

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

NGUYỄN ĐÌNH CƯỜNG

CHÍNH SÁCH NGOẠI GIAO VĂN HÓA CỦA VIỆT NAM
TRONG BỐI CẢNH TOÀN CẦU HÓA

Chuyên ngành: Chính trị học
Mã số: 9310201.01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ CHÍNH TRỊ HỌC

Hà Nội – 2025

Công trình được hoàn thành tại:

Người hướng dẫn khoa học:

Phản biện:

Phản biện:

Phản biện:

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng.

.....

vào hồi giờ ngày tháng năm 20...

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh quốc tế ngày càng sâu rộng, quyền lực mềm nổi lên như một trụ cột quyết định trong chiến lược nâng cao vị thế quốc gia. Nếu quyền lực cứng dựa trên sức mạnh quân sự và kinh tế, thì quyền lực mềm lại đến từ khả năng thuyết phục, tạo thiện cảm và sức hút văn hóa. Trong đó, ngoại giao văn hóa đóng vai trò đặc biệt quan trọng, là cầu nối đưa các giá trị, di sản, hình ảnh và bản sắc của một quốc gia đến với thế giới, qua đó nâng cao uy tín và tầm ảnh hưởng quốc tế. Với Việt Nam, ngoại giao văn hóa không chỉ là một phương thức quảng bá hình ảnh đất nước mà còn là phương tiện góp phần khẳng định độc lập, tự chủ, xây dựng môi trường hòa bình, củng cố sức mạnh tổng hợp của dân tộc trong tiến trình hội nhập. Văn kiện Đại hội lần thứ XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam xác định: “Phát triển toàn diện, đồng bộ các lĩnh vực văn hóa, bảo đảm vừa phát huy những giá trị tốt đẹp của dân tộc, vừa tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại, tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế” [46, tr. 262].

Nhận thức rõ tầm quan trọng đó, Đảng và Nhà nước đã xác định ngoại giao văn hóa, cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, là ba trụ cột của nền ngoại giao Việt Nam hiện đại. Nhiều văn bản chiến lược đã ra đời để định hướng phát triển lĩnh vực này, nổi bật là Chỉ thị số 25-CT/TW về đẩy mạnh và nâng tầm đối ngoại đa phương đến năm 2030 (Chỉ thị số 25-CT/TW ngày 8/8/2018 của Ban Bí thư Trung ương), Chiến lược phát triển văn hóa Việt Nam đến năm 2030 (Quyết định số 1909/QĐ-TTg ngày 12/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ) và Chiến lược Ngoại giao Văn hóa giai đến năm 2030 (Quyết định số 2013/QĐ-TTg ngày 30/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ). Các văn kiện này nhấn mạnh nhiệm vụ phát triển toàn diện, đồng bộ các lĩnh vực văn hóa góp phần quan trọng vào hội nhập quốc tế. Đồng thời, chúng cũng đặt ra yêu cầu mới về việc nâng tầm chính sách ngoại giao văn hóa trong thời kỳ hội nhập sâu rộng và

cạnh tranh ảnh hưởng toàn cầu. Như vậy, từ góc nhìn chính trị học, ngoại giao văn hóa không đơn thuần là một hoạt động mềm dẻo về mặt biểu tượng, mà là một công cụ chiến lược của chính sách đối ngoại, góp phần kiến tạo không gian ảnh hưởng, nâng cao sức mạnh quốc gia và thể hiện chủ quyền chính trị trong lĩnh vực văn hóa.

Thực tiễn quốc tế chỉ ra rằng ngoại giao văn hóa không còn bó hẹp trong các hoạt động trao đổi văn hóa truyền thống, mà ngày càng gắn chặt với cách mạng công nghiệp 4.0, truyền thông số và nền kinh tế sáng tạo. Những xu thế mới này mang đến cơ hội gia tăng tầm ảnh hưởng nhưng cũng đặt ra thách thức lớn: cạnh tranh ảnh hưởng trên không gian số, nguy cơ đồng hóa văn hóa, đòi hỏi quản trị thông tin minh bạch và bảo vệ bản sắc văn hóa dân tộc. Trong điều kiện đó, chính sách ngoại giao văn hóa cần được thiết kế và triển khai một cách bài bản, dựa trên khoa học chính trị và chính sách công, bảo đảm tính chiến lược, hiệu quả và khả năng thích ứng cao với môi trường quốc tế biến động.

Tuy đã có một số nghiên cứu đề cập đến ngoại giao văn hóa, phần lớn các công trình mới dừng ở việc mô tả hoạt động, chưa đi sâu vào phân tích vai trò của Nhà nước trong toàn bộ chu trình chính sách: Hoạch định – thực thi – giám sát – đánh giá. Khoảng trống này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh Việt Nam đang phải giải quyết đồng thời nhiều thách thức: Cạnh tranh ảnh hưởng ngày càng gay gắt giữa các cường quốc, yêu cầu tuân thủ chuẩn mực và cam kết quốc tế về văn hóa, nguồn lực công hạn chế, và sự tham gia ngày càng lớn của các chủ thể phi nhà nước như doanh nghiệp sáng tạo, tổ chức xã hội, cộng đồng kiều bào. Việc phân tích sâu sắc và hệ thống về chính sách ngoại giao văn hóa dưới góc nhìn chính trị học sẽ giúp tìm ra cơ chế phối hợp hiệu quả, tối ưu hóa nguồn lực và nâng cao hiệu quả quyền lực mềm quốc gia.

Trên cơ sở đó, lựa chọn đề tài “Chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa” mang ba ý nghĩa nổi bật. Thứ nhất, ý nghĩa thực tiễn: góp phần trực tiếp vào việc triển

khai đường lối đối ngoại đa phương hóa, nâng cao hình ảnh quốc gia, thực hiện mục tiêu nâng cao vị thế và uy tín Việt Nam trên trường quốc tế mà Văn kiện Đại hội XIII đã khẳng định. *Thứ hai*, ý nghĩa học thuật: Nghiên cứu xây dựng khung lý luận và mô hình phân tích chính sách ngoại giao văn hóa theo tiếp cận chính trị học, qua đó bổ sung cơ sở lý luận cho ngành khoa học chính trị ở Việt Nam. *Thứ ba*, ý nghĩa phương pháp: đề tài hướng tới xây dựng các bộ công cụ đánh giá hiệu quả ngoại giao văn hóa dựa trên dữ liệu thực tiễn và phân tích chính sách hiện đại, từ đó đưa ra những gợi ý chính sách mang tính ứng dụng cao.

Vì vậy, việc lựa chọn đề tài “Chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa” không chỉ xuất phát từ yêu cầu thực tiễn cấp bách, mà còn từ nhu cầu học thuật cấp thiết của chuyên ngành Chính trị học trong việc nghiên cứu, đánh giá và kiến tạo chính sách công trong lĩnh vực ngoại giao văn hóa. Luận án kỳ vọng sẽ bổ sung cơ sở lý luận, đóng góp phương pháp phân tích chính sách ngoại giao văn hóa dưới lăng kính chính trị học, và đề xuất các giải pháp có giá trị tham khảo trong hoạch định chính sách đối ngoại thời kỳ mới.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Thứ nhất, luận án xây dựng và củng cố khung lý luận chính trị-học cho ngoại giao văn hóa, kết hợp lý thuyết quyền lực mềm, mô hình phân tích chính sách công và những quan điểm mới nhất của Đảng về phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam.

