

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

DƯƠNG THỊ MAI HOA

**ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM
LÃNH ĐẠO NGOẠI GIAO VĂN HÓA
TỪ NĂM 2006 ĐẾN NĂM 2016**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ
NGÀNH: LỊCH SỬ ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM**

HÀ NỘI - 2025

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

DƯƠNG THỊ MAI HOA

**ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM
LÃNH ĐẠO NGOẠI GIAO VĂN HÓA
TỪ NĂM 2006 ĐẾN NĂM 2016**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

NGÀNH: LỊCH SỬ ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM

Mã số: 9229015

Người hướng dẫn khoa học: TS. ĐẶNG KIM OANH



HÀ NỘI - 2025

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các tài liệu, số liệu, trích dẫn trong luận án là trung thực, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng.

Hà Nội, ngày 20 tháng 03 năm 2025

Tác giả

Mai Hoa

Dương Thị Mai Hoa

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
Chương 1 TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI	8
1.1. Những công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án	8
1.2. Khái quát kết quả nghiên cứu của những công trình khoa học đã công bố và những vấn đề luận án tập trung nghiên cứu	27
Chương 2 CHỦ TRƯỞNG VÀ SỰ CHỈ ĐẠO CỦA ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM ĐỐI VỚI NGOẠI GIAO VĂN HÓA (2006-2010)	31
2.1. Một số khái niệm_ những yếu tố tác động đến hoạch định chủ trương của đảng về ngoại giao văn hóa.....	31
2.2. Những cơ sở để đảng hoạch định chủ trương về ngoại giao văn hóa	39
2.3. Chủ trương của Đảng cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa (2006-2010)	57
2.4. Quá trình chỉ đạo thực hiện.....	62
Chương 3 CHỦ TRƯỞNG VÀ SỰ CHỈ ĐẠO CỦA ĐẢNG VỀ NGOẠI GIAO VĂN HÓA (2011 - 2016)	102
3.1. Những nhân tố mới tác động đến hoạch định chủ trương của đảng về ngoại giao văn hóa	102
3.2. Chủ trương của đảng cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa (2011-2016)..	109
3.3. Quá trình chỉ đạo thực hiện	117
Chương 4 NHẬN XÉT VÀ KINH NGHIỆM	153
4.1. Một số nhận xét.....	153
4.2. Một số kinh nghiệm	171
KẾT LUẬN	191
DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN	196
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	197
PHỤ LỤC	220

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Viết tắt	Tên đầy đủ	Dịch ra tiếng Việt
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
EU	European Union	Liên minh Châu Âu
NVNONN		Người Việt Nam ở nước ngoài
UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization	Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hoá của Liên Hợp Quốc

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Thực tế cho thấy, ngày nay trong quá trình hội nhập quốc tế, ngoại giao văn hóa giữ vai trò ngày càng quan trọng. Nhờ ngoại giao văn hóa, các quốc gia giới thiệu bản sắc của mình đến các nước trên thế giới, đồng thời qua đó cũng nắm được những điểm yếu, mạnh của nhau, từ đó đạt được mục tiêu đề ra trong chính sách phát triển của đất nước mình. Nhiều nước sử dụng văn hóa trong ngoại giao như “quyền lực mềm” nhằm bảo vệ những giá trị văn hóa cũng như góp phần quan trọng nâng cao năng lực, vị thế của quốc gia đó trên trường quốc tế.

Ở Việt Nam, Đảng và Nhà nước đã xác định, một mặt, văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu cũng vừa là động lực để thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển; mặt khác, nhận thức ngày càng rõ vai trò, vị trí của văn hóa trong việc tạo lập, duy trì và phát triển quan hệ đối ngoại, nhằm đạt được các mục tiêu quan trọng của quốc gia là hòa bình, ổn định, thúc đẩy sự giao lưu học hỏi, hiểu biết cũng như chia sẻ lẫn nhau giữa các dân tộc. Ngoại giao về văn hóa đã trở thành một nội dung đặc biệt trong chiến lược đối ngoại cũng như ngoại giao toàn diện của Việt Nam, ngoại giao văn hóa “*liên quan đến việc sử dụng văn hóa như là đối tượng và phương tiện nhằm đạt được những mục tiêu cơ bản của chính sách đối ngoại của quốc gia; tạo hình ảnh tốt đẹp của đất nước, quảng bá văn hóa và ngôn ngữ quốc gia ở nước ngoài*” [97, tr.311]. Đây là một biểu hiện đổi mới trong tư duy đối ngoại của Đảng và Nhà nước, chính là coi trọng nội dung văn hóa trong hoạt động ngoại giao. Trong đó, hoạt động hợp tác quốc tế về văn hóa ngày càng được chú trọng phát triển:

Việc mở rộng nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế về văn hóa là nhiệm vụ trọng tâm, trong chiến lược phát triển của Việt Nam. Hợp tác và giao lưu quốc

tế về văn hóa giúp đạt các mục tiêu mà chính sách văn hóa đặt ra, đó là 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, góp phần xây dựng một nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Không những thế, hợp tác về văn hóa còn là nền tảng để mở rộng quan hệ hợp tác trên các lĩnh vực khác [29].

Từ những hoạt động giao lưu văn hóa, các quốc gia, dân tộc trên thế giới hiểu biết rõ hơn về văn hóa cũng như đất nước, con người Việt Nam, từng bước xây dựng hình ảnh, niềm tin đối với Việt Nam, đưa quan hệ, hợp tác giữa Việt Nam với các nước ngày càng được củng cố, phát triển hơn trong quá trình hội nhập quốc tế.

