên thế giới hiện nay hết sức dồi dào, phong phú. Điều đó đòi hỏi ngoại giao văn hóa của Việt Nam phải bảo đảm tính chuyên nghiệp từ con người, tổ chức, phương thức, hình thức trên cơ sở cách làm linh hoạt, sáng tạo và phù hợp với từng quốc gia, từng địa bàn, khu vực trên thế giới; do đó ngoại giao văn hóa cần tới sự hình thành các nhóm chuyên gia có trình độ đào tạo học thuật cao trong các vấn đề văn hóa. Tương tự, các nhà ngoại giao tham gia vào nó phải mở rộng kiến thức của họ về văn hóa của đất nước mình và cách thức để kết nối với các đặc điểm văn hóa của các nước mà họ muốn tăng cường các mối quan hệ tin tưởng. Nói cách khác, nhu cầu thiết yếu hiện nay đối với cán bộ ngoại giao văn hóa là thực hiện sứ mệnh “Sứ giả văn hóa Việt Nam”. Để nâng cao tính hiệu quả, những “Sứ giả văn hóa Việt Nam” này cần được trang bị đầy đủ kiến thức về văn hóa đặc trưng dân tộc cũng như một số vùng miền và kỹ năng cần thiết như: ngoại ngữ, đàm phán, tổ chức sự kiện, tìm kiếm nguồn tài trợ để có thể truyền tải hình ảnh và thông điệp về Việt Nam đầy đủ hơn.

Ngoại giao văn hóa là lĩnh vực còn nhiều mới mẻ ở Việt Nam nên đội ngũ cán bộ vừa thiếu về số lượng vừa kém về chất lượng cũng như kinh nghiệm và tính chuyên nghiệp còn hạn chế hơn rất nhiều so với các nước khác. Để có thể đảm đương được hiệu quả các nhiệm vụ đề ra của ngoại giao văn hóa, đội ngũ cán bộ không chỉ giỏi ngoại giao, chính trị, kinh tế, ngoại ngữ mà còn phải am hiểu văn hoá. Chính vì thế, các chương trình đào tạo ngắn hạn, dài hạn, chuyên sâu cần được xây dựng và áp dụng với từng nhóm cán bộ cụ thể dựa trên phạm vi hoạt động và tính chất chuyên môn của yêu cầu công việc. Mỗi cán bộ ngoại giao văn hóa chuyên

nghiệp, bên cạnh những kỹ năng, tố chất sẵn có của một nhà ngoại giao thực thụ, cần phải được trang bị sự hiểu biết đa dạng về lịch sử, văn hóa và nghệ thuật không chỉ dân tộc mình mà còn cả văn hóa dân tộc nước bạn. Từ sự hiểu biết đó, nhà ngoại giao biết mình có gì và bạn cần gì, thích gì để xây dựng hiệu quả các hoạt động văn hóa đạt được mục đích ngoại giao và tạo được cầu nối giữa văn hoá Việt Nam với các nền văn hoá khác, tránh những sự cố do khác biệt văn hoá. Hơn nữa, cán bộ ngoại giao văn hóa phải có khả năng tổng hợp, phân tích, để có thể liên kết các sự kiện văn hóa với các vấn đề kinh tế, chính trị, nhạy bén với những tác động văn hóa tới mục tiêu đối ngoại của mình. Đồng thời, kỹ năng về truyền thông, tổ chức sự kiện, vận động tài trợ cũng cần được thành thực ở các cán bộ ngoại giao văn hóa. Tính đa dạng và linh hoạt của các hoạt động ngoại giao văn hóa đòi hỏi người cán bộ làm ngoại giao cũng phải có kiến thức toàn diện, trong đó nổi bật nhất là mối quan hệ với truyền thông và vận động tài trợ bởi thành công của các hoạt động ngoại giao văn hóa phụ thuộc rất nhiều vào hai yếu tố là nguồn kinh phí và sự quảng bá.

Xây dựng chương trình Quảng bá văn hóa ẩm thực Việt Nam: Giống như Thái Lan, Việt Nam có một nền văn hóa ẩm thực đa dạng, phong phú và độc đáo ở mỗi vùng miền. Hiếm có một khách du lịch nước ngoài nào không ưa thích ẩm thực Việt Nam. Phở, chả giò/ nem rán, bánh mì đã có mặt ở nhiều quốc gia trên thế giới và tiếp tục được mở rộng với những thương hiệu được yêu thích toàn cầu. Đó là một lợi thế lớn của Việt Nam trong việc xây dựng chương trình ngoại giao ẩm thực, một thành phần quan trọng của ngoại giao văn hóa Việt Nam. Trước hết cần phải có nhìn toàn diện về khái niệm văn hóa ẩm thực. Tuy văn hóa ẩm thực là nét văn hóa tự nhiên hình thành trong cuộc sống nhưng văn hóa ẩm thực ở đây bản sắc văn hóa bao gồm thực hành, thái độ đối với ẩm thực. Nó còn là quá trình sản xuất chế biến, tiêu thụ, là nền nông nghiệp phát triển bền vững.. Việt Nam có thể học hỏi Thái Lan trong việc xây dựng chuỗi nhà hàng Việt Nam trên khắp thế giới, chuỗi nhà hàng này không chỉ giới thiệu các món ăn độc đáo của mỗi vùng miền Việt Nam mà còn thể hiện những nét văn hóa đặc trưng thông qua thiết kế, trưng bày, trang phục, vv. Mỗi nhà hàng ở nước ngoài là một hình ảnh quốc gia ở đó, thực khách đến đây không chỉ cảm nhận được văn hóa Việt qua các thức ăn, đồ uống mà

còn được ngắm nhìn khung cảnh của nhà hàng với sự bài trí theo phong cách dân tộc truyền thống. Bên cạnh đó, Việt Nam cần tích cực tổ chức và tham gia nhiều sự kiện giới thiệu quảng bá chuyên đề về ẩm thực cả trong nước, khu vực và trên thế giới cũng như vinh danh các nghệ nhân đầu bếp tiêu biểu trong chế biến các món ăn, ẩm thực Việt về tay nghề cũng như nỗ lực gìn giữ và truyền bá ẩm thực Việt ở trong nước và ngoài nước. Một trong những lý do khiến ngoại giao ẩm thực của Thái Lan thành công là sự liên kết chặt chẽ giữa món ăn và các sản phẩm nông nghiệp nên giá trị kinh tế điển hình là sự gia tăng tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp của quốc gia này. Do đó, Việt Nam cũng cần xây dựng một chiến lược dài hạn với các sản phẩm nông nghiệp sạch, chất lượng cao, hấp dẫn và uy tín. Nhờ vậy, ngoại giao ẩm thực sẽ mang lại những giá trị hữu hình về mặt phát triển kinh tế và xã hội.

TIÊU KẾT

Sau hai thập kỷ tập trung triển khai chính sách ngoại giao văn hoá, Việt Nam đã đạt được những thành công nhất định trong việc quảng bá hình ảnh của đất nước và con người ra thế giới, đồng thời cũng hỗ trợ và hợp tác tích cực cho các hoạt động ngoại giao trong lĩnh vực kinh tế cũng như chính trị. Nhờ đó, ngoại giao văn hoá đã tạo được những tác động tích cực cả trong nước như việc bảo tồn và phá huy các giá trị truyền thống và cải thiện được mối quan hệ với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Tuy vậy, hoạt động ngoại giao văn hóa vẫn tồn tại những hạn chế nhất định như hiệu quả chưa cao, chưa đáp ứng yêu cầu của tình hình mới; nội dung và hình thức của các hoạt động chưa tương xứng với yêu cầu cụ thể của từng loại đối tượng và địa bàn, hình ảnh của Việt Nam chưa có nhiều thay đổi phù hợp với thời đại mới, thế giới vẫn còn biết đến Việt Nam chưa có bước đột phá và vẫn gắn nhiều với “truyền thống dân gian” hoặc “chiến tranh”.

Chiến lược ngoại giao văn hoá bước sang giai đoạn mới sẽ vẫn bám sát chủ trương củng cố hợp tác song phương, thúc đẩy hợp tác đa phương, trong đó ưu tiên các quốc gia láng giềng, các quốc gia có quan hệ ngoại giao chiến lược, và các quốc gia lớn, đặc biệt chú trọng mạnh mẽ vào quan hệ ngoại giao văn hóa với các nước ASEAN với xu hướng đề cao bản sắc dân tộc Việt Nam.

Trước xu thế mới của thời đại và phát huy hơn nữa ngoại giao văn hoá, Việt Nam cần Xây dựng hành lang và cơ sở pháp lý để triển khai bài bản các chương trình, hoạt động tránh sự chồng chéo gây lãng phí và kém hiệu quả như hiện nay; Tiếp tục nâng cao nhận thức về công tác ngoại giao văn hóa nhằm huy động được sức mạnh tổng hợp, mọi lực lượng, mọi nguồn lực của đất nước; Nâng cao chất lượng, hiệu quả của các hoạt động ngoại giao văn hóa và đẩy mạnh xã hội hoá các hoạt động ngoại giao văn hoá, đầu tư những sản phẩm văn hóa có sức lan tỏa và tính quốc tế cao nhằm tạo ra bước đột phá trong quảng bá văn hóa; và đặc biệt cần khai thác tối đa tiềm năng ngoại giao văn hóa của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

KẾT LUẬN

Hội nhập kinh tế quốc tế cùng với quá trình toàn cầu hóa làm cho các nền kinh tế ngày càng phụ thuộc lẫn nhau, đồng thời nó cũng làm gia tăng nhu cầu tìm hiểu lẫn nhau của các quốc gia và các nền văn minh. Thêm vào đó, tiến trình phát triển của ngoại giao hiện đại ghi nhận sự tham gia của các chủ thể phi nhà nước cùng với mở rộng nội dung hoạt động sang các lĩnh vực đa dạng hơn. Chính những điều này làm cho vai trò của ngoại giao văn hóa trong bối cảnh quốc tế ngày càng được khẳng định mạnh mẽ. Mỗi quốc gia có những mục tiêu riêng biệt đối với ngoại giao văn hóa. Nếu các nước lớn dùng ngoại giao văn hóa để mở rộng ảnh hưởng của mình đối với các vấn đề quốc tế thì các nước nhỏ trong đó có Việt Nam lại sử dụng ngoại giao văn hóa như là bàn đạp để phát triển kinh tế, và thông qua đó thực hiện được các mục tiêu của ngoại giao chính trị.