Thứ hai, nghiên cứu phân tích vai trò Nhà nước trong bốn khâu cốt lõi của chu trình chính sách.

Thứ ba, luận án đánh giá thực tiễn triển khai bốn nội dung trụ cột của chính sách ngoại giao văn hóa.

Thứ tư, trên cơ sở lý luận và thực tiễn đã phân tích, luận án đề xuất hệ thống giải pháp mang tầm chính sách công

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Thứ nhất, luận án khảo sát, hệ thống hoá toàn bộ thành tựu nghiên cứu trong và ngoài nước về ngoại giao văn hoá.

Thứ hai, nghiên cứu xây dựng khung lý luận chính trị học cho ngoại giao văn hoá

Thứ ba, luận án giải mã cơ sở chính trị – pháp lý của chính sách ngoại giao văn hóa.

Thứ tư, luận án phân tích tác động đa chiều của toàn cầu hoá và chuyển đổi số tới chiến lược quyền lực mềm văn hóa.

Thứ năm, nghiên cứu khảo sát cơ chế hoạch định và điều phối

Thứ sáu, luận án đánh giá thực thi bốn nội dung trụ cột.

Thứ bảy, luận án truy nguyên nhân của các hạn chế, tách biệt yếu tố khách quan.

Thứ tám, nghiên cứu kiến tạo gói giải pháp đồng bộ

3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu, câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng trung tâm của luận án là chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam, là toàn bộ đường lối, chiến lược, chương trình và cơ chế mà Nhà nước ban hành, tổ chức và điều phối nhằm chuyển hóa giá trị văn hóa thành quyền lực mềm, uy tín quốc gia và lợi ích đối ngoại.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung, luận án giới hạn ở bốn hợp phần cốt lõi của chính sách ngoại giao văn hóa: Quảng bá di sản và bản sắc; Hợp tác văn hóa song phương, đa phương; Huy động nguồn lực kiều bào và các chủ thể phi Nhà nước; Ứng dụng công nghệ số trong truyền thông đối ngoại.

Về không gian, nghiên cứu đặt trọng tâm tại Việt Nam nhưng đồng thời thực hiện so sánh đối chiếu có chọn lọc với một số quốc gia.

Về thời gian, luận án khảo sát giai đoạn 2011 – 2025, tức từ khi Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020. Mốc mở rộng đến 2025 giúp luận án cập nhật các điều chỉnh thể chế mới nhất, đồng thời tạo tiền đề đề xuất giải pháp tầm nhìn 2030.

Về giới hạn lý thuyết, luận án bám sát khung phân tích chính sách công của Chính trị học.

3.3. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu

Câu hỏi 1. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, Nhà nước Việt Nam đã hoạch định chính sách ngoại giao văn hóa theo những nguyên tắc, mục tiêu và công cụ gì? Các yếu tố thể chế nào quyết định chất lượng hoạch định?

Giả thuyết 1. Mức độ gắn kết giữa khung pháp lý hiện hành (Chỉ thị 25-CT/TW; Chiến lược Văn hóa 2030) và quá trình lập kế hoạch liên ngành tỷ lệ thuận với tính nhất quán của mục tiêu chính sách và khả năng huy động nguồn lực.

Câu hỏi 2. Việc thực thi bốn nội dung trụ cột quảng bá di sản, hợp tác văn hóa, huy động kiều bào, ứng dụng công nghệ số, đã đạt được kết quả gì trong giai đoạn 2011 – 2025?

Giả thuyết 2. Cường độ phối hợp ngang cấp giữa Bộ Ngoại giao và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch là biến then chốt quyết định mức độ hoàn thành chỉ tiêu từng chương trình hành động và sự lan tỏa giá trị văn hóa ra quốc tế.

Câu hỏi 3. Các nhân tố nào về thể chế, nguồn lực, truyền thông làm phát sinh hạn chế trong triển khai và đâu là điểm nghẽn cần ưu tiên khắc phục đến năm 2030?

Giả thuyết 3. Ứng dụng công nghệ dữ liệu lớn và nền tảng số sẽ làm giảm đáng kể độ trễ thông tin, qua đó nâng cao hiệu quả giám sát–đánh giá và mức độ hài lòng của công chúng quốc tế đối với hình ảnh Việt Nam.

4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý luận

Luận án được xây dựng trên nền tảng lý luận hai tầng gắn kết chặt chẽ với nhau. Tầng thứ nhất là hệ tư tưởng Mác–Lê-nin, tư tưởng Hồ Chí Minh và đường lối đối ngoại của Đảng. Tầng thứ hai là khung học thuật chính trị học: Luận án lấy lý thuyết quyền lực mềm của Joseph S. Nye làm trục, kết hợp mô hình chu trình chính sách (hoạch định → thực thi → giám sát → điều chỉnh) và khái niệm Nhà nước kiến tạo quyền lực mềm, nhấn mạnh vai trò điều phối, dẫn dắt của Nhà nước trong huy động các nguồn lực văn hóa và xã hội.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu được thiết kế theo hướng đa phương pháp kết hợp. Trước hết, phân tích chính sách được sử dụng để giải mã cấu trúc thể chế, quy trình ra quyết định và sự phân bổ quyền hạn trong hệ thống hành chính–đối ngoại. Tiếp theo, phân tích định tính chuyên sâu. Phương pháp định lượng xử lý thống kê sự kiện ngoại giao văn hóa và bộ dữ liệu báo chí quốc tế.

5. Đóng góp mới của luận án

Thứ nhất, bổ sung góc nhìn chính trị học học về ngoại giao văn hóa.

Thứ hai, hoàn thiện khung phân tích chính sách.

Thứ ba, cập nhật bức tranh thực tiễn ngoại giao văn hóa giai đoạn 2011-2025.

Thứ tư, đề xuất nhóm giải pháp khả thi.

6. Ý nghĩa lý luận, thực tiễn và đóng góp của luận án

6.1. Ý nghĩa lý luận

Luận án góp phần làm rõ cách thức một quốc gia chuyển hóa nguồn lực văn hóa thành quyền lực mềm thông qua chu trình chính sách công–một khía cạnh vốn chưa được đào sâu trong hệ thống nghiên cứu ngoại giao văn hóa Việt Nam.

6.2. Ý nghĩa thực tiễn

Sản phẩm của luận án có thể trở thành tài liệu tham khảo quý báu cho các nhà hoạch định chính sách trong việc xây dựng và thực thi chính sách ngoại giao văn hóa.

6.3. Đóng góp vào chính sách ngoại giao văn hóa

Kết quả nghiên cứu của luận án cung cấp các luận cứ khoa học quan trọng trong việc hoạch định chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam trong xu thế toàn cầu hóa..

7. Kết cấu luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Các công trình nghiên cứu, và Danh mục tài liệu tham khảo, luận án gồm 4 chương

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1. Lý thuyết quyền lực mềm và ngoại giao văn hóa

Sự va chạm của các nền văn minh [Samuel Huntington, 2003]; *Soft Power: The Means to Success in World* (tạm dịch: Sức mạnh mềm: Công cụ tiến đến thành công trên thế giới) [Joseph Nye, 2004]; *The Future of Power* (tạm dịch: Tương lai của quyền lực) [Joseph Nye, 2011]; *Thuyết Ngoại giao đa tuyến* (Multi-Track Diplomacy) của Louise Diamond và John W. McDonald v.v.

