

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

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUỐC TẾ HỌC

Hà Nội - 2024

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Nhận thấy tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa, 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. 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.

Thực tế trong những năm vừa qua đã và đang ghi nhận sự chú trọng của chính phủ Việt Nam trong 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.

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 kiến nghị cải tiến 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 kiến nghị chính sách cho Việt Nam

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu:* chính sách và hoạt động ngoại giao văn hoá Việt Nam
- *Phạm vi nghiên cứu:* đề tài tập trung vào khoảng thời gian 2009-2020 là khoảng thời gian Việt Nam định hướng ngoại giao văn hoá là trọng tâm đối ngoại quốc gia.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp định tính được áp dụng chính:

- **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.

5. Nguồn tài liệu

Luận án dựa trên nguồn tài liệu tiêu biểu bao gồm: Chiến lược đối ngoại đổi mới và Chiến lược ngoại giao văn hóa của Việt Nam đến năm 2020; Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam. Một số văn bản có liên quan khác như là Luật Di sản, Văn kiện Đảng, v.v.

6. Đóng góp của luận án

- cung cấp nguồn tài liệu quan trọng hệ thống hóa đặc điểm và những thay đổi chính của ngoại giao văn hóa Việt Nam trong thế kỷ XXI
- 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
- 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
- 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

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; Chương 2 - Cơ sở lý luận và thực tiễn của ngoại giao văn hoá Việt Nam; Chương 3 - Nội dung và thực tiễn triển khai chính sách ngoại giao văn hoá Việt Nam giai đoạn 2009-2020; Chương 4 - Đánh giá, dự đoán và kiến nghị

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1 Về lý luận ngoại giao văn hóa

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*. 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*.

Phân tích và đánh giá vai trò của ngoại giao văn hóa hiện đại có thể kể đến: Ryan, E. (13/4/2016) “The Connectivity of Culture, Innovating in Cultural Diplomacy”, *Harvard International Review*; hay Seib P. (2009), *Toward a new public diplomacy: redirecting U.S. foreign policy*; và Osgood, K. A. (2010) *The United States and Public Diplomacy: New Directions in Cultural and International History*.

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

Vũ Khoan (11/9/2013) trong phỏng vấn với Nguyễn Đức, Câu chuyện “dĩ bất biến ứng vạn biến” của ngoại giao Việt Nam, Tạp chí Công thương đề cập đến phương châm

lấy cái không thay đổi để đối phó với muôn sự thay đổi trong hoạt động ngoại giao, 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. Thêm vào đó, phát biểu tại Hội nghị Ngoại giao lần thứ 29, khai mạc sáng ngày 22/8/2016, tổng bí thư Nguyễn Phú Trọng cũng 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.

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

Đề tài 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 Phạm Sanh Châu với Hoạt động ngoại giao văn hóa trong hai thập kỷ đầu thế kỷ XXI; Vũ Anh Minh (13/8/2014) Xây dựng chiến lược văn hóa đối ngoại Việt Nam đến năm 2020; Phạm Cao Phong (2012) Ngoại giao văn hóa Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế; Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam (19/1/2005), Quá trình đổi mới chiến lược và chính sách đối ngoại của đảng ta đánh giá các thành tựu, hạn chế và thực trạng của ngoại giao văn hóa Việt Nam; 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 Cầm, 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” (2016) của Nguyễn Thị Thùy Yên.

1.4 Nhận xét

Những nghiên cứu tập trung vào ngoại giao văn hóa này còn một số hạn chế như chú trọng vào các nghiên cứu trường hợp của các nước lớn có truyền thống ngoại giao văn hóa lâu đời như Mỹ, 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 cộng đồng, quyền lực mềm cũng chưa được làm rõ nét.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN CỦA 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 hóa 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.

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). 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. Thứ ba, văn hoá có tính lịch sử. 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

2.1.1.2 Ngoại giao văn hóa

NGVH 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, NGVH là một quan hệ, tương tác trong lĩnh vực văn hoá. Hướng tiếp cận này nhìn nhận NGVH là một tương tác có tính hai chiều nên khi phân tích về NGVH 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, NGVH 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 NGVH 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.