Chính sách đối ngoại của mỗi quốc gia đều chịu ảnh hưởng và chi phối bởi văn hóa. Ngoại giao văn hóa Việt Nam được hình thành dựa trên nền văn hóa đa dạng và bản sắc dân tộc độc đáo có nguồn gốc từ nền văn minh nông nghiệp trồng lúa nước cùng với chính sách đối ngoại đổi mới tạo nên một bước ngoặt quan trọng trong lịch sử ngoại giao Việt Nam. Xuyên suốt toàn bộ lịch sử Việt Nam, đã có ba lớp văn hóa chồng lên nhau là lớp văn hóa bản địa, lớp văn hóa giao lưu với Trung Quốc và khu vực, lớp văn hóa giao lưu với phương Tây. Văn hóa Việt Nam là sự kết hợp độc đáo của những giá trị văn hóa của 54 dân tộc bao gồm cả những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể luôn gắn bó mật thiết, có tác động tương hỗ và tôn vinh lẫn nhau, nhưng vẫn có tính độc lập tương đối. Bản sắc văn hóa đã góp phần hình thành lên chính sách và định hướng ngoại giao văn hóa mềm mỏng, cởi mở trong ứng xử, tính trách nhiệm và cộng đồng trong hợp tác quốc tế, thể hiện trong mục tiêu của ngoại giao văn hóa là giới thiệu hình ảnh của Việt Nam là một quốc gia với lòng nhân ái, khoan dung, đạo lý, chuộng hòa bình cũng như tinh thần và sách lược ngoại giao “Dĩ bất biến, ứng vạn biến”, thể hiện tính mềm dẻo, linh hoạt trong mọi hoàn cảnh nhưng kiên trì và cứng rắn không khoan nhượng về nguyên tắc và ảnh hưởng tới độc lập dân tộc.

Trong 20 năm thực hiện đường lối đổi mới, Việt Nam đã thể hiện một tư duy linh động và có nhiều thay đổi nhằm chủ động hòa nhập vào cộng đồng thế giới từ đó tạo lập được hình ảnh mới, vị thế mới hỗ trợ cho việc ổn định và phát triển đất nước. Đổi mới đối ngoại là một trong những thành tựu to lớn trong công cuộc đổi mới làm thay đổi bộ mặt của đất nước tạo bước đệm cho việc hội nhập khu vực và quốc tế biến các nước đối đầu thành liên minh, mở ra kỷ nguyên mới cho các quan hệ song phương và đa phương trong mọi lĩnh vực từ hợp tác kinh tế, chính trị đến mở rộng sự liên kết về chính trị và văn hóa.

Tuy chưa có sự đồng thuận về định nghĩa ngoại giao văn hóa nhưng các nhà nghiên cứu và các nhà hoạch định chính sách Việt Nam cùng chia sẻ quan điểm về vai trò của ngoại giao văn hóa nhằm: mở đường cho các hoạt động đối ngoại, tham mưu đồng hành giải quyết khó khăn quảng bá hình ảnh đất nước, vận động công nhận các giá trị văn hóa, tiếp thu tinh hoa văn hóa thế giới. Ngoại giao văn hóa Việt Nam được hiểu là hoạt động đối ngoại được nhà nước tổ chức, ủng hộ và bảo trợ. Hoạt động này được triển khai trong một thời gian nhất định nhằm đạt được những mục tiêu chính trị, đối ngoại, được xác định bằng các hình thức văn hóa như: nghệ thuật, lịch sử, tư tưởng, truyền thống, ẩm thực, phim, ấn phẩm, văn học, v.v. Đối tượng hướng tới của ngoại giao văn hóa là chính phủ và nhân dân các quốc gia khác. Mục tiêu của ngoại giao văn hóa là góp phần đảm bảo an ninh quốc gia, phục vụ phát triển kinh tế, nâng cao vị thế, hình ảnh quốc gia trên trường quốc tế và phục vụ cộng đồng người Việt ở nước ngoài.

Cụm từ ngoại giao văn hóa của Việt Nam lần đầu tiên được nhắc đến tại Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X Đảng Cộng sản Việt Nam và Hội nghị ngoại giao lần thứ 25 (năm 2006) khi lần đầu tiên lần đầu tiên chính thức coi Ngoại giao Văn hoá là một trong ba trụ cột quan trọng của ngoại giao Việt Nam, bên cạnh ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, tạo ra bước ngoặt quan trọng về công tác ngoại giao văn hoá và đến Đại hội Đảng XI, Ngoại giao Văn hoá đã chính thức được ghi nhận trong văn kiện của Đảng. Năm 2008 Bộ Ngoại giao ban hành Chỉ thị của Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm về việc tăng cường công tác ngoại giao văn hóa tạo động lực mới cho ngoại giao Việt Nam trong tiến trình Hội

nhập quốc tế; năm 2011 Thủ tướng ban hành *Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020* và năm 2015 phê duyệt *Chiến lược Văn hoá đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn 2030*. Đây là những văn bản pháp lý quan trọng góp phần nâng cao nhận thức về ngoại giao văn hoá, xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ và các giải pháp chủ yếu để phát triển chính sách ngoại giao văn hoá.

Trong hơn 10 năm triển khai hai chiến lược ngoại giao văn hoá, các hoạt động ngoại giao văn hoá Việt Nam được tiến hành rộng rãi với nhiều hình thức đa dạng cả trong và ngoài nước. Những nội dung hoạt động là: i) *Thúc đẩy hoạt động và nâng cao vai trò tại các tổ chức quốc tế* thông qua việc tham gia và điều phối các hoạt động trên các tổ chức, diễn đàn đa phương nói chung và các tổ chức, diễn đàn về văn hoá nói riêng; ii) *Quảng bá thông tin* để giới thiệu và truyền bá văn hoá quốc gia thông qua các ấn phẩm sách báo, tài liệu, các phương tiện truyền thông truyền thống và kỹ thuật số; iii) *Trao đổi văn hóa và các chương trình biểu diễn nghệ thuật* bằng các chương trình giao lưu, biểu diễn mang hình ảnh của Việt Nam đến gần gũi hơn với cộng đồng quốc tế, thông qua quá trình giao lưu với nước sở tại để tăng cường tình hữu nghị, củng cố các mối quan hệ song phương và đa phương; *Đông tổ chức các sự kiện văn hóa và tham gia hợp tác văn hóa quốc tế* với các hình thức đa dạng như phối hợp tổ chức các lễ hội, sự kiện văn hóa lớn định kỳ và thường niên.

Có thể nói ngoại giao văn hoá có vai trò hết sức quan trọng, vừa là nền tảng tinh thần, vừa là biện pháp và mục tiêu của chính sách đối ngoại Việt Nam, bổ trợ rất hữu hiệu cho các trụ cột khác, tạo thành một chỉnh thể chính sách đối ngoại, phát huy tốt nhất sức mạnh dân tộc và kết hợp hiệu quả với sức mạnh thời đại. Việc tích cực *quảng bá hình ảnh Việt Nam* đã góp phần xây dựng hình ảnh một Việt Nam mới, làm thay đổi quan điểm của bạn bè và nhân dân thế giới về Việt Nam, tạo ra những nhìn nhận tích cực cũng như mối quan tâm lớn về Việt Nam. Những thay đổi trong nhận thức của cộng đồng thế giới giúp Việt Nam phát triển kinh tế như thu hút vốn đầu tư nước ngoài, phát triển tiềm năng du lịch qua đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, ổn định xã hội mà còn giúp giải tỏa những khúc mắc thông qua việc hiểu biết lẫn nhau, tránh được những xung đột về đối ngoại, đảm bảo vững chắc an ninh quốc gia. Trong mối quan hệ với ngoại giao chính trị, ngoại giao văn hoá vừa là *nền tảng tinh thần* vừa là *động lực đối với ngoại giao chính trị và công tác ngoại giao*

khi cung cấp nền tảng về phong cách ngoại giao linh hoạt, mềm dẻo, tạo dựng bản sắc ngoại giao chính trị. Trong mối quan hệ với ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa giúp giới thiệu các hình ảnh và di sản Việt Nam đến thế giới đã góp phần quan trọng trong việc *phát triển ngành du lịch, tăng nguồn thu ngân sách và cải thiện đời sống nhân dân*. Thêm vào đó, cùng với ngoại giao chính trị, ngoại giao văn hóa giữ vai trò mở đường, đi tiên phong trong việc khai mở các thị trường, các lĩnh vực hợp tác quốc tế mới. Hiệu quả của hoạt động ngoại giao văn hoá đối với kinh tế hết sức cụ thể, đóng góp thiết thực vào sự phát triển kinh tế của các địa phương, đặc biệt là các địa phương có sở hữu di sản và cả nước nói chung. Thành tựu và ý nghĩa của ngoại giao văn hóa còn phải kể đến việc *phát triển mối quan hệ với cộng đồng người Việt Nam định cư ở nước ngoài*. Các chương trình tuần văn hóa, giao lưu văn hóa Việt Nam tại mỗi quốc gia không chỉ thu hút người dân bản địa mà còn khơi dậy và tăng cường, tình cảm gắn bó với quê hương đất nước của người Việt Nam ở nước ngoài, xóa đi định kiến, tâm lý dè chừng của quá khứ.