1.2. Ngoại giao văn hóa trong nghiên cứu quốc tế

Công trình *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey* (2003) (tạm dịch: Một cuộc khảo sát ngoại giao văn hóa của Chính phủ Mỹ) của Milton C.Cummings; Công trình *Culture in world Politics* (1997) (tạm dịch: Văn hóa trong nền chính trị thế giới) do Dominique Jacquin-Berdal, Andrew Oros, Marco Verweij; Dưới góc độ xây dựng chính sách, nhiều công trình đã góp phần làm sáng tỏ vai trò của ngoại giao văn hóa và gợi mở hàm ý chính sách đối với quốc gia, như công trình nghiên cứu *Searching for a Cultural Diplomacy* (2010) (tạm dịch: Nghiên cứu ngoại giao văn hóa) của Jessica C. E.Gienow-Hecht và Mark C. Donfried.

1.3. Khoảng trống nghiên cứu và đóng góp của luận án.

Thứ nhất, các công trình đã xây dựng được hệ thống cơ sở lý luận về ngoại giao văn hóa, vai trò của ngoại giao văn hóa trong chiến lược ngoại giao quốc gia.

Thứ hai, các công trình nghiên cứu đều khẳng định ngoại giao văn hóa cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế là ba trụ cột của nền ngoại giao Việt Nam hiện đại.

Thứ ba, một số công trình nghiên cứu thể hiện phần nào đặc trưng của ngoại giao văn hóa Việt Nam, bước đầu đề xuất được nhiệm vụ và một số giải pháp góp phần quảng bá nền văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế.

Tuy nhiên, những nghiên cứu trên tập trung vào một số vấn đề về ngoại giao văn hóa, chưa có công trình chuyên biệt nào nghiên cứu về chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam. Do đó, bức tranh tổng thể về chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam còn khoảng trống mà tác giả có thể kế thừa và phát triển. Vì vậy, luận án góp phần làm sáng tỏ một số vấn đề sau:

Thứ nhất: Làm rõ các khái niệm cơ bản và khám phá các khung lý thuyết mới liên quan đến chính sách ngoại giao văn hóa.

Thứ hai: Đánh giá chi tiết và so sánh chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam với các quốc gia khác, từ đó rút ra các bài học kinh nghiệm.

Thứ ba: Đưa ra định hướng, giải pháp cụ thể để cải thiện và hoàn thiện chính sách ngoại giao văn hóa.

Tiểu kết chương 1

Từ việc tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến luận án, tác giả rút ra một số kết luận như sau:

Thứ nhất, những công trình nghiên cứu lý luận về quyền lực mềm, ngoại giao văn hóa, chính sách ngoại giao văn hóa được các nhà khoa học nhìn nhận dưới lăng kính khác nhau, tạo nên bức tranh đa dạng, phong phú. Những công trình này có ý nghĩa rất lớn hỗ trợ tác giả trong nghiên cứu và thực hiện các nhiệm vụ đã đề ra.

Thứ hai, những công trình nghiên cứu đều nhấn mạnh đến việc phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong quan hệ quốc tế vì lợi ích quốc gia-dân tộc. Trên cơ sở đó nhằm thực hiện thành công chính

sách đối ngoại, góp phần nâng cao vị thế, tầm ảnh hưởng quốc gia trên trường quốc tế.

Thứ ba, dưới góc độ Chính trị học, dù chưa có công trình nào nghiên cứu chuyên sâu, toàn diện về chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam từ năm 2011 đến nay. Song kết quả nghiên cứu của các công trình chính là những gợi ý quý báu để tác giả kế thừa, tiếp thu vận dụng khi nghiên cứu vấn đề chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam trong bối hội nhập quốc tế hiện nay.

Chương 2

KHUNG LÝ LUẬN VÀ CƠ SỞ CHÍNH TRỊ-PHÁP LÝ NGOẠI GIAO VĂN HÓA CỦA VIỆT NAM

2.1. Khái niệm nền tảng

2.1.1. Ngoại giao, ngoại giao toàn diện

2.1.1.1. Ngoại giao, ngoại giao toàn diện

2.1.1.2. Ngoại giao văn hóa

Ngoại giao văn hóa là một lĩnh vực đặc biệt của hoạt động ngoại giao, được thực hiện bằng việc áp dụng các hình thức văn hóa như giao lưu về tư tưởng, trao đổi thông tin, nghệ thuật, lối sống, hệ giá trị, truyền thống, tín ngưỡng v.v., nhằm tạo ra uy tín, sức ảnh hưởng của Việt Nam trên trường quốc tế.

2.1.2. Chính sách, Chính sách ngoại giao văn hóa

Chính sách là hệ thống quan điểm, mục tiêu và giải pháp của chủ thể cầm quyền nhằm định hướng và điều chỉnh các hoạt động xã hội, phục vụ lợi ích nhất định trong một giai đoạn lịch sử cụ thể.

Chính sách ngoại giao văn hóa là một bộ phận cấu thành chính sách đối ngoại quốc gia, được nhà nước thành lập hay bảo trợ, trong đó sử dụng công cụ văn hóa như là phương tiện nhằm đạt được mục đích tối thượng là lợi ích quốc gia dân tộc.

2.1.3. Quyền lực mềm

Thứ nhất, quảng bá văn hóa truyền thống ra thế giới.

Thứ hai, thúc đẩy ngôn ngữ và giáo dục Việt Nam, chú trọng mở rộng chương trình dạy tiếng Việt cho kiều bào và người nước ngoài.

Thứ ba, tận dụng sức mạnh của văn hóa đương đại nhằm quảng bá phim ảnh, âm nhạc, ẩm thực, thời trang, nghệ thuật đương đại Việt Nam trên các nền tảng quốc tế.

Thứ tư, xây dựng hình ảnh quốc gia, thúc đẩy các chiến dịch truyền thông về hình ảnh đất nước "Việt Nam thân thiện, hòa bình, phát triển và hội nhập".

Thứ năm, thực hiện đối thoại văn hóa đa phương như tham gia các diễn đàn văn hóa quốc tế như UNESCO, ASEAN.

2.2. Cơ sở hình thành nền ngoại giao văn hóa Việt Nam

2.2.1. Truyền thống ngoại giao văn hóa Việt Nam qua các thời kỳ

2.2.2. Tư tưởng Hồ Chí Minh về ngoại giao văn hóa

2.3. Những nhân tố tác động đến quá trình hình thành chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam

2.3.1. Toàn cầu hóa, hội nhập và phát triển

2.3.2. Khoa học và công nghệ, an ninh phi truyền thống, dân chủ và nhân quyền

2.4. Tiếp cận chính trị học đối với ngoại giao văn hoá

2.4.1. Vai trò hoạch định của Nhà nước

Vai trò hoạch định của Nhà nước trong chính sách ngoại giao văn hóa thể hiện ở bảy trụ cột: Xác lập mục tiêu theo hai tầng; Quy định nội dung trục và ưu tiên theo giai đoạn; Thiết kế cơ chế chủ trì – phối hợp – điều phối; Ban hành kế hoạch hằng năm/trung hạn gắn với Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội; Xây dựng Ban Chỉ đạo/đầu mối chuyên trách và danh mục nhiệm vụ cụ thể; Liên thông với các chiến lược văn hóa, công nghiệp văn hóa, hội nhập quốc tế và khung pháp lý hỗ trợ; Huy động kiều bào và chủ thể xã hội trong tầm nhìn hoạch định.