Trong quá trình lãnh đạo xây dựng, phát triển văn hóa, đặc biệt thời kỳ đổi mới, Đảng Cộng sản Việt Nam đã có nhiều chủ trương về văn hóa, ngoại giao văn hóa, đáng chú ý là Nghị quyết Hội nghị lần thứ 5 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa VIII (1998) về “Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc” [57]. Đây được coi là chiến lược văn hóa của Đảng trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Hội nghị lần thứ 25 của ngành Ngoại giao với chủ đề “Nâng cao hiệu quả hoạt động đối ngoại trong giai đoạn mới, góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội toàn quốc lần thứ X của Đảng” (2006) đã 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. Nhận thức rõ tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa, sau Hội nghị ngoại giao lần thứ 25, đồng thời với việc đẩy mạnh ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế lên tầm cao mới, Bộ Ngoại giao cũng triển khai đồng loạt nhiều biện pháp đưa ngoại giao văn hóa thực sự trở thành một trong ba trụ cột của ngành Ngoại giao Việt Nam.

Ngoại giao văn hóa bắt đầu được sử dụng như một công cụ, phương tiện quan trọng, cần thiết trong thực hiện đường lối đối ngoại “thêm bạn, bớt thù”, “đa phương hóa” các mối quan hệ quốc tế của Việt Nam. Ngoại giao về

văn hóa lúc này được xác định là một nội dung quan trọng gắn chặt với ngoại giao về chính trị cũng như ngoại giao về kinh tế để phục vụ mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa, làm phong phú cũng như sâu sắc hơn nền văn hóa Việt Nam. Cùng với ngoại giao về chính trị và ngoại giao kinh tế, thì ngoại giao văn hóa đã tích cực quảng bá hình ảnh của đất nước cũng như con người Việt Nam ra thế giới. Bên cạnh đó, các hoạt động quảng bá nhằm khơi dậy, phát triển lòng yêu quê hương, đất nước và tự hào dân tộc của nhân dân Việt Nam; từ đó, khuyến khích việc giữ gìn, bảo tồn cũng như phát huy các giá trị văn hóa và truyền thống của dân tộc Việt Nam. Đây thực sự là một kênh thông tin hiệu quả góp phần vào thành công chung trong các hoạt động đối ngoại, từng bước nâng cao uy tín cũng như vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Tuy nhiên, trên thực tế, nếu như ngoại giao chính trị cũng như ngoại giao về kinh tế luôn được nhắc đến với nhiều thành tựu lớn góp phần quan trọng vào sự nghiệp xây dựng, phát triển đất nước, thì ngoại giao về văn hóa là một lĩnh vực mới mẻ và chưa nhận được sự quan tâm đúng mức. Ngoại giao văn hóa vẫn là một nội dung mới cần được tiếp tục nghiên cứu để làm sáng tỏ hơn nữa chủ trương của Đảng Cộng sản Việt Nam trong việc mở rộng quan hệ ngoại giao văn hóa, góp phần định hướng việc thực thi chính sách ngoại giao văn hóa của Đảng, nhằm làm cho ngoại giao văn hóa đủ khả năng trở thành một động lực của công cuộc phát triển, góp phần xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Chính vì vậy nghiên cứu sinh lựa chọn nghiên cứu đề tài: “***Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016***” làm đề tài luận án tiến sĩ lịch sử, ngành Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Làm rõ sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016; đúc kết một số kinh nghiệm có giá trị tham khảo.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được những mục đích trên, luận án có các nhiệm vụ sau:

- Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án
- Phân tích làm rõ các yếu tố tác động đến sự lãnh đạo của Đảng về ngoại giao văn hóa của Đảng Cộng sản Việt Nam từ năm 2006 đến năm 2016.
- Hệ thống hóa, phân tích làm rõ chủ trương và sự chỉ đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa qua hai giai đoạn 2006-2010 và 2011-2016 và nêu một số hoạt động tiêu biểu thực hiện chủ trương này trong thực tiễn.
- Nhận xét và đúc kết kinh nghiệm từ quá trình Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016 và đúc kết một số bài học kinh nghiệm có giá trị tham khảo.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

- Quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng Cộng sản Việt Nam; quá trình chỉ đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam liên quan đến ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016.

- Các chủ thể thực hiện đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng Cộng sản Việt Nam và Nhà nước Việt Nam liên quan đến ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi không gian: Hoạt động ngoại giao văn hóa diễn ra không gian rộng lớn cả trong nước và ngoài nước, với nhiều quốc gia nên rất khó để có thể thống kê hết đặc biệt phần quá trình chỉ đạo thực hiện các hoạt động ngoại giao văn hóa tại các nước. Vậy nên, tùy thuộc vào từng thời điểm, tác giả lựa chọn những không gian phù hợp, các hoạt động tiêu biểu để thể hiện nội hàm của ngoại giao văn hóa

- Phạm vi thời gian: Tập trung vào giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2016, có nghiên cứu thời gian trước 2006 và sau 2016. Mốc bắt đầu là năm

2006 (Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam), mốc kết thúc là năm 2016 (Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng Cộng sản Việt Nam). Sự xác định mốc có ý nghĩa tương đối vì yêu cầu của một đề tài khoa học lịch sử là sự nhìn nhận của một quá trình đặt trong bối cảnh lịch sử cụ thể, có sự ảnh hưởng của thời gian trước và sự tác động đối với khoảng thời gian sau đó.

- Phạm vi nội dung chủ yếu: Luận án nghiên cứu các chủ trương của Đảng Cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa bao gồm: quan điểm, mục tiêu, nhiệm vụ và quá trình chỉ đạo của Đảng trên các nội dung chính như: Xây dựng cơ chế, chính sách ngoại giao văn hóa trong hoạt động thông tin đối ngoại, quảng bá hình ảnh Việt Nam trên thế giới; hoạt động ngoại giao văn hóa qua công tác người Việt Nam ở nước ngoài; hoạt động ngoại giao văn hóa thông qua hợp tác với các tổ chức quốc tế.

4. Cơ sở lý luận, nguồn tài liệu và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý luận

Luận án được thực hiện dựa trên cơ sở phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh.