Những thành tựu của ngoại giao văn hóa Việt Nam trong những năm vừa qua đã chứng minh tầm quan trọng không thể phủ nhận và vai trò ngày càng mạnh mẽ trong chính sách đối ngoại của Việt Nam. Từ những hoạt động đa dạng và nỗ lực không mệt mỏi của ngoại giao văn hóa, hình ảnh Việt Nam đã đến gần với bạn bè quốc tế, thắt chặt quan hệ hữu nghị, thân thiết với nhiều quốc gia trên thế giới. Cùng với ngoại giao kinh tế, ngoại giao chính trị, ngoại giao văn hóa cũng góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội trong nước. Và hơn thế, ngoại giao văn hóa còn làm tăng tình đoàn kết, kéo các dân tộc lại gần nhau hơn. Chính vì thế, đã có rất nhiều ý kiến cho rằng Ngoại giao văn hóa chính là sức mạnh mềm của Việt Nam trong thế kỷ XXI.

Có thể thấy, thuận lợi lớn nhất của các hoạt động ngoại giao văn hóa hiện nay là được sự tài trợ của chính phủ, theo chỉ đạo của chính phủ vì thế nó thu hút được những nguồn lực đầu tư thích đáng, đồng thời có sự tham gia của toàn bộ các ban ngành liên quan. Tuy nhiên, bên cạnh đó, để đẩy mạnh hơn nữa hiệu quả của ngoại giao văn hóa cần có sự tham gia của toàn xã hội nhằm mang lại nguồn lực nhân sự cũng như tài chính mạnh mẽ hơn.

**DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ
LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN**

1. Le Thu Trang, Do Thuy Duong, Nguyen Thi My Hanh, Ngo Tuan Tuan, Bui Hong Hanh (2021), “A decade of Vietnamese cultural diplomacy: From recognition to action (2010-2020)”, *International Journal of Arts, Humanities & Social Science* (2), pp. 57-63
2. Le Thu Trang (2019), “Cultural diplomacy - a tool in forming intangible structure in Asia-Pacific: Case studies of Japan and Thailand”, *Kỷ yếu hội thảo quốc tế “The prospect of structure in Asia-Pacific to 2025 and Vietnam’s response”*, trường ĐHKHXH&NV, Hà Nội, pp.145-154

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Đào Duy Anh (1978), *Việt Nam văn hóa sử cương*, NXB Đồng Tháp
2. Nguyễn Hải Anh (2015), *Ngoại giao văn hoá trong quan hệ quốc tế đương đại*, Luận án Tiến sĩ Quan hệ quốc tế, Học viện ngoại giao, Hà Nội.
3. Ban Quốc tế Trung ương Hội Phụ nữ Việt Nam (2014), *Sự ủng hộ của nhân dân thế giới đối với Việt Nam và vai trò của đối ngoại nhân dân*, <http://hpn.baclieu.gov.vn/tintuc/Lists/Posts/Post.aspx?List=b8ae59ce-3b59-4f64-8af9-23c4a37c33dc&ID=531>, truy cập 5/2020
4. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), *Thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, hòa bình, hợp tác và phát triển*, http://dangcongsan.vn/cpv/Modules/News/NewsDetail.aspx?co_id=30463&cn_id=48667, truy cập 11/2019
5. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2005), *Quá trình đổi mới chiến lược và chính sách đối ngoại của đảng ta*, http://www.cpv.org.vn/cpv/Modules/News/NewsDetail.aspx?co_id=0&cn_id=157021, truy cập 11/2019
6. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), *Đại hội X của Đảng và đường lối đối ngoại*, http://cpv.org.vn/cpv/Modules/News/NewsDetail.aspx?co_id=30569&cn_id=41806, truy cập 11/2020
7. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2010), *Ngoại giao văn hoá năm 2009: Quảng bá rộng rãi hình ảnh Việt Nam*, <https://dangcongsan.vn/tu-tuong-van-hoa/ngoi-giao-van-hoa-nam-2009-quang-ba-rong-rai-hinh-anh-viet-nam-3920.html>
8. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2015a), *Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khoá IX tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng*, 24/9/2015, truy cập tháng 11/2020 tại <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/ban-chap-hanh-trung-uong-dang/dai-hoi-dang/lan-thu-x/bao-cao-chinh-tri-cua-ban-chap-hanh-trung-uong-dang-khoa-ix-tai-dai-hoi-dai-bieu-toan-quoc-lan-thu-x-cua-dang-1537>

9. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2015b), *Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khoá X tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI của Đảng*, 24/9/2015, truy cập tháng 11/2020 tại <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/ban-chap-hanh-trung-uong-dang/dai-hoi-dang/lan-thu-xi/bao-cao-chinh-tri-cua-ban-chap-hanh-trung-uong-dang-khoa-x-tai-dai-hoi-dai-bieu-toan-quoc-1526>
10. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), “Thứ trưởng Ngoại giao Bùi Thanh Sơn trả lời phỏng vấn đề chuyển thăm Nhật Bản và tham dự Hội nghị Thượng đỉnh G7 mở rộng của Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc”, *Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam* (29/5/2016), truy cập tháng 11/2020 tại <https://dangcongsan.vn/thoi-su/thu-truong-ngoai-giao-bui-thanh-son-tra-loi-phong-van-ve-chuyen-tham-nhat-ban-va-tham-du-hoi-nghi-thuong-dinh-g7-mo-rong-cua-thu-tuong-nguyen-xuan-phuc-390948.html>
11. Lê Thanh Bình (2011), *Giáo trình quan hệ công chúng chính phủ trong văn hóa đối ngoại*, Nxb Chính trị quốc gia- Sự thật, Hà Nội.
12. Lê Thanh Bình (2012), *Giao thoa văn hóa và chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia- Sự thật, Hà Nội.
13. Lê Thanh Bình (2019), *Phỏng vấn cá nhân*, 16/10/2019, Hà Nội
14. Bộ Ngoại giao (1995), *Hội nhập quốc tế và giữ vững bản sắc*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
15. Bộ ngoại giao (2004), *Chính sách đối ngoại của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*, http://www.mofahcm.gov.vn/vi/mofa/cs_doingoai/cs/ns040823163300, truy cập tháng 11/2019
16. Bộ Ngoại giao (2008), *Kỷ yếu hội thảo “Ngoại giao văn hoá vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế”*, NXB Thế giới, Hà Nội.
17. Bộ Ngoại giao (2009), *Sổ tay công tác ngoại vụ phần về Công tác Ngoại giao văn hoá*, truy cập ngày 8/9/2022 tại https://www.mofahcm.gov.vn/mofa/vd_quantam/nr190522100921/ns190522101150/newsitem_print_preview

18. Phạm Sanh Châu (2008), *Đề án “Ngoại giao văn hóa Việt Nam những khởi đầu thuận lợi để hướng tới tương lai”*, Cục văn hoá đội ngoại và UNESCO
19. Phạm Sanh Châu (2012), *Hoạt động ngoại giao văn hóa trong hai thập kỷ đầu thế kỷ XXI*, Cục văn hoá đội ngoại và UNESCO
20. Phạm Sanh Châu (2016), *Phòng vấn cá nhân*, 16/9/2016, Hà Nội
21. Công an thành phố Đà Nẵng (2018), “Việt Nam đã tiếp nhận 80 tỷ USD vốn ODA sau 25 năm”, *Công an thành phố Đà Nẵng*, 26/7/2018, truy cập ngày 4/3/2020 tại <https://cadn.com.vn/viet-nam-da-tiep-nhan-80-ty-usd-von-oda-sau-25-nam-post192865.html>
22. Cục hợp tác Quốc tế, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch (2015), *Trung tâm Văn hóa Việt Nam ở nước ngoài*, <http://icd.gov.vn/category/dic/viet-nam-cultural-centers-abroad/27.icd>, truy cập 3/2019
23. Đài phát thanh và truyền hình Hà Nội (2023), *Việt Nam hiện có bao nhiêu di sản được UNESCO công nhận?*, 18/7/2023, truy cập tháng 9/2023 tại <https://hanoionline.vn/viet-nam-hien-co-bao-nhieu-di-san-duoc-unesco-cong-nhan-182714.htm>
24. Đại sứ quán Việt Nam tại Vương quốc Liên hiệp Anh và Bắc Ailen (2016), *Đại hội X của Đảng với chính sách đối ngoại và hội nhập kinh tế quốc tế*, http://www.vietnamembassy-english.org/vi/nr070521165843/nr070521170410/news_object_view?newsPath=/vnemb.vn/tinkhac/ns060424103840, truy cập 11/2020
25. Đảng Cộng sản Việt Nam (1998), *Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội
26. Đảng Cộng sản Việt Nam (2012), *Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khóa XI*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội
27. Nguyễn Đức (2013), Câu chuyện “đĩ bất biến ứng vạn biến” của ngoại giao Việt Nam, *Tạp chí Công thương*, <http://tapchicongthuong.vn/cau-chuyen-di-bat-bien-ung-van-bien-cua-ngoai-giao-viet-nam-20130911091253640p7c419.htm>, truy cập 6/2019
28. Trần Văn Giàu (1980), *Giá trị truyền thống của dân tộc Việt Nam*, NXB Khoa học xã hội