2.4.2. Vai trò thực thi của Nhà nước

Vai trò Nhà nước ở khâu thực thi được thể hiện đầy đủ trên cả bốn bình diện (i) tổ chức, điều phối; (ii) chuẩn tắc, phương châm; (iii) công cụ, nguồn lực; (iv) giám sát, đánh giá. Qua đó nhấn mạnh vai trò trung tâm của Nhà nước, gắn kết ba trụ cột đối ngoại với các lĩnh vực, và chuẩn hóa hệ đo lường kết quả – tác động cho các chương tiếp theo.

2.4.3. Vai trò giám sát, đánh giá của Nhà nước

Thứ nhất, đầu vào (inputs); *Thứ hai*, hoạt động (activities); *Thứ ba*, đầu ra (outputs); *Thứ tư*, kết quả (outcomes); *Thứ năm*, tác động (impacts)

2.4.4. Ngoại giao văn hoá như công cụ quyền lực mềm trong chính sách đối ngoại quốc gia

Trong chính sách đối ngoại quốc gia, ngoại giao văn hoá là cơ chế Nhà nước kiến tạo và triển khai quyền lực mềm: Được định nghĩa – thể chế hoá – đo lường bằng các chiến lược, mục tiêu và chỉ tiêu cụ thể; vận hành đồng bộ ba trụ cột đối ngoại; kết nối văn hoá – chính trị – kinh tế – truyền thông – công nghiệp sáng tạo; phát huy kiều bào như một nguồn lực mềm đặc thù; và hướng tới chuẩn mực quốc tế về giám sát – đánh giá để bảo đảm tác động thực chất đối với sức mạnh tổng hợp và vị thế Việt Nam trong hệ thống quốc tế.

2.5. Cơ sở chính trị – pháp lý

2.5.1. Quan điểm của Đảng Cộng sản Việt Nam đối với ngoại giao văn hóa

Thứ nhất, chiến lược-trụ cột.

Thứ hai, quyền lực mềm-thương hiệu quốc gia.

Thứ ba, hội nhập chủ động, đa phương hiệu quả.

2.5.2. Chỉ thị 25-CT/TW, ngày 8/8/2018 của Ban Bí thư về đẩy mạnh và nâng tầm đối ngoại đa phương đến năm 2030

Chỉ thị 25-CT/TW (2018) xác lập chuẩn mực hành động đa phương cho ngoại giao Việt Nam, trong đó có ngoại giao văn hoá: chủ động đề xuất, tham gia định hình, nâng cao vai trò tại UNESCO

và các diễn đàn văn hoá quốc tế, qua đó tích tụ và chuyển hoá sức mạnh mềm thành vị thế và lợi ích cụ thể của đất nước đến năm 2030.

2.5.3. Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030, ngày 12/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ

Chiến lược Phát triển văn hóa đến năm 2030 là bệ đỡ nội sinh cho toàn bộ kiến trúc đối ngoại về văn hóa: Nó xác lập hệ giá trị, hoàn thiện pháp luật, tổ chức nguồn lực, phát triển thị trường và nhân lực, đồng thời mở đường để các chiến lược đối ngoại và ngoại giao văn hóa chuyển hóa giá trị Việt Nam thành sức mạnh mềm và lợi thế cạnh tranh quốc gia trong bối cảnh hội nhập sâu rộng.

2.5.4. Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2030, ngày 30/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ

Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến năm 2030 vừa chuẩn hoá mục tiêu-phương châm-chỉ tiêu-cơ chế điều phối, vừa định vị ngoại giao văn hoá là công cụ quyền lực mềm của Nhà nước, huy động sức mạnh tổng hợp của ba trụ cột đối ngoại và toàn xã hội; đồng thời đặt khung giám sát – đánh giá đủ chặt để theo dõi đầu ra, kết quả và tác động, hướng tới mục tiêu tăng cường sức mạnh mềm và nâng cao vị thế Việt Nam trong không gian biểu tượng và chuẩn tắc toàn cầu.

2.5.5. Nghị quyết 22-NQ/TW ngày 10/03/2013 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế và Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24/01/2025 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế trong tình hình mới

Nghị quyết 22-NQ/TW và Nghị quyết số 59-NQ/TW của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế là trục quy chiếu chiến lược của chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam: Đặt mục tiêu-xác định không gian-chỉ ra phương thức hội nhập, đồng thời yêu cầu quảng bá hình ảnh, giữ gìn bản sắc, nâng cao vị thế và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao.

2.6. Nội dung cốt lõi của chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam

2.6.1. Quảng bá di sản và bản sắc văn hóa

Quảng bá di sản và bản sắc văn hóa của Việt Nam hiện được triển khai theo ba tầng liên hoàn: (i) ghi danh-tôn vinh-hiện diện biểu tượng; (ii) lan tỏa qua sự kiện-mạng lưới cơ quan đại diện-nền tảng số; (iii) phát huy giá trị trong phát triển địa phương, giáo dục và thị trường văn hóa.

2.6.2. Hợp tác văn hóa quốc tế

Hợp tác văn hóa quốc tế trở thành mạch chủ lưu của ngoại giao văn hóa Việt Nam: Kết nối chính trị – kinh tế – văn hóa, định vị tiếng nói tại các diễn đàn đa phương, đưa giá trị Việt Nam vào hệ biểu tượng toàn cầu và chuyển hóa ảnh hưởng thành nguồn lực phát triển trong giai đoạn 2020–2030.

2.6.3. Huy động kiều bào

Huy động kiều bào chính là mạch nối cộng đồng-chính sách-thị trường của ngoại giao văn hóa Việt Nam: giữ gốc-lan tỏa-kết nối-kiến tạo ảnh hưởng, đóng góp trực tiếp vào sức mạnh mềm và vị thế quốc gia trong thời kỳ hội nhập sâu rộng.

2.6.4. Ứng dụng công nghệ truyền thông số

Truyền thông số ngày càng trở thành môi trường vận hành chứ không chỉ là “kênh hỗ trợ” của ngoại giao văn hóa Việt Nam: nó cho phép mở rộng tiếp cận, cá thể hóa thông điệp, đo lường chuẩn xác tác động, đồng thời đòi hỏi nâng cấp hạ tầng, kỹ năng và an ninh số để bảo đảm sức hấp dẫn, độ tin cậy và khả năng cạnh tranh biểu tượng của Việt Nam trong không gian toàn cầu.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 khẳng định: (1) Việt Nam đã có khung tư tưởng-thể chế-tổ chức tương đối hoàn chỉnh cho ngoại giao văn hóa, với Bộ Ngoại giao đóng vai trò nhạc trưởng, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch là trụ cột chuyên ngành, hệ Cơ quan đại diện và địa phương là chủ thể triển khai, cộng đồng và doanh nghiệp là nguồn lực đồng

kiến tạo; (2) mục tiêu đến 2030 mang tính định lượng rõ ràng, tạo cơ sở để thiết kế bộ chỉ số M&E gắn trách nhiệm; (3) các trục hành động ưu tiên gồm di sản-danh hiệu-danh nhân, Tuần/Ngày Việt Nam-lễ hội quy mô lớn, không gian hiện diện tại cơ quan đại diện, đa phương UNESCO-ASEAN, kết nối kiều bào, và truyền thông số; (4) công tác giám sát-đánh giá cần tiếp tục nâng cấp từ thanh tra hoạt động sang đo lường tác động dựa trên dữ liệu chuẩn hóa và phản hồi độc lập, bảo đảm chính sách đi vào chiều sâu, ổn định, hiệu quả.