4.2. Nguồn tài liệu

- Các văn kiện của Đảng và Nhà nước Việt Nam có liên quan đến vấn đề đối ngoại, văn hóa, ngoại giao văn hóa, trao đổi hợp tác quốc tế về văn hóa, nhiệm vụ và mục tiêu của công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

- Các báo cáo tổng kết văn hóa - thông tin; Niên giám thống kê ngành Ngoại giao, Văn hóa - Thông tin; Những tài liệu liên quan đến hoạt động giao lưu hợp tác, trao đổi văn hóa với nước ngoài được lưu trữ tại Trung tâm lưu trữ Quốc gia III. Các công trình nghiên cứu, các sách xuất bản, tạp chí, luận án, luận văn, tiểu luận, đề tài cấp bộ... những website có liên quan đến mảng thông tin về đối ngoại, ngoại giao văn hóa, hợp tác quốc tế trên lĩnh vực văn hóa có liên quan đến đề tài.

4.3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu chủ yếu mà luận án sử dụng là phương pháp lịch sử và phương pháp logic. Phương pháp lịch sử, nhằm trình bày, phân tích các sự kiện có liên quan đến sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam về vấn đề ngoại giao văn hóa trong quá trình lịch sử hiện thực. Phương pháp logic được sử dụng trong luận án này nhằm khái quát, đánh giá về ưu điểm, hạn chế và rút ra những kinh nghiệm cơ bản nhất của Đảng Cộng sản Việt Nam trong quá trình lãnh đạo ngoại giao văn hóa.

Ngoài ra luận án còn sử dụng một số phương pháp khác như thống kê, phân tích, so sánh và tổng hợp... để làm rõ sự thay đổi cũng như những phát triển về đường lối đối ngoại và đường lối ngoại giao văn hóa có liên quan đến chủ trương mở rộng giao lưu văn hóa với nước ngoài. Phương pháp tiếp cận liên ngành được sử dụng trong luận án này nhằm mục đích khai thác những nội dung liên quan đến khái niệm công cụ của luận án, những vấn đề có tính chất chuyên sâu mà khoa học lịch sử Đảng không thể bao quát hết.

5. Đóng góp mới của luận án

- Cung cấp hệ thống tư liệu phong phú, tin cậy, cập nhật về Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016

- Góp phần làm rõ quá trình Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo về ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016; qua đó làm rõ sự phát triển tư duy nhận thức của Đảng Cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa và vai trò của ngoại giao văn hóa đối với phát triển đất nước.

- Nêu lên những nhận xét về thành tựu, hạn chế, nguyên nhân

- Đúc rút kinh nghiệm có giá trị tham khảo, vận dụng trong công tác lãnh đạo ngoại giao văn hóa trong thời gian tới.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án

- Ý nghĩa khoa học

Thông qua nghiên cứu, tái hiện và luận giải sự lãnh đạo công tác ngoại

giao văn hóa của Đảng Cộng sản Việt Nam, luận án góp phần khắc họa bức tranh lịch sử tổng thể về sự lãnh đạo của Đảng lĩnh vực ngoại giao văn hóa trong giai đoạn này; góp phần làm cho công tác nghiên cứu, tuyên truyền về Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam trong thời kỳ đổi mới thêm toàn diện và sâu sắc.

- Ý nghĩa thực tiễn

Những kết quả nghiên cứu của luận án, nhất là những kinh nghiệm đúc kết từ thực tiễn lãnh đạo công tác ngoại giao văn hóa của Đảng Cộng sản Việt Nam có thể dùng làm luận cứ, tham khảo trong công tác ngoại giao văn hóa ở những giai đoạn tiếp theo.

Luận án có thể dùng làm tài liệu tham khảo trong nghiên cứu, giảng dạy về Đảng Cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa

7. Kết cấu của luận án

Kết cấu Luận án: ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục tài liệu tham khảo, Phụ lục, Danh mục công trình nghiên cứu khoa học đã công bố của tác giả liên quan luận án, Luận án được kết cấu với 04 chương:

Chương 1: Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

Chương 2: Chủ trương và sự chỉ đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa (2006-2010)

Chương 3: Chủ trương và sự chỉ đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa (2011-2016)

Chương 4: Nhận xét và kinh nghiệm.

Chương 1

TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

1.1. NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1.1.1. Nhóm những công trình nghiên cứu về văn hóa

Văn hóa là một lĩnh vực xã hội rộng lớn, văn hóa có mặt khắp mọi nơi trong đời sống của con người. Nói đến con người, nói đến xã hội là nói đến văn hóa, có thể nhận thấy rằng, về phương diện nào đó, lịch sử phát triển loài người chính là lịch sử phát triển văn hóa. Chính vì vậy, đã có rất nhiều công trình đã nghiên cứu nói về vai trò của văn hóa đối với sự xu thế phát triển của mối quan hệ quốc tế cũng như trong việc hoạch định chính sách đường lối phát triển của các quốc gia.

Cuốn Samuel P. Huntington, *Sự va chạm của các nền văn minh* [186]. Tác giả cuốn sách cho rằng nguồn gốc của các cuộc xung đột trên thế giới sẽ không còn là hệ tư tưởng hay kinh tế, mà nguyên nhân bao trùm mọi sự chia rẽ và xung đột của loài người chính là văn hóa; sự đụng độ giữa các nền văn minh sẽ trở thành nhân tố chi phối chính trị thế giới; văn hóa và bản sắc văn hóa, mà mức độ rộng nhất chính là bản sắc văn minh, đang hình thành các mẫu liên kết, tan rã và xung đột trong thế giới hậu Chiến tranh lạnh; trong kỷ nguyên sắp tới những va chạm giữa các nền văn minh là mối đe dọa lớn nhất cho nền hòa bình thế giới. Cuốn Daron Acemoglu, James A. Robinson, *Tại sao các quốc gia thất bại* [45] luận giải về bức tranh giàu nghèo trên thế giới, trong đó có sự tác động của văn hóa. Francois Jullien trong cuốn *Tính khả tri của văn hóa* [70] khẳng định "ngôi trị vì" của văn hóa, là động cơ tinh thần hun đúc, thúc đẩy khối đông người vận động, chọn hướng sinh tồn.