29. Trần Thị Thu Hà (2012), “Ngoại giao văn hóa và vai trò của nó đối với chính trị Việt Nam từ 1986 đến nay”, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội* (28), tr.185-193
30. Nguyễn Văn Hải (2010), “Văn hóa, ‘sức mạnh nội sinh quan trọng của phát triển’”, *Nhân Dân Online*, <http://nhandan.com.vn/chinhtri/item/11118102-.html>, truy cập 11/2019
31. Lê Mậu Hãn (2011), *Các cương lĩnh Cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội
32. Vũ Dương Huân (2007), “Vài suy nghĩ về ngoại giao văn hoá”, *Tạp chí Nghiên cứu quốc tế* (4), tr.35-45
33. Vũ Dương Huân (2009), *Ngoại giao và công tác ngoại giao*, NXB Chính trị quốc gia
34. Lưu Hùng (2016), “Bảo tồn văn hóa công chiêng Tây Nguyên”, *Du Lịch Online*, <http://www.vtr.org.vn/bao-ton-van-hoa-cong-chieng-tay-nguyen.html>, truy cập 10/2019
35. Nguyễn Thái Yên Hương (2011), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam: Lý luận và thực tiễn thời kỳ hội nhập*, NXB Văn hóa Thông tin, Hà Nội
36. Trịnh Thúy Hương (2012), “Trao Đổi Văn Hóa với Nước Ngoài Giai Đoạn 1954-1975”, *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật* (336), tr.45-54
37. Lê Khăm (2016), “Tây Nguyên sau 10 năm bảo tồn không gian văn hóa công chiêng”, *Kon Tum online*, <http://www.kontum.gov.vn/tintuc/Lists/Posts/Post.aspx?List=2fa21aca-fe02-41ba-bc47-77d530847b32&ID=12755>, truy cập 11/2019
38. Phạm Gia Khiêm (2012), *Nền ngoại giao toàn diện Việt Nam trong thời kỳ hội nhập*, NXB Chính trị quốc gia
39. Hồ Trọng Lai (2008), Doanh nghiệp với việc xã hội hoá các hoạt động ngoại giao văn hoá, *Ngoại giao văn hoá - Vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế*, NXB Thế giới, tr.283-290
40. Vũ Tuyết Loan (2009), *Hợp tác văn hoá Việt Nam- ASEAN hướng tới một cộng đồng văn hoá - xã hội ASEAN*,

- http://www.hids.hochiminhcity.gov.vn/c/document_library/get_file?uuid=c18c25c1-23aa-4d62-ad18-d07e3e8470a9&groupId=13025, truy cập 3/2020
41. Hà Tùng Long (2016), “Công chiêng Tây Nguyên đã bớt “cháy máu” sau 10 năm thành di sản nhân loại”, *Dân Trí*, <http://dantri.com.vn/van-hoa/cong-chieng-tay-nguyen-da-bot-chay-mau-sau-10-nam-thanh-di-san-nhan-loai-20160320101153732.htm>, truy cập 8/2019
 42. Trần Thị Hoàng Mai (2016), *Phỏng vấn cá nhân*, 16/9/2016
 43. Vũ Anh Minh (2014), “Xây dựng chiến lược văn hóa đối ngoại Việt Nam đến năm 2020”, *Vietnam Plus*, <http://www.vietnamplus.vn/xay-dung-chien-luoc-van-hoa-doi-ngoai-viet-nam-den-nam-2020/275959.vnp>, truy cập 11/2019
 44. Hoàng Khắc Nam (2016), *Phỏng vấn cá nhân*, 30/8/2016, Hà Nội
 45. Phan Ngọc (1998), *Bản sắc Văn hóa Việt Nam*, NXB Văn hoá thông tin, Hà Nội
 46. Người Lao Động Online (2017), *Nhật hoàng thưởng thức Nhã nhạc cung đình Huế*, <http://nld.com.vn/thoi-su-trong-nuoc/nhat-hoang-thuong-thuc-nha-nhac-cung-dinh-hue-20170304134334935.htm>, truy cập 5/2020
 47. Nhân Dân Online (2008), “Việt Nam đóng góp tích cực, thể hiện tinh thần xây dựng và trách nhiệm trong sáu tháng đầu tiên là Ủy viên không thường trực HĐBA LHQ”, *Nhân dân online*, <http://www.nhandan.com.vn/chinhtri/item/10911602-.html?limitstart=15>, truy cập 11/2019
 48. Nhân Dân Online (2016), “Tăng cường hợp tác trong Cộng đồng Pháp ngữ”, *Nhân dân online*, <http://www.nhandan.com.vn/chinhtri/xa-luan/item/31366402-viet-tiep-ban-hung-ca-tuoi-sang.html>, truy cập 11/2019
 49. Nhiều tác giả (1995), *Từ điển Bách khoa Việt Nam*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội
 50. Nguyễn Dy Niên (2008), *Tư tưởng ngoại giao Hồ Chí Minh*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội
 51. Phạm Cao Phong (2010), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế*, Cục văn hoá đối ngoại và UNESCO
 52. Hoàng Phương (2012), “Tướng giỏi ngoại ngữ 'siêu đẳng' của nhà Trần”, *Dân Trí*, <http://dantri.com.vn/su-kien/tuong-gioi-ngoai-ngu-sieu-dang-cua-nha-tran-1353923583.htm>, truy cập 1/2020

53. Quân đội Nhân dân (2011), *Đường lối đối ngoại Đại hội XI và nhiệm vụ xây dựng và bảo vệ vững chắc Tổ quốc Việt Nam XHCN, Quân đội nhân dân*, <http://www.qdnd.vn/qdndsite/vi-vn/61/43/chinh-tri/duong-loi-doi-ngoai-dai-hoi-xi-va-nhiem-vu-xay-dung-va-bao-ve-vung-chac-to-quooc-viet-nam-xhcn/148639.html>, truy cập 11/2019
54. Quân đội nhân dân (2021), “Những công trình mang tên Bác trên khắp thế giới”, *Quân đội nhân dân* (30/5/2021), truy cập ngày 9/9/2022 tại <https://www.qdnd.vn/ky-niem-110-nam-ngay-bac-ho-ra-di-tim-duong-cuu-nuoc/tin-tuc/nhung-cong-trinh-mang-ten-bac-tren-khap-the-gioi-661092>
55. Sở Ngoại Vụ Bắc Giang (2015), *UBND tỉnh Bắc Giang gặp mặt Ngoại giao đoàn*, <http://songoai.vu.bacgiang.gov.vn/vi/ubnd-t%E1%BB%89nh-b%E1%BA%AFc-giang-g%E1%BA%B7p-m%E1%BA%B7t-ngo%E1%BA%A1i-giao-%C4%91o%C3%A0n>, truy cập 12/2019
56. Nguyễn Hồng Sơn (2008), “Giao lưu văn hoá và sự xích lại gần nhau giữa các nền văn hoá Đông-Tây trong thời đại ngày nay”, *Tạp chí Nghiên cứu lý luận* (2), tr.22-35
57. Tạp chí công thương (2013), “Câu chuyện ‘dĩ bất biến ứng vạn biến’ của ngoại giao Việt Nam”, *Tạp chí Công thương* truy cập ngày 30/6/2020 tại <http://tapchicongthuong.vn/cau-chuyen-di-bat-bien-ung-van-bien-cua-ngoai-giao-viet-nam-20130911091253640p7c419.htm>
58. Tạp chí cộng sản (2014), “Đối ngoại đa phương thế kỷ XXI và khuyến nghị chính sách với Việt Nam”, *Tạp chí cộng sản*, <http://www.tapchicongsan.org.vn/Home/PrintStory.aspx?distribution=28633&print=true>, truy cập 11/2019
59. Tin Tức (2016), “Đề tài văn hóa Việt Nam ở nước ngoài thật sự hiệu quả”, *Tin tức*, <http://baotintuc.vn/van-hoa/de-tai-van-hoa-viet-nam-o-nuoc-ngoai-that-su-hieu-qua-bai-1-20160720220722602.htm>, truy cập 3/2020
60. Lê Thanh (2015), “Việt Nam đã có quan hệ ngoại giao với hơn 185 nước”, *Tuổi trẻ online*, 27/8/1015 truy cập ngày 23/4/2022 tại <https://tuoitre.vn/viet-nam-da-co-quan-he-ngoai-giao-voi-hon-185-nuoc-959448.htm>

61. Dương Quốc Thanh (2019), *Phỏng vấn cá nhân*, 25/9/2019, Hà Nội
62. Hoàng Vinh Thành (2009), “Ngoại giao văn hoá: Bắt đầu từ khái niệm”, *Tạp chí Nghiên cứu quốc tế (1)*, tr.17-32
63. Trần Ngọc Thêm (1996), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam: Cái nhìn hệ thống - loại hình*, NXB Hồ Chí Minh
64. Ngô Đức Thịnh (2007), “Văn hóa dân gian và văn hóa dân tộc”, *Tạp chí Công sản*, <http://www.tapchicongsan.org.vn/Home/Nghiencuu-Traodoi/2007/2441/Van-hoa-dan-gian-va-van-hoa-dan-toc.aspx>, truy cập 4/2020
65. Thủ tướng chính phủ (2011), *Quyết định phê duyệt chiến lược ngoại giao văn hoá đến năm 2030*, Thủ tướng chính phủ, số 208/QĐ-TTg ngày 14/2/2011
66. Thủ tướng chính phủ (2015), *Quyết định phê duyệt chiến lược văn hoá đối ngoại đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030*, Thủ tướng chính phủ, số 210/QĐ-TTg ngày 8/2/2015
67. Thủ tướng chính phủ (2021), *Quyết định phê duyệt chiến lược ngoại giao văn hoá đến năm 2030*, Thủ tướng chính phủ, số 2013/QĐ-TTg ngày 30/11/2021
68. Nguyễn Phú Trọng (2016), “Ngoại giao “cây tre” phát huy quyền lực mềm của dân tộc Việt Nam”, *Lao động Online*, <https://laodong.vn/thoi-su/ngoi-giao-cay-tre-phat-huy-suc-manh-mem-cua-dan-toc-viet-nam-585826.bld>, truy cập 4/2019
69. UNESCO (2017), *Viet Nam*, <http://whc.unesco.org/en/statesparties/vn>, truy cập 11/2019
70. Nguyễn Thị Kim Vân, Phạm Thị Thuần (2011), “Không gian văn hóa cộng đồng trong cuộc hồi sinh”, *Phát triển Kinh tế - Xã hội Đà Nẵng*, <http://dised.danang.gov.vn/LinkClick.aspx?fileticket=QVvtKR1KCeI%3D&tabid=61>, truy cập 1/2020
71. Phong Vân (2015), “Đường dài hội nhập văn hóa”, *Nhân dân online*, <http://www.nhandan.com.vn/hangthang/chinh-tri/van-de-thang-nay/item/26159502-duong-dai-hoi-nhap-van-hoa.html>, truy cập 3/2020