Những kết luận này là nền tảng để Chương 3 đi sâu đo lường thực thi theo từng hợp phần chính sách, phân tích tác động – hạn chế – nguyên nhân, và đề xuất giải pháp hoàn thiện đáp ứng yêu cầu đến năm 2030 và tầm nhìn xa hơn.

Chương 3. THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NGOẠI GIAO VĂN HÓA VIỆT NAM (2011-2025)

3.1. Bối cảnh quốc tế và trong nước

3.1.1. 40 năm Đổi mới (1986–2026) và 50 năm thống nhất (1975–2025)

Chặng đường 50 năm thống nhất và 40 năm Đổi mới đã và đang tạo ra hai lớp tích lũy song song: (i) nội lực văn hóa-xã hội giúp bồi dưỡng sức hấp dẫn, bản sắc; (ii) năng lực thể chế-đối ngoại cho phép chuyển hóa những giá trị đó thành ảnh hưởng và vị thế. Đây là tiền đề trực tiếp để trong các mục tiếp theo, luận án đánh giá có hệ thống việc triển khai bốn nội dung chính sách (quảng bá di sản và bản sắc; hợp tác văn hóa quốc tế; hoạt động cộng đồng kiều bào; truyền thông số và thương hiệu quốc gia), đo lường thành tựu – hạn chế – nguyên nhân và đề xuất phương án hoàn thiện đến 2030.

3.1.2. Xu thế toàn cầu hóa mới

Toàn cầu hóa mới không phủ định mà tái định hình cách thể giới kết nối-mở nhưng có chọn lọc, số hóa và gắn an ninh. Đối với Việt Nam, đây là cửa sổ chiến lược để nâng tầm ngoại giao văn hóa từ “tổ chức hoạt động” sang quản trị bằng mục tiêu-dữ liệu-tác động, đặt văn hóa ở trung tâm chiến lược quyền lực mềm của nền ngoại

giao toàn diện, hiện đại, và vận hành theo chu trình chính sách với đo lường minh định.

3.2. Triển khai 4 nội dung chính sách

3.2.1. Quảng bá di sản và bản sắc

Nội dung quảng bá di sản và bản sắc đã có nền tảng thể chế công cụ-dữ liệu để vận hành theo chu trình chính sách, bám mục tiêu định lượng 2030 và khung M&E chuẩn hóa. Việc kết nối trực UNESCO với hiện diện biểu tượng, sự kiện đại chúng và phân phối số giúp tạo lan tỏa nhiều tầng, đồng thời đáp ứng trực tiếp yêu cầu làm rõ vai trò Nhà nước, thống nhất tiêu chí đánh giá và đo lường kết quả tác động.

3.2.2. Hợp tác văn hóa quốc tế

Hợp tác văn hóa quốc tế của Việt Nam đang được thể chế hóa và điều phối liên ngành một cách ngày càng chuyên nghiệp, dựa trên điểm tựa đa phương và các cơ chế song phương gắn các mốc quan hệ, trong đó Cơ quan đại diện giữ vai trò “nhạc trưởng tại sở tại”, còn mạng lưới NVNONN là “cánh tay nối dài” của quyền lực mềm. Khi đồng bộ hóa M&E và thống nhất tiêu chí đánh giá, nội dung này không chỉ khắc phục các hạn chế mà còn biến văn hóa thành nguồn lực chiến lược đưa quan hệ với đối tác đi vào chiều sâu và bền vững trong giai đoạn mới.

3.2.3. Hoạt động cộng đồng kiều bào

Hoạt động cộng đồng kiều bào đang chuyển từ “tham gia theo sự kiện” sang đồng kiến tạo giá trị trong toàn bộ chu trình chính sách ngoại giao văn hóa: vừa bảo tồn bản sắc và xây nền tảng tinh thần của cộng đồng, vừa gia tăng hiện diện biểu tượng, mở rộng ảnh hưởng mềm, và hỗ trợ mục tiêu phát triển của đất nước trong bối cảnh hội nhập mới.

3.2.4. Truyền thông số và thương hiệu quốc gia

Đối với truyền thông số và thương hiệu quốc gia, có thể khẳng định: Khi được neo trên thể chế liên thông, thiết chế hiện diện chuẩn hóa, năng lực số của đội ngũ và bộ chỉ số M&E khả kiểm

chứng, truyền thông số sẽ giúp kể câu chuyện Việt Nam một cách cảm xúc nhưng có kiểm chứng, lan tỏa rộng nhưng bền vững, và quan trọng nhất là quy đổi được thành chỉ số thương hiệu quốc gia, đóng góp thiết thực vào sức mạnh mềm và vị thế của Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh ảnh hưởng ngày càng diễn ra trước hết và chủ yếu trên không gian số.

3.3. Thành tựu

3.3.1. Chỉ tiêu đạt được

Tổng hợp các chỉ tiêu đã đạt được cho thấy: (i) độ sâu thể chế-chương trình được bảo đảm bởi chuỗi văn kiện chiến lược và kế hoạch hóa hằng năm; (ii) độ rộng hiện diện – sự kiện – nền tảng số đã hình thành “mạng lưới điểm chạm” khá đồng đều trên các địa bàn ưu tiên; (iii) độ dày dữ liệu bước đầu đáp ứng yêu cầu chuyển từ đếm hoạt động sang đo tác động; và (iv) độ mở xã hội được thể hiện bằng việc huy động hiệu quả nguồn lực kiều bào cùng doanh nghiệp-đối tác sở tại.

3.3.2. Tác động đối ngoại và trong nước

Một là, tác động đối ngoại trước hết thể hiện ở lực đòn bẩy đa phương.

Hai là, phát triển kinh tế-văn hóa địa phương.

Ba là, xã hội-cộng đồng.

Bốn là, năng lực số và thương hiệu quốc gia.

3.4. Hạn chế

3.4.1. Thể chế

Thứ nhất, quá trình thể chế hóa còn chậm

Thứ hai, xuất hiện điểm giao cắt giữa nhiều chiến lược

Thứ ba, về điều phối, còn tình trạng chồng chéo, thiếu khoa học, thiếu tầm nhìn chiến lược trong hoạch định

Thứ tư, không gian xã hội hóa/đối tác công tư (PPP) còn hẹp.

Thứ năm, hạn chế nền tảng khác là chuẩn dữ liệu, hạ tầng và an ninh số.