Về bản sắc văn hóa và các giá trị văn hóa truyền thống của Việt Nam có nhiều công trình nghiên cứu, đáng chú ý có thể kể đến: Trần Văn Giàu,

Giá trị truyền thống của dân tộc Việt Nam [73], Trần Quốc Vương, *Cơ sở văn hóa Việt Nam* [229]; Ngô Đức Thịnh, *Giao tiếp văn hóa và vai trò của nó đối với quy luật đổi mới cái truyền thống trong văn hóa các dân tộc Việt Nam và Đông Nam Á* [204]; Trần Ngọc Thêm, *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam* [202]. 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 cho rằng: Điều quan trọng nhất có giá trị của ngoại giao văn hóa Việt Nam là giới thiệu cái hồn, cái tinh túy, và nét đẹp của con người Việt Nam. 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 các chương trình cụ thể và thiết thực trong việc bảo tồn các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể.

Có rất nhiều công trình đã nghiên cứu về văn hóa, trong đó có đề cập đến các vấn đề như bản chất, chức năng và quy luật phát triển của văn hóa. Đặc biệt các công trình, đề tài nghiên cứu về văn hóa đều khẳng định rằng: quy luật giao lưu và tiếp biến văn hóa là một trong những quy luật chung của sự phát triển về văn hóa. Từ đó, vấn đề về giao lưu văn hóa, tiếp biến văn hóa cũng như những đặc trưng cơ bản của nó đã được các nhà nghiên cứu bàn luận rất sâu sắc.

Giáo sư Vũ Dương Ninh, một nhà khoa học Việt Nam có nhiều công trình cũng như đề tài nghiên cứu về lịch sử thế giới, lịch sử Việt Nam, trong bài viết “*Kinh nghiệm lịch sử và hội nhập văn hóa thế giới*” [175] đã khẳng định: “Thời đại thông tin ngày nay không cho phép kéo dài như vậy và đóng cửa như vậy. Khi mà mỗi sự kiện xảy ra từ một nơi nào đó trên hành tinh, ngay lập tức, được truyền đến từng căn phòng thì sự đóng cửa, bung bít, ngăn cản đều không thể làm được. Khi đã nhận thức sự giao lưu văn hóa là một quy luật tất yếu của đời sống, một nhu cầu tự nhiên của con người thì thực hiện sự

giao lưu ấy một cách chủ động, tích cực và có chọn lọc là chọn lựa là phương sách thông minh nhất” [175].

Bàn về tính tất yếu của sự giao lưu văn hóa trong điều kiện toàn cầu hóa là nội dung của nhiều công trình, trong đó có các công trình như: Dương Phú Hiệp, *Tác động của toàn cầu hóa đối với sự phát triển văn hóa và con người Việt Nam*” [83]. Cuốn sách là tập hợp các bài phân tích, luận chứng của những nhà khoa học, học giả nghiên cứu về đối ngoại, đối ngoại trên lĩnh vực về văn hóa, ngoại giao văn hóa, xoay quanh chủ đề hội nhập văn hóa trong điều kiện toàn cầu hóa diễn ra mạnh mẽ, các tác giả đã đưa ra những lý thuyết bàn về phát triển văn hóa cũng như con người trong điều kiện toàn cầu hóa hiện nay. Trong đó có đề cập đến tác động của toàn cầu hóa - cơ hội và thách thức đối với sự phát triển của văn hóa cũng như con người Việt Nam đã khẳng định:

Hội nhập văn hóa thế giới là một hiện tượng tự nhiên, thường xuyên, có ý thức và không có ý thức. Điều đó như một làn gió mang lại sự trong lành nhưng cũng không loại trừ khí độc. Tuy nhiên, không vì sợ hãi khí độc mà đóng chặt cửa, thi hành chính sách bế quan tỏa cảng. Trong thời đại toàn cầu hóa ngày nay, chỉ có mở rộng cánh cửa, hội nhập quốc tế, đón nhận những cái hay, cái tốt của thế giới mới đi đúng xu thế phát triển của loài người [83].

Qua các công trình: Nguyễn Văn Dân, *Văn hóa và sự phát triển trong bối cảnh toàn cầu hóa* [46]; Lê Thị Ngọc Diệp, *Tính hai mặt của toàn cầu hóa trong quá trình giao lưu và tiếp biến văn hóa* [69]... các tác giả đã luận giải một cách khoa học về tính hai mặt của toàn cầu hóa trong bối cảnh giao lưu và tiếp biến văn hóa. Đặc biệt, qua cuốn Phạm Xuân Nam, *Sự đa dạng văn hóa và đối thoại giữa các nền văn hóa - một góc nhìn từ Việt Nam* [168], các tác giả đã tiến hành nghiên cứu một cách có hệ thống và toàn diện về sự đa dạng văn hóa và đối thoại giữa những nền văn hóa khác nhau từ đó phân tích những đặc trưng, cơ hội cũng như thách thức; đồng thời dự báo những chiều hướng phát triển của văn hóa Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay.

Từ việc khẳng định vai trò quan trọng của giao lưu về văn hóa, các nhà nghiên cứu đề cập đến vấn đề nội dung và các hình thức giao lưu văn hóa, đánh giá thực trạng giao lưu văn hóa ở nước ta hiện nay và vấn đề làm thế nào để giao lưu văn hóa một cách hiệu quả.