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: (i) mở đường cho các hoạt động ngoại giao chính trị và kinh tế; (ii) xúc tác thúc đẩy quan hệ chính trị và kinh tế của quốc gia với bạn bè quốc tế; (iii) quảng bá hình ảnh đất nước, văn hoá và con người ra thế giới; (iv) tiếp thu 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; (v) vận động UNESCO công nhận các giá trị văn hoá thế giới cho Việt Nam.

2.1.2.2 Vai trò của chính sách ngoại giao văn hoá

Liên quan đến ngoại giao văn hóa, không thể không đề cập đến **mối quan hệ của ngoại giao văn hóa, ngoại giao cộng đồng, 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” 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 cộng đồng và ngoại giao văn hóa.

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.

2.2. Cơ sở thực tiễn của chính sách NGVH 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: *xu thế hoà bình hợp tác và phát triển; xu thế toàn cầu hoá và khu vực hoá; xu thế đa dạng hoá các hoạt động ngoại giao*.

2.2.2. Nhân tố bên trong

2.2.2.1 Bản sắc văn hoá Việt Nam

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” nhằm truyền tải những giá trị bản sắc văn hóa độc đáo của dân tộc. Hay như nguyên Phó Thủ tướng Chính phủ Vũ Khoan cũng đã khẳng định “chiều sâu của ngoại giao là văn hóa”. 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 ứng phó của Việt Nam trước sự áp đặt của văn hóa nước ngoài” là không thể phủ nhận được.

2.2.2.2 Chính sách phát triển văn hoá của Việt Nam

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. 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, diễn 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-TTg lấy 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”. 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 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 18/6/2009 và có hiệu lực thi hành từ ngày 1/1/2010 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.

2.2.2.3 Chính sách đối ngoại của Việt Nam thời kỳ đổi mới

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. 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 Mỹ 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 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 nhân dân, 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

2.2.3.1 NGVH Việt Nam thời chiến (1945-1975): 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. 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. NGVH Việt Nam thời hậu chiến (1975-1990): Ngoại giao văn hoá 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. *NGVH Việt Nam thời kỳ đầu đổi mới (1990-2009)*: 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 Mỹ 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.

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.

CHƯƠNG 3: NỘI DUNG VÀ THỰC TIỄN TRIỂN KHAI CHÍNH SÁCH NGVH 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

Phó thủ tướng kiêm Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Phạm Gia Khiêm 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”. 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. Ngày 14/2/2011, “*Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020*” đã được Thủ tướng Chính phủ chính thức phê duyệt.

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

- 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”*
- 11/2013, *Nghị quyết Trung ương 8, Khóa XI về “đổi mới căn bản, toàn diện nền giáo dục, đào tạo”*
- *Nghị quyết về Hội nhập quốc tế* (ngày 10/4/2013).

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*”.

- *Chương trình hành động của Chính phủ về thông tin đối ngoại giai đoạn 2013-2020* ngày 28/2/2013.
- *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 thông qua năm 2009
- 2/4/2010 ban hành *Quy chế tổ chức Ngày Việt Nam ở nước ngoài*.

3.2. Nội dung chính sách NGVH Việt Nam giai đoạn 2009-2020

Mục tiêu chính sách:

- 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.
- 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

Định hướng chính sách

- 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.
- hoạt động ngoại giao văn hóa được thực hiện bởi tất cả các ban ngành, địa phương

Phương thức và biện pháp thực thi chính sách

- Đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho công tác ngoại giao văn hóa
- Bảo đảm nguồn lực cho ngoại giao văn hóa bao gồm thành lập quỹ ngoại giao văn hóa do Bộ Ngoại giao quản lý
- Gắn kết các hoạt động ngoại giao văn hóa với công tác về cộng đồng người Việt ở nước ngoài
- Gắn kết ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị và kinh tế
- Đẩy mạnh quảng bá hình ảnh Việt Nam
- Đa dạng hóa các loại hình vận động danh hiệu quốc tế

3.3 Thực tiễn triển khai chính sách NGVH Việt Nam giai đoạn 2009-2020

3.3.1. Thúc đẩy hoạt động và nâng cao vai trò 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. 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; 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.

3.2.2. Quảng bá thông tin, hình ảnh đất nước

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.

3.2.3. 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.

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.

3.2.4 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.