72. Viện phát triển bảo hiểm Việt Nam (2009), *Ngoại giao văn hoá - chìa khóa của sự phát triển*, 13/1/2009, truy cập ngày 21/9/2022 tại https://mof.gov.vn/webcenter/portal/ttnctdbh/pages_r/l/chi-tiet-tin?dDocName=BTC333245
73. Phạm Thái Việt (2009), “Quan hệ công chúng và ngoại giao văn hóa”, *Tạp chí Nghiên cứu quốc tế* (78), tr.175-186
74. VOV (2016), “Toàn văn phát biểu của Tổng Bí thư tại Hội nghị ngoại giao lần thứ 29”, *VOV*, <http://vov.vn/chinh-tri/toan-van-phat-bieu-cua-tong-bi-thu-tai-hoi-nghi-ngoai-giao-lan-thu-29-542895.vov>, truy cập 11/2019
75. VOV (2008), “Ngoại giao Văn hóa- một trong ba trụ cột của Ngoại giao Việt Nam”, *VOV*, <http://vov.vn/chinh-tri/ngoai-giao-van-hoa-mot-trong-ba-tru-cot-cua-ngoai-giao-viet-nam-97586.vov>, truy cập 11/2019
76. VOV (2009), “Hà Nội kỷ niệm 10 năm được công nhận ‘Thành phố vì Hòa bình’”, *VOV*, <http://vov.vn/ha-noi-ngan-nam/ha-noi-ky-niem-10-nam-duoc-cong-nhan-thanh-pho-vi-hoa-binh-125310.vov>, truy cập tháng 9/2019
77. Trọng Vũ (2016), “Con đường từ trái tim đến trái tim”, *Báo Quốc tế*, <http://baoquocte.vn/con-duong-tu-trai-tim-den-trai-tim-31444.html>, truy cập tháng 11/2019
78. Nguyễn Thị Thùy Yên (2010), “Ngoại giao văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế”, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật* (311), tr. 3-7
79. Nguyễn Thị Thùy Yên (2016), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam với ASEAN trong thời kỳ hội nhập*, Luận án Tiến sĩ Văn hoá học, Trường Đại học Văn hoá, Hà Nội.
80. Lý Thị Hải Yến, Trần Thị Hương (2020), “Ngoại giao văn hoá Việt Nam: Một thập niên nhìn lại”, *Tạp chí cộng sản*, <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/quoc-phong-an-ninh-oi-ngoai1/-/2018/817244/ngoai-giao-van-hoa-viet-nam--mot-thap-nien-nhin-lai.aspx> truy cập 10/2020

Tiếng Anh

81. Akagawa, N. (2014), *Heritage Conservation and Japan's Cultural Diplomacy: Heritage, National Identity and National Interest*, London: Routledge
82. Alliance Francaise (2023), website của Alliance Francaise accessed on 20/3/2023 at <https://www.af.org.au/about/alliance-francaise-network/#:~:text=The%20Alliance%20Fran%C3%A7aise%20Network,people%20all%20over%20the%20globe.>
83. Anand R. P. (1981), *Cultural Factors in International Relations*, New Delhi: Abhinav Publications
84. Auslin, M. (2014), “Why U.S. Should Embrace Vietnam”, *The Diplomat*, <http://thediplomat.com/2012/04/why-u-s-should-embrace-vietnam/>, accessed 11/2019
85. Blumenthal A. (1940), A New Definition of Culture, *American Anthropologist* (42), pp.571-586
86. Bound, K. (2007), *Culture is a central component of international relations. It's time to unlock its full potential*, London: Demos
87. Bristish Council (2023), website của Bristish Council accessed 20/3/2023 at <https://england.britishcouncil.org/about>
88. Drifte, R. (1990), *Japan's Foreign Policy*, London: Routledge
89. Embassy of the Socialist Republic of Vietnam in the United States of America (2022), *Foreign Policy*, <http://vietnamembassy-usa.org/vietnam/foreign-policy>, accessed 11/2019
90. France Diplomatie (2020), *The Institut Français and the Alliance Française, promoting French culture overseas*, <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/france-s-overseas-cultural-and-cooperation-network/article/the-institut-francais-and-the>, accessed 11/2019
91. Gienow-Hecht J. C. E., Schumacher F. (2004), *Culture and International History*, Berghahn Books
92. Gienow-Hecht J. C. E., Mark C. Donfried, (2010), *Searching for a Cultural Diplomacy*, Berghahn Books, New York

93. Global Investment & Business Center (2008), *Vietnam Diplomatic Handbook*, International Business Publications, USA
94. Goff, P. M. (2013), “Cultural Diplomacy”, *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford: Oxford University Press
95. Hayden C. (2012), *The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts*, Lanham: Lexington Books
96. Haynes, J. (2006), “Religion and international relations after ‘9/11’”, *Democratization* (12/3)
97. Institute for Cultural Diplomacy (2021), *What is cultural diplomacy? What is soft power?*,
http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy__ accessed 11/2020
98. Joseph S. Nye (2009), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs
99. Kang, H. (2013) *Reframing Cultural Diplomacy: International Cultural Politics of Soft Power and the Creative Economy*,
<http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-08-loam/Reframing-Cultural-Diplomacy-International-Cultural-Politics-of-Soft-Power-and-the-Creative-Economy-Hyungseok-Kang.pdf>, accessed 1/2020
100. Kerry J. (2010), “Normalization at Fifteen: Progress and Promise”, *Embassy of the United States, Hanoi Vietnam*, <http://vietnam.usembassy.gov/15ann-johnkerry0710.html>, accessed 7/2019
101. Kielburger, C., Kielburger, M. (2017), “Culinary Diplomacy Is A Recipe For Breaking Barriers In Politics”, *HuffPost*, http://www.huffingtonpost.ca/craig-kielburger/culinary-diplomacy-is-a-recipe-for-breaking-barriers-in-politics_a_23040025/, accessed 8/2019
102. Kim H. (2011), *Cultural Diplomacy as the Means of Soft Power in an Information Age*,
http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/Hwajung_Kim_Cultural_Diplomacy_as_the_Means_of_Soft_Power_in_the_Information_Age.pdf, accessed 6/2020

103. Kitsou S. (2011), *The Power of Culture in Diplomacy: The Case of U.S. Cultural Diplomacy in France and Germany*, *Power of Culture*, http://www.exchangediplomacy.com/wp-content/uploads/2011/10/3.-Sofia-Kitsou_The-Power-of-Culture-in-Diplomacy-The-Case-of-U.S.-Cultural-Diplomacy-in-France-and-Germany.pdf, accessed 10/2019
104. Klavins D. (2011), “Understanding the Essence of Modern Diplomacy”, *The ICD Annual Academic Conference on Cultural Diplomacy 2011: Cultural Diplomacy and International Relations; New Actors; New Initiatives; New Targets (Berlin, 15-18/12/2011)*, <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-12-cdac/Understanding-the-Essence-of-Modern-Diplomacy-Didzis-Klavins.pdf>, accessed 9/2019
105. Knick S. (2011), “Traditional Culture and Modern Culture: Man's Fall from Grace”, *The Huffington Post*, http://www.huffingtonpost.com/stanley-knick/traditional-culture-and-m_b_655992.html, accessed 6/2019
106. Laos N. K. (2011), *Foundations of Cultural Diplomacy: Politics Among Cultures and the Moral Autonomy of Man*, Algora Publishing
107. Lee E. (2021), *Confucius Institutes: China's Trojan horse*, truy cập ngày 20/3/2023 tại <https://www.heritage.org/homeland-security/commentary/confucius-institutes-chinas-trojan-horse>
108. Magalhães J. C. (1988), *The Pure Concept of Diplomacy*, Westport: Greenwood Publishing Group
109. Milton C. Cummings, Jr. (2003), *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*, Center for Arts and Culture
110. Ministry of Foreign Affairs of Japan (2017), *Pop-Culture Diplomacy*, <http://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>, accessed 7/2019
111. Ministry of Foreign Affairs of the Kingdom of Thailand (2017), *The Ministry of Foreign Affairs of the Kingdom of Thailand and the Foundation of Islamic*

- Centre of Thailand co - hosted the Iftar Dinner at the Foundation of Islamic Center of Thailand*, <http://www.mfa.go.th/main/en/news3/6885/78234-The-Ministry-of-Foreign-Affairs-of-the-Kingdom-of.html>, accessed 7/2019
112. Ministry of Foreign Affairs of the Kingdom of Thailand (2013) *Annual Report*, <http://www.mfa.go.th/main/contents/files/policy-20150128-145733-821455.pdf>, accessed 11/2019
113. Nye J. S. (2004a), *The Benefits of Soft Power*, <http://hbswk.hbs.edu/archive/4290.html>, accessed 9/2019
114. Nye J. S. (2004b), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: PublicAffairs
115. Nye J. S. (2011), *The Future of Power*, New York: PublicAffairs
116. Ogoura, K., (2004), *Japan's Cultural Diplomacy, Past and Present*, http://www.jripec.aoyama.ac.jp/english/publication/pdf/japans_cultural_diplomacy.pdf, accessed 10/2019
117. Osgood, K. A. (2010), *The United States and Public Diplomacy: New Directions in Cultural and International History*, Leiden: Koninklijke Brill NV
118. Pigman, G. (2010), *Contemporary Diplomacy*, Cambridge: Polity Press
119. Ratih Indraswari (2015), "Cultural Diplomacy in ASEAN: Collaborative Efforts", *International Journal of Social Science and Humanity* (5/4), <http://www.ijssh.org/papers/487-V10010.pdf>, accessed 4/2020
120. Ri Song Hwan (2012), *Korea in the 21st Century*, Seoul Cultural Publishers, Seoul
121. Robertua, V., (2013), "Where is ASEAN cultural diplomacy?", *The Jakarta Post*, <http://www.thejakartapost.com/news/2013/06/14/where-asean-cultural-diplomacy.html>, accessed 4/2020
122. Ryan E. (2016), "The connectivity of culture: Innovating in cultural diplomacy", *Harvard International Review* (37/2), pp. 23-34
123. Samuel P. Huntington (2007), *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, New York: Simon and Schuster