Về nội dung, giao lưu văn hóa diễn ra trên tất cả những lĩnh vực của văn hóa: văn hóa khoa học, văn hóa giáo dục, văn hóa lối sống, văn hóa đạo đức, văn hóa nghệ thuật... Tác giả Nguyễn Văn Tình trong bài “*Thành quả và hạn chế trong giao lưu và hợp tác quốc tế về văn hóa*” in trong cuốn sách “*Văn hóa - Sức mạnh nội sinh của sự phát triển*” [177] đã viết: “*Giao lưu văn hóa là sự giới thiệu, tiếp nhận, trao đổi những giá trị văn hóa về hệ tư tưởng, đạo đức, lối sống, tôn giáo, truyền thống, tập quán, kỹ thuật, nghệ thuật và sự hiểu biết giữa các cộng đồng khác nhau*” [177]. Về hình thức, trong lịch sử, giao lưu về văn hóa có thể diễn ra một cách tự phát hoặc tự giác, trực tiếp hoặc gián tiếp, hòa bình, tự nguyện hoặc cưỡng bức, áp đặt. Các hình thái giao lưu văn hóa thể hiện qua hai chiều “cho” và “nhận”: “giao lưu là cho và nhận: cho tức là đưa ra, giới thiệu ra những giá trị của mình cho nước khác và nhận là tiếp thụ vào những giá trị từ ngoài mà có lợi cho ta, trong hoàn cảnh và điều kiện của ta” [124]. Hiện nay, giao lưu văn hóa được thể hiện dưới nhiều hình thức phong phú như: giao lưu chính thức giữa các cơ quan nhà nước theo sự hiệp thương và thỏa thuận bằng các hiệp nghị, các văn bản; giao lưu bằng việc nhận viện trợ có hoàn lại hay không hoàn lại; giao lưu bằng sự chi viện của bản thân một số nước nào đó mà không đòi hỏi hoặc nhận lại cái gì; giao lưu bằng trao đổi các đoàn, bằng việc cử đoàn ra hoặc mời đoàn vào; giao lưu bằng việc Nhà nước cho phép các cá nhân tự bỏ tiền ra nước ngoài học tập...

Nhiều công trình nghiên cứu đề cập đến vấn đề làm thế nào để giao lưu văn hóa hiệu quả. Giao lưu vì hữu nghị, vì lợi ích chung trên nhiều lĩnh vực trong xu thế hội nhập, đồng thời đảm bảo an ninh chính trị, trật tự về an toàn

xã hội, cũng như bản sắc văn hóa của đất nước là một công việc vô cùng quan trọng và cấp bách trong thời kỳ đổi mới hiện nay ở Việt Nam. Viết về vấn đề này có nhiều bài viết đáng chú ý là bài “*Phát huy sức mạnh nội sinh của bản sắc văn hóa dân tộc trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa Việt Nam*” [210]; bài viết làm rõ sức mạnh nội sinh là bản sắc văn hóa dân tộc, nhất là trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa, cần sức mạnh tổng hợp cả trong nước và quốc tế.

Ngoài ra trong một số tác phẩm có nội dung về văn hóa, ngoại giao văn hóa, tiêu biểu cuốn: Vũ Khiêu, *Mấy vấn đề văn hóa và phát triển ở Việt Nam hiện nay*; Nguyễn Trọng Chuẩn, *Tìm hiểu giá trị văn hóa truyền thống trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa* [42]; “*Giá trị truyền thống trước thách thức của toàn cầu hóa*” [43]... Các tác giả đã nêu ra và phân tích các vấn đề đang đặt ra giữa phát triển và bảo tồn, cũng như phát huy giá trị của văn hóa truyền thống; về sự lựa chọn con đường phát triển, những vấn đề đặt ra giữa văn hóa và kinh tế và chính trị; mối quan hệ giữa văn hóa truyền thống với sự phát triển; vấn đề giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc với mở cửa hội nhập, tiếp thu văn hóa nhân loại.

Cuốn Phạm Thái Việt, Đào Ngọc Tuấn, *Đại cương về văn hóa Việt Nam* [223] hệ thống hóa một số khái niệm và phương pháp cơ bản nhất của văn hóa học, qua đó khảo sát sơ bộ về văn hóa Việt Nam nhằm đưa ra cách thức phát huy giá trị của văn hóa phục vụ cho sự nghiệp xây dựng, phát triển đất nước. Cuốn Hoàng Tuấn Anh, *Xây dựng nhân cách văn hóa: Những bài học kinh nghiệm trong lịch sử Việt Nam* [2] đã phân tích những đặc trưng giá trị văn hóa tinh thần, nhân cách con người Việt Nam, từ đó đặt ra yêu cầu cho thời kỳ mới, xây dựng cơ sở nền tảng để phát huy ngoại giao về văn hóa. Vấn đề này còn được đề cập đến trong các bài viết như: Trần Hoàn, *Giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc là cơ sở mở rộng cánh cửa giao lưu với các nước* [89], Đào Đình Thường, *Phát huy sức mạnh nội sinh*

của bản sắc văn hóa dân tộc trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa Việt Nam [210], Trường Lưu, *Hợp tác và giao lưu văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa* [136], Vân Quế, *Giao lưu văn hóa quốc tế - Hòa nhập nhưng không được hòa tan* [182]...

Nhìn chung trong nhóm công trình nghiên cứu về văn hóa, mỗi công trình nghiên cứu đều có bàn đến một số khía cạnh khác nhau và quy luật phát triển của văn hóa. Những nội dung liên quan trực tiếp đến đề tài này được thể hiện trong những vấn đề về khái niệm, tính tất yếu, vai trò, hình thức, nội dung của giao lưu văn hóa, cũng như đối ngoại trên lĩnh vực văn hóa hay văn hóa ngoại giao. Một số công trình bàn rất kỹ về cách thức tiếp nhận những tinh hoa văn hóa của nhân loại, làm sao để hội nhập về văn hóa thế giới, giao lưu văn hóa thể hiện được sự chủ động, quảng bá được hình ảnh của Việt Nam trên thế giới mà vẫn giữ được bản sắc của văn hóa dân tộc. Điều quan trọng nhất là những công trình nhóm 1 đã cung cấp cho luận án một số khái niệm công cụ, định hướng, cho tác giả nghiên cứu luận án được tập trung hơn và tránh được những nhận định chủ quan phiến diện không căn cứ.