3.4 Nghiên cứu trường hợp – 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

3.4.1 Nội dung

- Mục tiêu: tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh tại những nơi Người đã từng sống, học tập, làm việc hoặc đến thăm nhằm lưu giữ và bảo vệ những dấu tích của Người, qua đó quảng bá hình ảnh Việt Nam trên thế giới

- 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

- Lộ trình: lấy “Năm Ngoại giao Văn hóa 2009” của Bộ Ngoại giao là năm khởi điểm.

3.4.2 Kết quả triển khai

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; ii) Tất cả các cấp uỷ 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; iii) Tôn tạo và xây dựng mới tượng, tượng đài Chủ tịch Hồ Chí Minh; iv) Xây dựng, tu sửa các khu di tích tưởng niệm, bảo tàng... tại những nơi Người đã từng sống và hoạt động; v) Đặt bia, gắn biển đồng; vi) Đặt tên trường, lớp, tên đường phố, quảng trường mang tên Bác; vii) Xuất bản, phát hành các ấn phẩm, sách báo, phim ảnh... về Hồ Chí Minh; viii) Tổ chức hội nghị, hội thảo, tọa đàm... khoa học mang tính quốc tế về Bác; ix) Các hình thức mang tính nghệ thuật, sáng tạo... về Bác

3.4.3 Đánh giá việc triển khai đề án

- **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; 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; iii) Sự chỉ đạo sát sao của Bộ Chính trị, Ban Bí thư và của các đồng chí Lãnh đạo cấp cao; iv) 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

- **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; 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; 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...; iv) Nguồn lực tài chính cho việc triển khai còn ở mức hạn chế so với ý nghĩa, tầm quan trọng của Đề án

- **Ý nghĩa:** i) Góp phần đề cao và phát huy giá trị tư tưởng, đạo đức, nhân cách của Chủ tịch Hồ Chí Minh; 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; 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; 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; 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 con người, vì hoà bình, công lý, dân chủ và tiến bộ xã hội trên toàn thế giới; vì) góp phần chống “tự diễn biến”, “tự suy thoái” trong đội ngũ cán bộ, đảng viên tại các Cơ quan đại diện

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

- Quảng bá hình ảnh Việt Nam thông qua các hoạt động đa dạng
- Hỗ trợ, hợp tác với ngoại giao chính trị
- Hỗ trợ, hợp tác với ngoại giao kinh tế

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.

4.2. Ngoại giao văn hoá 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

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.

Ngành công nghiệp văn hóa hiện cũng đang phát triển mạnh mẽ, đóng góp lớn vào nền kinh tế của các quốc gia. 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.

4.2.1.2 Đặc điểm của ngoại giao văn hóa hiện đại

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... 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. 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. 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.

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

- *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. Cộng đồng người Việt hiện đang định cư tại nước ngoài 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; **Khách quan**: 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 là một lợi thế mà toàn cầu hóa đem lại.

- *Thách thức, khó khăn*: **Chủ quan**: coi nhẹ hoạt động ngoại giao văn hóa so với ngoại giao kinh tế, chính trị; chiến lược văn hoá đối ngoại thiếu những kế hoạch cụ thể cho từng thời kỳ, từng địa bàn xây dựng hình ảnh đất nước, con người và bản sắc văn hóa Việt Nam; **Khách quan**: một hoạt động có tính cạnh tranh rất cao. 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.

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 bao gồm: (i) Cùng 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. 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. Và Đông Nam Á hay ASEAN là những đối tác quan trọng số một.

4.3. Khuyến nghị

Để nâng cao chất lượng và hiệu quả của ngoại giao văn hóa, Việt Nam cần:

- Xây dựng hành lang và cơ sở pháp lý;
- Tiếp tục nâng cao nhận thức về công tác ngoại giao văn hóa;
- Nâng cao chất lượng, hiệu quả của các hoạt động ngoại giao văn hóa;
- Đẩy mạnh xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa;
- Khai thác hiệu quả tiềm năng ngoại giao văn hóa của cộng đồng người 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;
- Xây dựng chương trình Quảng bá văn hóa ẩm thực Việt Nam

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, chuộng hòa bình cũng như tinh thần và sách lược ngoại giao mềm dẻo, linh hoạt trong mọi hoàn cảnh nhưng 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 là chính phủ và nhân dân các quốc gia khác với mục tiêu 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 hoá 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 hoá 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, hỗ 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 hóa 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 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 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.