3.4.2. Nguồn lực

Các hạn chế về nguồn lực có thể khái quát thành: (i) tài chính công mỏng và dàn trải; (ii) nhân lực thiếu-chưa đạt chuẩn liên ngành văn hóa/đối ngoại/số; (iii) thiết chế truyền thông-dữ liệu chưa được tổ chức thành hệ M&E; (iv) xã hội hóa/PPP thiếu hành lang và quỹ; (v) trùng lặp chính sách làm phân tán nguồn lực; (vi) công nghệ triển khai chưa đồng bộ; (vii) nghiên cứu-tiếp thu tinh hoa chưa tạo được vòng lặp tri thức

3.4.3. Hiệu quả truyền thông

Nhóm hạn chế về hiệu quả truyền thông tập trung ở bảy khía cạnh: (i) ưu tiên truyền thông chưa thường xuyên, thiếu nhịp vận hành liên tục; (ii) nội dung chưa đủ hấp dẫn và khác biệt, thiếu câu chuyện dài hạn; (iii) phối hợp rời rạc, chưa tạo được hợp lực giữa các chủ thể trong-ngoài nước; (iv) độ phủ công chúng sở tại thấp, thiếu chiến lược đa ngữ – đa nền tảng; (v) công nghệ-phương thức chưa đồng bộ, dữ liệu phân tán, khó đo lường tác động; (vi) chưa huy động hết tiềm lực 818 cơ quan báo chí và mạng lưới kiều bào theo cơ chế đặt hàng/KPI; và (vii) rủi ro, cạnh tranh chuẩn mực trong không gian số ngày càng lớn

3.5. Nguyên nhân

3.5.1 Khách quan

Một là, đại dịch và chuỗi rủi ro an ninh phi truyền thống làm gián đoạn giao lưu và tăng chi phí tuân thủ; *Hai là*, cạnh tranh ảnh hưởng và chuẩn mực thẩm mỹ – công nghệ từ các cường quốc văn hóa; *Ba là*, áp lực tuân thủ và dẫn dắt chuẩn mực đa phương theo yêu cầu mới; *Bốn là*, khác biệt thể chế-văn hóa-ngôn ngữ ở sở tại; *Năm là*, rủi ro thông tin, an ninh mạng, “độ nhiễu” văn hóa-xã hội ở tầm toàn cầu.

3.5.2. Chủ quan

Một là, truyền thông-phổ biến chiến lược chưa thường xuyên; *Hai là*, lẫn lộn, chòng chẹo nhiệm vụ giữa các tuyến chính sách, thiếu cơ chế phối hợp “khóa trách nhiệm”; *Ba là*, nhân lực mỏng, kiêm

nhiệm, thiếu đào tạo chuyên sâu và am hiểu sở tại; *Bốn là*, nội dung-công nghệ truyền thông chậm đổi mới, thiếu chuỗi đo lường chuẩn; *Năm là*, hành lang xã hội hóa yếu, thủ tục phức tạp, bảo hộ bản quyền chưa chú trọng; *Sáu là*, dữ liệu-lý luận-tham mưu chưa hợp nhất. Những “điểm nghẽn” này chính là căn nguyên bên trong làm suy giảm hiệu quả chính sách, cần được nhận diện và xử lý đồng bộ ở các phần tiếp theo.

Tiểu kết chương 3

Khái quát, Chương 3 cho thấy: (1) khung chính trị-pháp lý và cơ chế tổ chức đã định hình, mục tiêu định lượng tới 2030 rõ ràng; (2) thành tựu thực thi nổi bật về di sản-danh hiệu, biểu tượng, sự kiện quy mô lớn, hợp tác đa phương và huy động kiều bào; (3) hạ tầng dữ liệu bước đầu cho phép đo lường tác động; (4) hạn chế tập trung ở thể chế, nguồn lực, điều phối, công nghệ và nội dung truyền thông. Những kết luận này đặt cơ sở để chương tiếp theo kiến tạo khung giải pháp đồng bộ, chuyển từ “đếm hoạt động” sang quản trị theo kết quả và tác động, bảo đảm độ bền tài khóa, độ sâu tri thức, độ phủ công chúng và độ chính xác đo lường cho giai đoạn đến 2030.

CHƯƠNG 4. ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH ĐẾN 2030, TẦM NHÌN 2045

4.1. Định hướng đến năm 2030

4.1.1. Mục tiêu chung

Mục tiêu chung của chương trình đến 2030 là: (i) củng cố môi trường đối ngoại thuận lợi cho phát triển đất nước; (ii) kiến tạo và lan tỏa giá trị-bản sắc-chuẩn mực Việt Nam trong hệ sinh thái đa phương; (iii) chuyển hóa di sản, biểu tượng, sản phẩm văn hóa thành sức mạnh mềm và lợi thế cạnh tranh quốc gia; và (iv) bảo đảm mọi mục tiêu đều được lượng hóa, có đối tượng chịu trách nhiệm, có dữ liệu kiểm chứng và có cơ chế đánh giá định kỳ, phù hợp tinh thần quản trị bằng mục tiêu của Chiến lược.

4.1.2 Chỉ tiêu cụ thể

Trụ cột thứ nhất tập trung vào di sản, danh hiệu, danh nhân “hồ sơ nhận diện”; Trụ cột thứ hai – hiện diện biểu tượng; Trụ cột thứ ba hướng vào sự kiện quy mô lớn và truyền thông số; Trụ cột thứ tư nhấn mạnh vị thế của Việt Nam trong các thiết chế đa phương; Trụ cột thứ năm liên kết ngoại giao văn hóa với công nghiệp sáng tạo, du lịch và sức mạnh thương hiệu quốc gia; Trụ cột thứ sáu là hạ tầng dữ liệu và quản trị kết quả là “cột sống” giúp toàn bộ chính sách vận hành có trách nhiệm.

4.2. Nhóm giải pháp

4.2.1. Hoàn thiện thể chế

4.2.2. Tăng cường nguồn lực

4.2.3. Ứng dụng công nghệ

4.2.4. Mở rộng hợp tác quốc tế

4.2.5. Phát huy vai trò kiều bào

4.3. Kiến nghị chính sách

4.3.1. Kinh nghiệm quốc tế

4.3.1.1. Hoa Kỳ

4.3.1.2. Trung Quốc

4.3.1.3. Pháp

4.3.1.4. Nhật Bản

4.3.1.5. Hàn Quốc

4.3.1.6. Bài học rút ra cho Việt Nam

Bài học xuyên suốt là kết hợp bốn trục hành động: (i) thể chế – điều phối – đo lường, (ii) biểu tượng – di sản – danh nhân, (iii) sự kiện thường niên – chiến dịch số – không gian hiện diện, (iv) liên kết công nghiệp sáng tạo – du lịch – giáo dục – đầu tư. Khi bốn trục này được vận hành đồng bộ trên nền dữ liệu chuẩn hóa và phản hồi chính sách liên tục, ngoại giao văn hóa Việt Nam sẽ có đủ độ bền thể chế, độ sâu tri thức, độ phủ công chúng và độ chính xác tác động để tiến bước vững chắc tới các mục tiêu đến năm 2030.