1.1.2. Nhóm những công trình nghiên cứu về ngoại giao văn hóa, ngoại giao văn hóa Việt Nam

Có nhiều những công trình nghiên cứu vừa đề cập đến việc làm rõ khái niệm ngoại giao về văn hóa, vừa khẳng định được vai trò, vị trí của lĩnh vực văn hóa trong thực hiện chính sách về ngoại giao và chính sách về văn hóa của những nước trên thế giới nói chung cũng như ở Việt Nam nói riêng.

Ngoại giao về văn hóa là nội dung thu hút sự quan tâm, chú ý của cả các nhà Nghiên cứu Quan hệ quốc tế cũng như các nhà hoạch định chính sách trên thế giới trong những năm gần đây. Khái niệm Ngoại giao văn hóa được xem xét trong phạm vi của khái niệm “quyền lực mềm” được Joshep. S. Nye đưa ra lần đầu tiên trong cuốn sách: *“Bound to Lead: the changing Nature Of America Power”* (Ràng Buộc Để Dẫn Đầu: Bản Chất Thay Đổi Của Quyền Lực Mỹ)

[245], trong bối cảnh việc sử dụng quyền lực cứng không còn là một sự lựa chọn tiên quyết và duy nhất của những quốc gia trên thế giới. Theo đó ngoại giao văn hóa được xem như là công cụ, yếu tố để xác lập “quyền lực mềm” của một nhà nước. J.S.Nye cho rằng, trong thời đại thông tin, sức mạnh mềm (khả năng qua cảm hóa và kêu gọi của hình thái ý thức văn hóa để tiến hành thu hút) đang có sức ảnh hưởng lớn hơn so với bất kỳ thời gian nào trước đây. Mở rộng văn hóa và quyền lực văn hóa, giành lấy “bá quyền văn hóa” đã tạo thành lĩnh vực mới trong việc xác lập vị trí, củng cố địa vị quốc tế trong mối quan hệ quốc tế giữa các quốc gia hiện nay để bảo vệ lợi ích quốc gia. Ông cho rằng, thế giới ngày nay nếu nền văn hóa của một nước ở vào địa vị trung tâm thì các nước khác sẽ tự động xích lại gần nó, nếu quan niệm giá trị của một nước chi phối trật tự chính trị quốc tế thì nước đó tất nhiên ở vào địa vị lãnh đạo cộng đồng quốc tế [248].

Với việc đề cao vai trò của văn hóa, thế kỷ XXI được coi là thế kỷ của ngoại giao văn hóa. Hiện nay, toàn cầu hóa mạnh mẽ, văn hóa không chỉ là bối cảnh của ngoại giao, mà đã trở thành tôn chỉ hoạt động của ngoại giao, là căn cứ của quyết sách ngoại giao, là mục tiêu của yêu cầu ngoại giao. Theo Commings Mitoln, *Culture Diplomacy and Unisted Stated Governement* (Ngoại giao văn hóa và Chính phủ Hoa Kỳ) [239] ngoại giao về văn hóa là cách thức trao đổi ý tưởng, thông tin, nghệ thuật và nhiều khía cạnh khác nhau của văn hóa giữa các quốc gia và dân tộc nhằm thúc đẩy sự hiểu biết qua lại. Hay nhóm Demos, *Cultural is a Central Component of International Relation* (Văn hóa là thành phần trung tâm của quan hệ quốc tế) [237] cho rằng ngoại giao văn hóa không dễ gì mà định nghĩa được, song họ xem xét nó ở phương diện rộng hơn với công việc bao gồm cả những thứ thuộc về khuynh hướng văn hóa đại chúng - ví dụ thể thao, văn hóa phổ thông và khoa học. Họ lý giải rằng ngoại giao về văn hóa trước đây thường được cho là những mối quan hệ giữa các tầng lớp thượng lưu, và văn hóa là thứ ngôn ngữ

chung, phổ quát của họ. Giờ đây văn hóa được tạo ra bởi quần chúng và bất kỳ thể loại văn hóa nào cũng được thưởng thức dễ dàng và thường xuyên bởi đông đảo mọi người.

Trong quá trình nghiên cứu, định nghĩa của ngoại giao văn hóa, đã được phát triển rộng hơn. Các nhà nghiên cứu, với những cách thức tiếp cận khác nhau, điều đó dẫn đến sự hình thành ba trường phái tư tưởng về ngoại giao văn hóa như GienowHecht [240, 241] đã đề cập. Trường phái thứ nhất xem xét ngoại giao về văn hóa như là hoạt động do nhà nước chỉ đạo. Theo đó, khái niệm về tuyên truyền và ngoại giao về văn hóa được sử dụng hoán đổi cho nhau. Học giả thuộc trường phái này văn hóa là một công cụ cho chính sách của nhà nước. Trường phái thứ hai nhìn nhận ngoại giao về văn hóa như là một công cụ nhằm thực thi loại bỏ chính trị. Nó đề xuất rằng để tiến hành ngoại giao văn hóa, cần phải có sự phối hợp của cả nhân tố nhà nước và nhân tố phi nhà nước. Trường phái cuối cùng cho rằng ngoại giao về văn hóa đã vượt qua giới hạn của nhà nước. Nó biện giải rằng ngoại giao về văn hóa đòi hỏi các hoạt động về ngoại giao của nhân tố phi nhà nước hoặc thúc đẩy một nền văn hóa của một nước bởi nhân dân và không bị giới hạn bởi các lợi ích và các chính sách của nhà nước.