124. Schein E. H. (2010), *Organizational Culture and Leadership*, San Francisco: John Wiley & Sons
125. Schneider C. P. (2004), “Culture Communicates: US Diplomacy that works”, *Discussion Papers in Diplomacy, Netherlands Institute of International Relations “Clingendael”*,
http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20040300_cli_paper_dip_issue94.pdf, accessed 9/2020
126. Seib P. (2009), *Toward a new public diplomacy: redirecting U.S. foreign policy*, New York: Palgrave Macmillan
127. Smith, L. and Akagawa, N. (2009), *Intangible Heritage*, London and New York: Routledge
128. Snow N., Taylor P. M. (2008), *The Routledge Handbook of Public Diplomacy*, New York: Routledge
129. Solomodinis V. (2012), *Cultural diplomacy, does it work?*,
<https://www.ditchley.com/past-events/past-programme/2010-2019/2012/cultural-diplomacy>, accessed 9/2020
130. Sonenshine T. (2013), *The Role of Public Diplomacy in Countering Violent Extremism*, US Department of States,
<http://www.state.gov/r/remarks/2013/206708.htm>, accessed 9/2020
131. Sprinz, D., F. and Wolinsky-Nahmias, Y. (2004), *Models, Numbers, and Cases: Methods for Studying International Relations*, University of Michigan Press
132. The Economist (2002), “Thailand's gastro-diplomacy”, *The Economist*,
<http://www.economist.com/node/999687>, accessed 10/2020
133. The Government Public Relations Department of the Kingdom of Thailand (2014), *Thailand, Kitchen of the world*,
<http://thailand.prd.go.th/ebook2/kitchen/intro.html>, accessed 6/2020
134. TIR (2014), *Thailand: Feeding the World*,
http://www.boi.go.th/tir/issue/201408_24_8/42.htm, accessed 12/2019
135. Tylor E.B (1939), *The Relations Between Culture, Human Social Interaction, Personality and History*, p.10

136. U.S. Department of State (2005), *Cultural Diplomacy: The Linchpin of Public Diplomacy*, <https://2009-2017.state.gov/pdcommission/reports/54256.htm>, accessed 6/2020
137. UNESCO (1982), *Mexico City Declaration on Cultural Policies*, World Conference on Cultural Policies, Mexico City, 26 July - 6 August 1982, http://webarchive.unesco.org/20170204034755/http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf, accessed 6/2019
138. UNESCO (2002), *Universal Declaration on Cultural Diversity*, <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162e.pdf>, accessed 6/2019
139. Vietnam Pictorial (2016), “Diplomats emphasise importance of cultural diplomacy”, *Vietnam Pictorial*, <http://vietnam.vnnet.vn/english/diplomats-emphasise-importance-of-cultural-diplomacy/259051.html>, accessed 6/2020
140. VOV (2017), “Cultural diplomacy promotes Vietnam’s soft power”, *VOV*, <http://english.vov.vn/culture/cultural-diplomacy-promotes-vietnams-soft-power-340626.vov>, accessed 7/2019
141. Waller J. M. (2007), *The Public Diplomacy Reader*, Washington: The Institute of World Politic Press
142. Waller J. M. (2009), *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare*, Washiongton DC: Institue of World Politics Press
143. Wang Jianwei (2005), China’s Multilateral Diplomacy in the New Millenium, *China Rising: Power and Motivation in Chinese Foreign Policy*, Lanham: Rowman&Littlefield, pp.159-200
144. Wilcox, W. (2010), *Vietnam and the West: New Approaches*, New York: Cornell Southeast Asia Program Publications
145. Zhou, J. (2016), “Culture Dialogue Can be Effective by Action Rather Than Words”, *Berlin Global*, <http://www.berlinglobal.org/index.php?cultural-diplomacy-when-it-is-encouraged-and-achieved-it-is-powerful>, accessed 11/2019

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1: BẢNG HỎI VÀ DANH SÁCH PHÒNG VẤN

Bản kế hoạch thảo luận được sử dụng trong quá trình phỏng vấn và trao đổi với các chuyên gia, và những người liên quan. Nó được thiết kế và thực hiện riêng biệt với từng nhóm đối tượng phỏng vấn khác nhau. Một số câu hỏi điển hình như sau:

- Đối với nhóm quan chức chính phủ, những người liên quan đến việc hoạch định chính sách và trực tiếp tham gia tổ chức, điều phối, và quản lý các hoạt động ngoại giao văn hóa
 - o Chính sách về ngoại giao văn hóa của Việt Nam gồm những nội dung chính gì? Cơ chế hoạt động như thế nào? Nguồn ngân sách?
 - o Vai trò của ngoại giao văn hóa trong chính sách ngoại giao của Việt Nam là gì? Vì sao? Định hướng đối với ngoại giao văn hóa những năm gần đây thay đổi như thế nào?
 - o Ưu thế của Việt Nam trong việc thực hiện chính sách ngoại giao văn hóa so với các nước khác là gì? Vì sao?
 - o Cơ sở lựa chọn các hoạt động/ nội dung các hoạt động của ngoại giao văn hóa Việt Nam là gì? Vì sao? Có sự khác biệt nào giữa những loại hình được UNESCO công nhận và những loại hình khác không? Khác biệt như thế nào? Do đâu có những khác biệt này?
 - o Những thuận lợi và khó khăn cho các hoạt động ngoại giao văn hóa hiện nay của Việt Nam là gì? Vì sao?
 - o Việt Nam đã và đang chú trọng đến những khu vực/ quốc gia nào cho các hoạt động ngoại giao văn hóa? Vì sao? Thuận lợi và khó khăn tại những địa điểm này là gì?
- Đối với nhóm các nhà nghiên cứu chuyên sâu về quan hệ quốc tế và ngoại giao văn hóa
 - o Cơ sở xây dựng ngoại giao văn hóa Việt Nam?
 - o Vai trò của ngoại giao văn hóa trong chính sách ngoại giao của Việt Nam là gì? Vì sao? Định hướng đối với ngoại giao văn hóa những năm gần đây thay đổi như thế nào?

- Chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam đóng vai trò như thế nào trong chính sách ngoại giao khu vực và ngoại giao đa phương?
- Phương hướng/ Biện pháp đẩy mạnh hoạt động ngoại giao văn hóa Việt Nam?

Danh sách phỏng vấn

1. Hoàng Khắc Nam, Trưởng khoa Quốc tế học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ngày 30/8/2016, Hà Nội
2. Trần Thị Hoàng Mai, Phó Vụ trưởng Vụ Văn hoá đối ngoại và UNESCO, Bộ Ngoại giao, ngày 16/9/2016, Hà Nội
3. Phạm Sanh Châu, Vụ trưởng Vụ Văn hoá đối ngoại và UNESCO, Bộ Ngoại giao, ngày 16/9/2016, Hà Nội
4. Dương Quốc Thanh, Vụ trưởng Vụ Ngoại giao văn hoá và UNESCO, Bộ Ngoại giao, ngày 25/9/2019, Hà Nội
5. Lê Thanh Bình, Nguyên trưởng khoa Truyền thông và văn hoá đối ngoại, Học viện Ngoại giao, ngày 16/10/2019, Hà Nội

**PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH CÁC HOẠT ĐỘNG NGOẠI GIAO VĂN HOÁ
CỦA VIỆT NAM TỪ 2009-2020**

(Nguồn *Báo Thế giới và Việt Nam* và website unesco.org)

Thời gian	Sự kiện	Cơ quan tổ chức	Nguồn
2008			
15-16/10	Phó Thủ tướng Chính phủ kiêm Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm phát động toàn Ngành lấy năm 2009 là Năm Ngoại giao văn hoá tại Hội thảo quốc gia về " <i>Ngoại giao văn hoá vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế, phục vụ hoà bình, hội nhập và phát triển bền vững</i> "	Bộ Ngoại giao và UNESCO	
2009			
26/5	UNESCO công nhận Khu dự trữ sinh quyển thế giới Mũi Cà Mau và Cù Lao Chàm	UNESCO	
31/7	Mộc bản triều Nguyễn là di sản tư liệu thế giới đầu tiên tại Việt Nam do UNESCO công nhận	UNESCO	
30/9	Dân ca Quan họ được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại	UNESCO	
1/10	Ca trù được UNESCO công nhận là di sản văn hoá phi vật thể đại diện của nhân loại	UNESCO	