4.3.2. Đối với Bộ Chính trị – Ban Bí thư

4.3.3. Đối với Quốc hội

4.3.4. Đối với Chính phủ và các bộ, ngành

Tiêu kết chương 4

Chương 4 xác lập kiến trúc chính sách ngoại giao văn hóa (NGVVH) vận hành theo chu trình định hướng – tổ chức thực thi – giám sát, đánh giá – nguồn lực, dựa trên trục kết nối Chỉ thị 25-CT/TW (2018) về nâng tầm đối ngoại đa phương với Chỉ thị 25/CT-TTg (10.9.2021) về đẩy mạnh triển khai Chiến lược văn hóa đối ngoại, qua đó đồng bộ hóa mục tiêu, cơ chế và phối hợp giữa Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các bộ, ngành, địa phương và mạng lưới cơ quan đại diện.

Mục tiêu định lượng trung tâm đến 2030 được chốt theo ba mốc: phổ cập “Góc/Không gian Việt Nam – Hồ Chí Minh” tại 100% CQDD; đạt trên 60 di sản/danh hiệu quốc tế; trên 10 danh nhân Việt Nam được UNESCO vinh danh, song hành với các chương trình/sự kiện quy mô lớn (Tuần/Ngày Việt Nam; Tuần/Ngày Văn hóa Việt Nam), mở rộng tham gia và vị trí của người Việt tại các tổ chức quốc tế.

Để chuyển hẳn từ “đếm hoạt động” sang “đo tác động”, Chương 4 đề xuất chuẩn hóa bộ KPI liên ngành gắn trực tiếp với các mốc 2030, vận hành theo chuỗi đầu vào → đầu ra → kết quả → tác động, đồng thời mã hóa cơ sở dữ liệu về NGVVH (2011–2025) làm đường cơ sở cho quản trị kết quả.

Chương 4 kết tinh các kiến nghị chính sách như sau: (i) Đối với Bộ Chính trị-Ban Bí thư; (ii) Đối với Quốc hội; (iii) Đối với Chính phủ và các bộ, ngành.

KẾT LUẬN

L luận án tiếp cận chính sách ngoại giao văn hóa (NGVVH) trong khuôn khổ Chính trị học về chính sách công, coi NGVVH là một chính sách dựa trên mục tiêu và dữ liệu, vận hành theo chu trình định hướng – tổ chức thực thi – giám sát, đánh giá – nguồn lực. Trục thể chế được xác lập nhất quán giữa Chỉ thị 25-CT/TW (2018) về

nâng tầm đối ngoại đa phương và Chỉ thị 25/CT-TTg (10.9.2021) về đẩy mạnh triển khai Chiến lược văn hóa đối ngoại, tạo hành lang kết nối “định hướng – thực thi”, đồng bộ hóa mục tiêu, cơ chế và phân công trách nhiệm giữa Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, các bộ, ngành, địa phương và mạng lưới cơ quan đại diện.

Trong cấu trúc đó, Quyết định số 2013/QĐ-TTg ngày 30/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ về Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2030, xác định Bộ Ngoại giao chủ trì xây dựng kế hoạch hằng năm/trung hạn, phối hợp bộ, ngành, địa phương và 94 Cơ quan đại diện để tổ chức triển khai; Quyết định 585/QĐ-BNG cụ thể hóa cơ chế vận hành, giao Vụ Ngoại giao Văn hóa & UNESCO làm đầu mối, thường trực Ban Chỉ đạo, kèm danh mục nhiệm vụ 2022–2025 với tên nhiệm vụ – thời hạn – sản phẩm. Cùng với đó, Quyết định 210/QĐ-TTg quy định Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch chủ trì Chiến lược văn hóa đối ngoại, gắn kết với thông tin đối ngoại và phối hợp chặt chẽ với kế hoạch NGVVH để bảo đảm điều phối dọc – ngang. Cách sắp xếp này giải tỏa trực diện nguy cơ chồng lấn chức năng, đưa toàn bộ chính sách vào “đường ray” thể chế ổn định.

Về thành tựu thực chứng, luận án biên soạn và mã hóa cơ sở dữ liệu NGVVH giai đoạn 2011–2025, lần đầu cho phép đối chiếu cường độ phối hợp dọc – ngang với mức lan tỏa hình ảnh Việt Nam trên truyền thông quốc tế, tạo nền tảng để chuyển từ “đếm hoạt động” sang “đo kết quả – tác động” theo chu trình ngân sách. Dữ liệu cho thấy năng lực tổ chức – hiện diện công chúng đã hình thành rõ rệt: Chương trình Tuần/Ngày Việt Nam do Bộ Ngoại giao chủ trì tại 14 đối tác chiến lược/chiến lược toàn diện, mở rộng mô hình trực tuyến đa điểm cầu; Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch chủ trì 45 Tuần/Ngày Văn hóa Việt Nam (2015–2020). Những số liệu này vừa phản ánh cường độ hoạt động, vừa là đường cơ sở để lượng hóa hiệu quả chính sách.

Trên trục đa phương – chuẩn mực, Việt Nam nâng tổng số di sản UNESCO lên 39, tiếp tục vận động – bảo vệ – phát huy danh

hiệu, đồng thời được UNESCO hỗ trợ pháp lý, tri thức và dự án, tiêu biểu là thí điểm bộ chỉ số văn hóa gắn Chương trình Nghị sự 2030, tạo nền tảng phương pháp để chuẩn hóa đo lường tác động. Các danh nhân được vinh danh, cùng danh hiệu đô thị (như Hà Nội – Thành phố Sáng tạo, Sa Đéc/Vinh – Thành phố học tập toàn cầu) củng cố vị thế biểu tượng và tín nhiệm quốc tế cho Việt Nam.

Hiện diện biểu tượng – thiết chế là một lớp tác động bền vững. Đề án tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh ở nước ngoài đã ghi nhận 35 tượng đài tại 22 quốc gia, 10 bia/biên đồng, gần 20 tuyến phố/đại lộ/trường học, triển khai qua mạng lưới 94 CQĐD; đây là bộ đỡ để thực hiện mục tiêu đến 2030, 100% CQĐD có “Góc/Không gian Việt Nam – Hồ Chí Minh” như một hub văn hóa – số, kết nối trưng bày vật thể, tư liệu số và các chiến dịch giáo dục – truyền thông với công chúng sở tại và cộng đồng NVNONN.

Đề đo lường hiệu quả và quy trách nhiệm minh bạch, chính sách đã có sẵn nền tảng M&E. Quyết định 585/QĐ-BNG thiết lập đầu mối M&E tại Vụ NGVVH & UNESCO, kèm phụ lục nhiệm vụ 2022–2025; giai đoạn 2011–2021, Bộ Ngoại giao thực hiện 38 cuộc thanh tra tại địa phương và 55 cuộc tại CQĐD, tạo đường cơ sở quản trị cho việc nâng cấp sang đánh giá tác động bằng bộ chỉ số liên ngành. Luận án đề xuất chuẩn hóa báo cáo theo chuỗi đầu vào – hoạt động – đầu ra – kết quả – tác động, kết nối KPI sự kiện, MVS (hiển thị truyền thông), DER (tương tác số), CI (phối hợp liên ngành) với mốc mục tiêu 2030 để theo dõi tiến độ, so sánh dọc – ngang và điều chỉnh chính sách giữa kỳ/cuối kỳ.