Tại Việt Nam, trong những năm gần đây, đặc biệt là sau “*Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020*” [40] của Chính phủ thì việc nghiên cứu về Ngoại giao văn hóa được phát triển cả về số lượng cũng như chất lượng.

Về sách giáo trình có một số cuốn tiêu biểu như: Lê Thanh Bình, *Giáo trình quan hệ công chúng chính phủ trong văn hóa đối ngoại* (2011) [16]; Vũ Dương Huân, *Ngoại giao và công tác ngoại giao* (2009) [97]; Viện Quan hệ Quốc tế, “*Những vấn đề quốc tế đương đại và quan hệ đối ngoại của Việt Nam*” của Viện Quan hệ Quốc tế [222]... Đây là những công trình nghiên cứu đi sâu nội dung về quan hệ đối ngoại, về ngoại giao văn hóa có giá trị tham khảo.

Cuốn sách Lê Thanh Bình “*Một số vấn đề về quản lý nhà nước kinh tế*

văn hóa giáo dục trên thế giới và Việt Nam” [15] đã đưa ra những nội dung về khái niệm ngoại giao văn hóa và khẳng định tính tất yếu của giao lưu về văn hóa quốc tế trong thời đại ngày nay: “Ngoại giao văn hóa trong thời đại kinh tế tri thức ngày càng có ý nghĩa quan trọng, đem lại nhiều hiệu quả to lớn, lâu dài theo phương cách hòa bình, nên nhiều quốc gia đặc biệt chú trọng. Ngoại giao văn hóa có nội hàm là sự tổng hòa các mối quan hệ đối ngoại mang đầy đủ tính hội thông, liên thông và tương thông mà nhà nước của một quốc gia đứng ra chủ trì, điều hành. Đó là mối quan hệ văn hóa chính thức (official cultural relation) trong đó lấy lợi ích quốc gia, dân tộc (kể cả lợi ích văn hóa dân tộc) làm chủ thể để tiến hành mọi chiến lược, sách lược bằng thủ pháp văn hóa, con đường văn hóa [15, tr.310].

Các công trình nghiên cứu ngoại giao văn hóa cũng như chính sách đối ngoại của các nước trên thế giới và kinh nghiệm đối với Việt Nam như:

Dương Văn Quảng (chủ biên), “*Chính sách đối ngoại của Pháp dưới nền cộng hòa thứ V*” [180] đã nêu rõ những chính sách ngoại giao văn hóa của Pháp, đặc biệt là trong Cộng đồng Pháp ngữ và UNESCO; Nguyễn Thái Yên Hương, Tạ Minh Tuấn, “*Các vấn đề nghiên cứu về Hoa Kỳ*” [103] đã phân tích rất kỹ yếu tố về văn hóa trong chính sách đối ngoại của Mỹ, vai trò của lĩnh vực văn hóa đối với việc mở rộng “giá trị” Mỹ ra thế giới. Cuốn “*Chính sách đối ngoại của Hoa Kỳ sau Chiến tranh Lạnh*” [185] do Randall B. Ripley và James M. Lindsay chủ biên phân tích những điều chỉnh chiến lược của Hoa Kỳ sau Chiến tranh Lạnh, trong đó có việc huy động tất cả các nguồn lực quân sự, kinh tế cũng như chính trị và văn hóa để đạt được các mục tiêu đối ngoại. Cuốn “*Ngoại giao nhân dân trong quan hệ đối ngoại của Mỹ*” [209] đã phân tích kỹ ngoại giao nhân dân, yếu tố tác động trực tiếp đến sức mạnh mềm của Mỹ.

Nghiên cứu về ngoại giao văn hóa cũng như chính sách đối ngoại của Trung Quốc thời gian qua đã có nhiều công trình liên quan, tiêu biểu: cuốn *Sở*

Thụ Long – Kim Uy, “*Chiến lược và chính sách ngoại giao của Trung Quốc*” [134] nêu rõ vai trò cũng như vị trí của văn hóa trong hoạch định chiến lược và chính sách đối ngoại của Trung Quốc; Bành Tân Lượng, *Ngoại giao văn hóa và sức mạnh mềm Trung Quốc: Một góc nhìn toàn cầu* hóa đề cập khá cụ thể về ngoại giao văn hóa và việc gia tăng của sức mạnh mềm, đề xướng văn hóa Trung Hoa trong một thế giới đang diễn ra toàn cầu hóa mạnh mẽ [135]; Trương Thanh Mẫn, *Ngoại giao Trung Quốc* nêu rõ những nội dung ngoại giao về văn hóa của Trung Quốc [143]. Qua công trình này có nhiều nội dung hàm ý cho sự phát triển ngoại giao, ngoại giao văn hóa của Việt Nam.

Ngoài ra còn có các công trình: Lê Văn Mỹ, *Ngoại giao Cộng hòa nhân dân Trung Hoa 20 năm đầu Thế kỷ XX* [164]; *Ngoại giao Cộng hòa nhân dân Trung Hoa 30 năm cải cách mở cửa (1978-2008)* [163] và cuốn “*Ngoại giao Trung Quốc trong quá trình trở dậy và những vấn đề đặt ra cho Việt Nam*” [166]... đã nêu rõ đường lối ngoại giao của Đảng Cộng sản Trung Quốc trong thời kỳ cải cách mở cửa và những năm đầu thế kỷ XXI cũng như vai trò của ngoại giao văn hóa trong chính sách về đối ngoại và tăng cường sức mạnh mềm của Trung Quốc.