14/10	Việt Nam được bầu vào Hội đồng Chấp hành của UNESCO lần thứ ba	UNESCO	
2010			
9/3	82 bia Tiến sỹ Văn miếu Quốc Tử Giám các khoa thi thời Lê Mạc đạt danh hiệu Di sản tư liệu thuộc Chương trình Ký ức thế giới cấp Quốc tế	UNESCO	
1/8	Hoàng Thành Thăng Long đã được UNESCO công nhận là di sản văn hóa thế giới	UNESCO	
16/10	Hội Gióng tại đền Sóc và đền Phù Đổng, Hà Nội được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại	UNESCO	
2011			
	Dựng tượng và khu tưởng niệm Hồ Chí Minh tại Singapore và Philippines; khảo sát khu tưởng niệm, dựng tượng ở Argentina và Thái Lan		
14/2	Thủ tướng chính phủ phê duyệt Chiến lược NGVH đến năm 2020		
27/6	Thành nhà Hồ được UNESCO công nhận là Di sản Văn hoá thế giới	UNESCO	
29/6	Khu Dự trữ sinh quyển Đồng Nai được UNESCO công nhận là Khu Dự trữ sinh quyển thứ 580 của thế giới và là Khu Dự trữ sinh quyển thứ 08 tại Việt Nam	UNESCO	

24/11	Hát Xoan được UNESCO công nhận là di sản phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp	UNESCO	
2012			
16/5	Kho mộc bản kinh Phật chùa Vĩnh Nghiêm (Bắc Giang) được UNESCO công nhận là di sản tư liệu khu vực châu Á - Thái Bình Dương	UNESCO	
11-30/7	Trại hè Việt Nam 2012 - chủ đề “Về miền đất đỏ”	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 292/2012 tr. 15
15-23/9	Tuần lễ văn hóa Việt Hàn - Kỷ niệm 20 năm ngoại giao tại Bà Rịa - Vũng Tàu		Số 303 tr.21
25-30/9	Tuần văn hóa Việt Nam tại Phnom Penh	Bộ Văn hoá	Số 305 tr.21
29/9-5/10	Tuần lễ văn hóa Việt Nam tại Brussels		Số 306 tr.21
10-12/11	Festival cảng biển quốc tế lần 1 tại Vũng Tàu		Số 295/2012 tr.21
6/12	Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể	UNESCO	
2013			
3/1	Triển lãm Hội họa Việt Nam tại Đại sứ quán Đan Mạch lần 1 - Quảng bá tác phẩm của nghệ sỹ	Đại sứ quán Đan Mạch	Số 7/2014 tr.21

	Việt Nam tới bạn bè trong nước và quốc tế/ Treo tranh tại các vị trí thuận lợi (sảnh, hành lang phòng lễ tân phòng văn hóa phòng đại sứ, phó đại sứ, không gian công cộng)		
11/5	Festival văn hóa Việt Nam tại Volgograd		Số 20/2013 tr.15
17/5	Tuần lễ ẩm thực và văn hóa nghệ thuật Việt Nam tại Jakarta		Số 22/2013 tr.21
22-23/6	Vietnam Open Festival - Lễ hội Việt Nam tại London		Số 23/2013 tr.15
14/6-3/8	Những ngày Việt Nam tại Venice - Nhân 40 năm quan hệ		Số 28/2013 tr. 21
3-22/7	Triển lãm "Việt Nam - Bốn Mùa" Của 9 họa sỹ và 1 nhiếp ảnh gia nhân 40 năm kỷ niệm Quan hệ với Úc tại Perth, Fremantle, Mandurah	Lãnh sự quán Việt Nam	Số 29/2013 tr/13
11-30/7	Trại hè Việt Nam lần 10		Số 27/2013 tr.15
26/7	Tiễn lãm "Hướng về phía Đông: Việt Nam" tại Minsk	Đại sứ quán Việt Nam tại Belarus	Số 31/2013 tr.21
29/8	Triển lãm Hội họa Việt Nam tại Đại sứ quán Đan Mạch lần 2		Số 7/2014 tr.21
7/9	Vietnam Discovery Day - Ngày khám phá Việt Nam - Nhân 40 năm quan hệ Việt-Anh và Bắc Ireland tại Edinburgh		Số 34/2013 tr.15

23/9	Triển lãm di sản thiên nhiên văn hóa Việt Nam - Trong khuôn khổ vận động quốc tế ủng hộ Việt Nam ứng cử vào Hội đồng di sản Liên hợp quốc nhiệm kì 2014-2016 tại Maputo	Đại sứ quán Việt Nam	Số 39/2013 tr.15
22/10-31/11	Những ngày Việt Nam - Nhân kỷ niệm 40 năm quan hệ Việt-Italia tại Milan		Số 43/2013 tr/13
5/12	Đòn ca tài tử Nam Bộ được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể	UNESCO	
2014			
Tháng 1	Khởi công Khu lưu niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh - trong khuôn viên Làng hữu nghị Thái Việt nhân 125 năm ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Phichit		Số 1/2014 tr. 15
23/1	Xuân quê hương "Lạc Hồng vinh hiển" tại Hà Nội	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 2/2014 tr.15
14/2	Khai mạc "Năm Việt Nam tại Pháp"		Số 45/2014 tr.15
Tháng 3-7	Triển lãm Hội họa Việt Nam tại Đại sứ quán Đan Mạch lần 3	Đại sứ quán Đan Mạch	Số 7/2014 tr.21
8/3	Lễ hội ẩm thực Việt Nam và bạn bè đoàn ngoại giao tại Hà Nội	Cục phục vụ ngoại giao đoàn	Số 11/2014 tr. 20

10-22/3	Triển lãm "Hà Nội hóa thạch" của họa sỹ Vương Văn Thạo tại Đại sứ quán Italy tại Việt Nam	Đại sứ quán Italy tại Việt Nam	Số 11/2014 tr. 21
15/3	Lễ tôn vinh vai trò của phụ nữ trong xã hội và quảng bá giới thiệu văn hóa ẩm thực Việt Nam tại Perth	Tổng Lãnh sự quán Việt Nam ở Perth	Số 12/2014 tr.15
12-20/4	Festival Huế 2014 - trong khuôn khổ chương trình Giao lưu văn hoá Đông Á-Mỹ Latinh	Bộ Ngoại giao	Số 11/2014 tr. 21
26/4	Triển lãm "Nghệ thuật Việt Nam trên đất Czech"/Ngày văn hóa Việt Nam tại Prague	Đại sứ quán Việt Nam	Số 18/2014 tr.15
28/4	Lễ phát hành bộ tem Hồ Chí Minh tại Sri Lanka	Bộ bưu chính Sri Lanka	Số 18/2014 tr.13
26/4-3/5	Triển lãm ảnh báo chí và Tuần phim "40 năm quan hệ việt nam pháp và Việt Nam" Điểm hẹn thế giới"	Trung tâm Văn hoá Việt Nam tại Pháp	Số 18/2014 tr.13
14/5	Châu bản triều Nguyễn của Việt Nam được UNESCO công nhận là Di sản tư liệu Chương trình Ký ức thế giới Khu vực châu Á - Thái Bình Dương	UNESCO	
23/6	Quần thể danh thắng Tràng An được UNESCO công nhận là di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới	UNESCO	

8-27/7	Trại hè Việt Nam 2014 - Chủ đề “Biển đảo quê hương tôi” - tham quan danh lam thắng cảnh Việt Nam của các kiều bào trẻ tuổi	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 27/2014 tr.15
10-19/10	Tuần Văn hóa Việt Nam tại Hainaut	Trung tâm Văn hoá Silly	Số 42/2014 tr.21
27/11	Dân ca ví, giặm Nghệ Tĩnh được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể	UNESCO	
13/12	Ngày Văn hoá Việt Nam tại Italy	Cassino	Số 51/2014 tr.15
2015			
12-26/1	Tuần văn hóa Việt Nam - Khắc họa văn hóa Việt với công nghệ tây nguyên, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ tại Rome	Bộ Văn hoá và Đại sứ quán Việt Nam ở Italy	Số 3/2015. tr.15
24/1	Liên hoan ẩm thực quốc tế tại Hà Nội	Cục phục vụ ngoại giao đoàn	Số 5/2015, tr.20
7-8/2	Xuân quê hương tại TP. Hồ Chí Minh	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 6/2015, tr.15
6/3	Giao lưu giữa các nữ Đại sứ, Đại biện, Trưởng Đại diện tổ chức quốc tế và Phu nhân Đại sứ, Đại biện, trưởng đại diện tổ chức quốc tế tại Hà Nội cùng một số đại diện các đơn vị trong Bộ Ngoại giao nhân ngày Quốc tế Phụ nữ tại Bắc Ninh		Số 35+36/2015, tr.19

14-17/5	Ngày Việt Nam tại Bratislava - Kỷ niệm 65 năm quan hệ	Đại sứ quán và Bộ Văn hoá	Số 21/2015 tr.15
19/5	Learning about Vietnam session - Ngày tìm hiểu về Việt Nam tại Hà Nội	Vụ Văn hoá đối ngoại và UNESCO	Số 21/2015 tr.5
24-30/5	Triển lãm ảnh "Việt Nam ngày nay" - Kỷ niệm ngày sinh Hồ Chí Minh và 40 năm quan hệ tại Tehran	Đại sứ quán Việt Nam tại Tehran	Số 22/2015 tr.15
9/6	Khu dự trữ sinh quyển Langbiang được UNESCO công nhận là Khu dự trữ sinh quyển thế giới thứ 9 của Việt Nam	UNESCO	
15/6	Ra mắt Câu lạc bộ Đại sứ Ẩm thực là nơi để các đại sứ giới thiệu, quảng bá ẩm thực của nước mình tại Hà Nội	Vụ Văn hoá Đối ngoại và UNESCO	Số 25/2015, tr.12
18-19/7	Trại hè Việt Nam chủ đề "Tự hào Việt Nam"	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 30/2015, tr.15
12-13/9	Lễ hội "Khám phá Việt Nam" - Kỷ niệm 5 năm quan hệ đối tác chiến lược Việt-Anh tại London	Đại sứ quán Việt Nam tại Anh	Số 38/2015, tr.15
11/9	Đêm nhạc "Hà Nội xưa và nay" - Kỷ niệm 70 Quốc khánh Việt Nam tại Pháp tại Paris	Đại sứ quán Việt Nam tại Pháp	Số 38/2015, tr.15
25/10	Ngày Văn hóa Việt Nam - Triển lãm ảnh, video giới thiệu về Việt Nam, trình diễn áo dài, các điệu múa và trò chơi dân gian tại Cassino	Đại sứ quán Việt Nam ở Italy	Số 44/2015, tr.15