Nguồn lực là van khóa của triển khai. Theo số liệu, đầu 2021 cả nước còn 818 cơ quan báo, tạp chí – một lực lượng truyền thông mềm có thể đồng sản xuất nội dung đa ngữ và đo lường xuyên biên giới. Về tài chính công, năm 2019, chi cho văn hóa tại 55/63 địa phương bình quân 1,72% tổng chi, trong khi Nghị quyết 162/2024/QH15 phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển văn hóa 2025–2035 với tổng vốn tối thiểu 122.250 tỷ đồng cho giai

đoạn 2025–2030. Đây là căn cứ để khoanh khoản mục NGVVH, xác lập định mức, tiêu chí phân bổ, cơ chế đồng tài trợ Trung ương/địa phương/xã hội hóa, ưu tiên cho di sản-danh nhân-“Góc/Không gian Việt Nam-Hồ Chí Minh”, sự kiện/chiến dịch quy mô lớn – chuyển đổi số-đào tạo nhân lực-PPP.

Bên cạnh kết quả, luận án nhận diện rõ những điểm nghẽn cốt lõi: độ trễ thể chế, chồng chéo pháp luật; cơ chế khuyến khích cho công nghiệp văn hóa và bảo hộ – quảng bá bản quyền ở nước ngoài còn hạn chế; điều phối liên ngành có lúc thiếu chặt chẽ; dữ liệu phân tán, chuẩn M&E chưa thống nhất; nhân lực chuyên trách mỏng, năng lực số chưa đồng đều. Việc chỉ ra “điểm nghẽn” cùng địa chỉ giải pháp cho phép biến khuyến nghị thành kế hoạch hành động có thể kiểm chứng.

Từ nền thực chứng và khung thể chế trên, luận án kết tinh gói kiến nghị theo ba tầng chủ thể, hướng tới luật hóa – nguồn lực hóa – đo lường hóa NGVVH. Ở tầng chiến lược, đề nghị nâng cấp cơ chế liên ngành do cơ quan Đảng chủ trì, bảo đảm kết nối đối ngoại Đảng – ngoại giao Nhà nước – đối ngoại nhân dân, đồng thời phân định rõ vai trò Bộ Ngoại giao “nhạc trưởng”, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch trụ cột chuyên ngành, địa phương và 94 CQDD là chủ thể triển khai; trên cơ sở đó hợp nhất mục tiêu 2030 của hai chiến lược trung tâm thành bộ mục tiêu – chỉ số quốc gia cho NGVVH. Ở tầng lập pháp – ngân sách, Quốc hội cần khoanh khoản mục NGVVH trong NQ 162/2024/QH15, quy định định mức – tiêu chí phân bổ – cơ chế đồng tài trợ, đồng thời giám sát chuyên đề hằng năm dựa trên báo cáo có cấu trúc chỉ số. Ở tầng hành pháp, Chính phủ và các bộ, ngành vận hành mô hình “một nhạc trưởng – nhiều dàn nhạc”, ban hành Báo cáo NGVVH quốc gia và dashboard số liên thông 94 cơ quan đại diện, triển khai KPI liên ngành gắn MVS/DER/CI, tăng tốc Tuần/Ngày Việt Nam – Tuần/Ngày Văn hóa Việt Nam theo kịch bản số – đa ngữ – đồng sản xuất, phát huy UNESCO/ASEAN trong cả ghi danh lẫn phát huy di sản. Các kiến nghị này đều bám sát các quyết định, chỉ

thị hiện hành và được hỗ trợ bởi dữ liệu định lượng trong giai đoạn 2011–2025.

Đóng góp khoa học của luận án thể hiện ở ba điểm: (1) đặt NGVVH vào chu trình chính sách công, làm rõ vai trò Nhà nước, cơ chế điều phối, M&E và quy trách nhiệm; (2) xây dựng cơ sở dữ liệu về sự kiện và neo vào chuẩn chỉ số UNESCO, tạo nền để đo tác động thay vì đếm hoạt động; (3) đề xuất gói giải pháp tích hợp thể chế – tài chính – công nghệ – nhân lực – dữ liệu, có mốc thời gian, KPI và nguồn dữ liệu để kiểm chứng. Nhờ vậy, chính sách rời khỏi “tư duy sự kiện”, tiến tới quản trị bằng dữ liệu, đo lường được đóng góp cho an ninh, phát triển và vị thế quốc gia.

Bên cạnh đó, nghiên cứu còn giới hạn: Chuẩn dữ liệu giữa các chủ thể chưa thật đồng nhất; một số biến đo cảm xúc – thiện cảm, chuyển đổi du lịch/đầu tư, tác động tới công nghiệp văn hóa mới ở mức khung phương pháp, cần chuẩn hóa và cập nhật thời gian thực trong các nghiên cứu tiếp theo. Tuy vậy, khung thể chế đã sẵn, dữ liệu đã có, nguồn lực đang được cấu trúc lại là điều kiện đủ để triển khai lộ trình đến 2030 và mở tầm nhìn 2045, hướng tới một Việt Nam đồng kiến tạo chuẩn mực đa phương, số hóa toàn diện di sản, phổ cập hiện diện biểu tượng, và được đánh giá tác động minh bạch.

Tổng kết lại, luận án chứng minh rằng khi thể chế liên thông – điều phối rõ ràng – dữ liệu hợp nhất – KPI đo lường – nguồn lực được định danh cùng vận hành, NGVVH sẽ thoát khỏi “tư duy sự kiện” để trở thành chính sách công hiện đại, đủ khả năng chuyển hóa giá trị văn hóa – con người Việt Nam thành sức mạnh mềm và lợi thế cạnh tranh quốc gia, đóng góp đo lường được cho an ninh, phát triển và vị thế đất nước đến 2030, đồng thời mở tầm nhìn 2045 với vai trò đồng kiến tạo chuẩn mực ở các thiết chế đa phương.

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

1. Nguyễn Đình Cường (2021), “Lợi ích quốc gia-dân tộc trong hội nhập quốc tế”, *Tạp chí Sinh hoạt lý luận* (8/181), tr. 35-38.
2. Nguyen Anh Cuong, Do Thi Hien, Nguyen Dinh Cuong (2021), “Human Rights in Vietnam – A Current Reality”, <https://doi.org/10.54631/VS.2021.54-26-44>.
3. Nguyễn Đình Cường (2022), “Ngoại giao văn hóa Việt Nam trong toàn cầu hóa”, *Tạp chí Sinh hoạt lý luận* (7/188), tr. 55-58.
4. Nguyen Dinh Cuong (2024), “National culture and its sustainable development”, *The Proceedings of the International Scientific Conference: International Conference on Human Resources for Sustainable Development*, Bach Khoa Publishing House, pp. 185-194.
5. Nguyễn Đình Cường (2024), “Chính sách và kết quả của ngoại giao văn hóa Việt Nam” *Tạp chí Khoa học Xã hội và Nhân văn*, tập 9 (2b), tr. 130-145.
6. Nguyen Dinh Cuong (2024), “Theory and practice of Vietnam’s cultural diplomacy in the tendency of globalization”, *The Proceedings of the International Scientific Conference: Second international conference on the issues of social sciences and humanities*, Vietnam National University Press, Hanoi, pp. 248-259.
7. Nguyễn Đình Cường (2024), “Chính sách ngoại giao văn hóa của một số quốc gia trên thế giới và hàm ý đối với Việt Nam”, *Tạp chí Sinh hoạt lý luận* (8/205), tr. 86-90.