25-29/11	Lễ hội văn hóa trà và văn hóa ASEAN - Các nước trung bày, trình diễn sản phẩm thủ công mỹ nghệ gắn với các nước ASEAN, trình diễn pha trà, thưởng trà và văn hóa mỗi quốc gia tại Thái Nguyên	Bộ Ngoại giao	Số 47/2015, tr.21
2/12	Nghi lễ Kéo co ở Việt Nam được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể đa quốc gia đại diện của nhân loại	UNESCO	
5/12	Liên hoan ẩm thực lần 3 tại Hà Nội	Cục phục vụ ngoại giao đoàn	Số 49/2015, tr.13
2016			
26-28/2	Khám phá đạo Mẫu, đạo Thiên chúa, đạo Phật do Ủy ban QG UNESCO Việt Nam phối hợp với lãnh đạo các tỉnh tổ chức nhằm quảng bá văn hóa, lịch sử và tín ngưỡng của người Việt Nam cho các đại sứ và cán bộ ngoại giao của Đại sứ quán tại Nam Định, Ninh Bình	Ủy ban quốc gia về UNESCO Việt Nam	Số 9/2016, tr.1
3/4	"Ngày Phở Việt" tại Mexico City	Đại sứ quán Việt Nam ở Mexico	Số 14/2016, tr.15
17/5	Lễ kỷ niệm 126 năm ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Pretoria, Nam Phi	Đại sứ quán Việt Nam ở Nam Phi	Số 20/2016 tr.15

21/5	Thơ văn trên kiến trúc cung đình Huế thuộc Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế và Mộc bản trường Phúc Giang tỉnh Hà Tĩnh được UNESCO công nhận là di sản tư liệu khu vực châu Á - Thái Bình Dương	UNESCO	
2/6	Learning about Vietnam session - Ngày tìm hiểu về Việt Nam tại Hà Nội	Bộ Ngoại giao	Số 23/2016, tr. 13
10-23/7	Trại hè Việt Nam 2016 - “Tuổi trẻ kiêu bào với di sản văn hóa dân tộc” tại Hà Nội, Quảng Ninh, Nghệ An, Quảng Trị, Huế, Quảng Nam, Quảng Ngãi và Đà Nẵng	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 30/2016, tr.7
2-3/9	Triển lãm ảnh và giới thiệu phim với chủ đề "Vẻ đẹp biển đảo và quê hương Việt Nam" - Kỷ niệm Quốc khánh Việt Nam và 66 năm quan hệ Việt-Hung tại Budapest	Đại sứ quán Việt Nam ở Hungary	Số 35/2016, tr.13
1/12	UNESCO công nhận “Thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu Tam phủ của người Việt” là di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại	UNESCO	
2017			
20/1	Xuân Quê hương 2017 - chủ đề "Thành phố mang tên Bác - Khát vọng ngời sáng" tại TP. Hồ Chí Minh	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 1/2017 tr.7

18-30/7	Trại hè Việt Nam 2017 - chủ đề Tuổi trẻ kiêu bào tự hào về đất phương nam	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 27/2018, tr.7
30/10	Châu bản triều Nguyễn chính thức được UNESCO công nhận là di sản tư liệu thế giới	UNESCO	
7/12	Nghệ thuật Bài chòi Trung bộ đã được UNESCO vinh danh là Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại	UNESCO	
10/12	Liên hoan Âm thực quốc tế 2017 tại Hà Nội	Cục Phục vụ ngoại giao đoàn	Số 6+7+8/2018, tr.46
2018			
25/1	Learning about Vietnam session - Ngày tìm hiểu về Việt Nam tại Hà Nội	Vụ Ngoại giao Văn hoá và UNESCO	Số 5/2018 tr.4
7/2	Xuân Quê hương 2018 - chủ đề "Việt Nam rạng ngời tương lai" tại Hà Nội	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 5/2018 tr.7
10/3	Chương trình "Du xuân hữu nghị năm 2018" - Đại biểu quốc tế và nhân dân dân tộc ở Thái Nguyên: thăm bảo tàng Văn hoá các dân tộc Việt Nam, Không gian Văn hoá Trà và Làng trà sinh thái		Số 11/2018 tr.12

12/4	UNESCO công nhận Công viên địa chất non nước cao Bằng là Công viên địa chất toàn cầu	UNESCO	Số 15/2018 tr.1
4/5	"Về cùng nước Việt" đêm thơ do Ban Dự án Ngày quốc tế Việt Nam toàn cầu khởi xướng và tổ chức tại Đức		Số 19/2018 tr.7
30/5	Hoàng hoa sứ trình đồ là Di sản Tư liệu của Chương trình Ký ức Thế giới khu vực châu Á - Thái Bình Dương của UNESCO	UNESCO	Số 52/2018 tr.7
11-15/9	Tuần Văn hóa Việt Nam - Thực hiện kế hoạch hợp tác Văn hoá Nghệ thuật giữa Việt Nam và Campuchia giai đoạn 2018-2022 tại Phnong Penh	Bộ văn hóa	Số 37/2018 tr.7
7/12	UNESCO công nhận "Nghệ thuật Bài Chòi Trung bộ Việt Nam" là Di sản Văn hoá phi vật thể đại diện của nhân loại	UNESCO	
10-25/7	Trại hè Việt Nam 2018 - chủ đề "15 năm nối vòng tay lớn"	Ủy ban nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 27/2018, tr.7
9/12	Lễ hội ẩm thực quốc tế 2018 tại Hà Nội	Cục phục vụ ngoại giao đoàn	Số 50/2018, tr.15

19/12	Đêm Văn hóa Việt Nam với chủ đề "Đà Nẵng - Vẻ đẹp Phương Đông" tại Qatar	Đại sứ quán Việt Nam tại Qatar phối hợp với Làng Việt Nam Katara, Qatar Airways và Trung tâm Xúc tiến du lịch Đà Nẵng	Số 5+6+7/2019, tr.48
28/12	Ra mắt phim "Đền Hùng linh thiêng cội nguồn" - Kết hợp ảnh tư liệu xưa và nay về lễ hội Đền Hùng, tái hiện mô tả nghi thức cổ bằng đồ họa, ngôn ngữ tiếng Anh, hình ảnh các đại sứ, đoàn việt kiều, vv vào phim tại Phú Thọ	Sở ngoại vụ Phú Thọ chủ trì, phối hợp với sở văn hóa, ban quản lý khu di tích lịch sử đền Hùng	Số 5+6+7/2019, tr.33
2019			
24/1	Learning about Vietnam session - Ngày tìm hiểu về Việt Nam tại Hà Nội	Bộ Ngoại giao	Số 2/2019, tr.7
26/1	Xuân Quê hương 2019 tại Hà Nội	Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài	Số 2/2019, tr.7
Tết kỷ hội 2019	Khai trương "quán café kiều Hà Nội - Caffee Việt" tại khuôn viên Văn phòng lãnh sự danh dự tại thành phố Turin	Lãnh sự danh dự Việt Nam tại Turin, TT Khoa học văn hóa Italy-Việt Nam (POLO), Phòng xúc tiến thương Mại Italy-Việt Nam	Số 8/2019, tr.7

16/4	Hội đồng chấp hành UNESCO lần thứ 206 tại Paris thông qua Hồ sơ kỷ niệm 650 năm ngày mất danh nhân Chu Văn An	UNESCO	Số 16/2019. tr.2
5/6	Lễ kỷ niệm 100 năm Phong trào Việt Kiều yêu nước và Hội nghị người Việt Nam tại Pháp - Trao Huân chương Độc lập hạng Nhất cho Hội người Việt Nam tại Pháp ở Paris		Số 25+26/2019, tr.8
11-25/8	Khoá tập huấn giảng dạy tiếng Việt cho người Việt Nam ở nước ngoài, tham quan các di tích lịch sử và văn hoá tại một số tỉnh tại Hà Nội và một số tỉnh phía Bắc	Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài, Bộ Giáo dục và Đào tạo	Số 33/2019, tr.7
27-30/9	Tuần văn hoá Việt Nam - Hoạt động văn nghệ, biểu diễn ca khúc về Việt Nam và kết hợp giữa Việt Nam-Myanmar, Kỷ niệm 2 năm quan hệ hợp tác toàn diện giữa hai nước tại Yangon		Số 40/2019, tr.13
29/10	Hội thảo quốc tế "Di sản Hồ Chí Minh với ngoại giao văn hoá Việt Nam trong giai đoạn mới" tại Nghệ An	Bộ Ngoại giao	Số 43/2019, tr.3
13/12	Thực hành Then của đồng bào dân tộc Tày - Nùng - Thái được UNESCO ghi danh là di sản văn hóa phi vật thể đại diện nhân loại	UNESCO	

2020			
18/1	Chương trình "Xuân quê hương 2020" tại Hà Nội, Bắc Ninh	Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài và UBND thành phố Hà Nội/Bắc Ninh	Số 1/2020, tr.7
20/7	Công viên địa chất Đắc Nông được UNESCO công nhận là công viên địa chất toàn cầu thứ ba tại Việt Nam	UNESCO	
17/8	Learning about Vietnam session - Ngày tìm hiểu về Việt Nam tại Hà Nội	Bộ Ngoại giao	
11/9	Tọa đàm "Phát huy giá trị văn hóa Việt Nam trong công tác Ngoại giao văn hóa" tại Hà Nội	Vụ Ngoại giao Văn hóa và UNESCO	Số 38/2020, tr.3