Các công trình đề cập, nghiên cứu về quá trình hợp tác văn hóa giữa Việt Nam đối với các nước trên thế giới:

Về nội dung này có nhiều công trình sách, bài báo khoa học, đáng chú ý là bài viết: Nguyễn Thị Thùy Yên, *Ngoại giao văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế*” [230, tr.3-7] bàn về hoạt động của ngoại giao về văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế; Trình bày thực trạng nền văn hóa Việt Nam trong bối cảnh giao lưu về văn hóa quốc tế, phân tích sự cần thiết trong việc giao lưu văn hóa giữa các nước với nhau để xây dựng một nền văn hóa của đất nước Việt Nam tiên tiến cũng như đậm đà bản sắc của dân tộc.

Cuốn “*Đối sách của các quốc gia và vùng lãnh thổ ở Đông Bắc Á về sự gia tăng quyền lực mềm*” (2013) do Hoàng Minh Lợi chủ biên [131] đã bàn về

sự gia tăng quyền lực mềm tại khu vực Đông Bắc Á và tác động của nó tới nhiều quốc gia (trong đó có Việt Nam). Các tác giả đề xuất, Việt Nam cần phải có những đối sách thích hợp để biến những lợi thế, sức mạnh trở thành “quyền lực mềm phục vụ hữu hiệu cho việc xây dựng hình ảnh và vị thế quốc gia”.

Năm 2007, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn thuộc Đại học Quốc gia Hà Nội tổ chức Hội thảo “*ASEAN: 40 năm nhìn lại và hướng tới*”. Hội thảo đã nhìn nhận thực tế 40 năm tồn tại và phát triển đã chứng tỏ rằng ASEAN đã tạo dựng được một bản sắc riêng, không hòa trộn, được các nước và cộng đồng quốc tế thừa nhận như là một “phong cách ASEAN”. Sự hình thành bản sắc hay phong cách đó gắn liền với cội nguồn văn hóa Đông Nam Á từ hàng nghìn năm trước và trở thành tài sản chung của ASEAN hiện nay. Ngoài ra còn một số bài viết liên quan đến ngoại giao văn hóa Việt Nam với ASEAN như: “*Hợp tác văn hóa, thông tin và giáo dục trong ASEAN trong thế kỷ XXI*” (2009) của Đỗ Hương Giang, Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á [71]; “*Quan hệ văn hóa Việt Nam - ASEAN: một cách tiếp cận*” của Lê Đình Tự [217]; “*Vài nét giao lưu văn hóa ASEAN - Trung Quốc và Việt Nam trong lĩnh vực thư viện*” (2012) của Phan Thị Kim Dung, Tạp chí Thư viện Việt Nam [49]...

Nhiều công trình đã khái quát quá trình giao lưu văn hóa giữa Việt Nam với các nước thành viên của EU như: bài viết Trần Phương Hoa, “*Quan hệ văn hóa Việt Nam - Liên minh châu Âu*” của tác giả trên Tạp chí Văn hóa dân gian, số 5 năm 2005 [81], tác giả đã trình bày mối quan hệ văn hóa hai chiều giữa Việt Nam và EU như một quá trình giao lưu văn hóa. Đồng thời tác giả phân tích một số nguyên nhân tại sao văn hóa không được các nhà hoạch định chính sách giữa Việt Nam và EU quan tâm. Tác giả cũng chỉ ra những dấu hiệu cho thấy quá trình âm dần của những giao lưu và trao đổi về văn hóa giữa hai bên; Trong bài viết Michael Reiterer, “*Việt Nam và Liên minh châu Âu trong bối cảnh hiện tại*” [184] đã trình bày một cách khái quát về quan hệ Việt Nam - EU trong bối cảnh thay đổi của thế giới và khu vực.

Tuy nhiên, tác giả chủ yếu chỉ chú trọng phân tích mối quan hệ của hai bên về hợp tác kinh tế, an ninh mà chưa đi sâu vào các quan hệ văn hóa giữa Việt Nam và EU.

Nghiên cứu ngoại giao về văn hóa có rất nhiều công trình đã viết về các lĩnh vực hoạt động của ngoại giao văn hóa cũng như các công cụ để tiến hành ngoại giao về văn hóa

Công trình, Phạm Thái Việt, Lý Thị Hải Yến, “*Ngoại giao văn hóa - Cơ sở lý luận, kinh nghiệm quốc tế và ứng dụng*” [226], đã đề cập đến ngoại giao về văn hóa như là xu thế tất yếu của thế giới trong thời đại mới. Cuốn sách được triển khai theo ba phần chính: Phần thứ nhất dựa trên các lý thuyết về truyền thông cũng như những lý thuyết về văn hóa đại chúng hiện có, hướng tới làm rõ những cơ sở lý luận cũng như cơ sở thực tiễn thực tiễn của ngoại giao về văn hóa; từ đó, xác định rõ vai trò của truyền thông đại chúng cũng như văn hóa đại chúng và cơ chế tương tác giữa chúng trong bối cảnh ngoại giao về văn hóa và coi đây là những công cụ cần thiết, quan trọng để thực thi ngoại giao về văn hóa; Phần thứ hai trình bày việc sử dụng các khung lý thuyết về truyền thông cũng như văn hóa đại chúng với tư cách là các công cụ cơ bản tiến hành ngoại giao văn hóa; Phần thứ ba phân tích thực tiễn của ngoại giao văn hóa một số quốc gia ở các khu vực tiêu biểu trên thế giới; từ đó, rút ra một số những kỹ năng cần thiết, cơ bản cho những hoạt động về xây dựng cũng như tổ chức thực hiện ngoại giao về văn hóa. Cùng với việc khái quát được thực tiễn của một số quốc gia trên thế giới đã thực hiện thành công được ngoại giao văn hóa, các tác giả cũng tiến hành phân tích khảo sát và làm rõ thực trạng của việc sử dụng hiệu quả truyền thông cho việc tuyên truyền quảng bá ngoại giao văn hóa của Việt Nam. Tất nhiên, những nội dung trong cuốn sách chủ yếu đề cập đến các nội dung chung nhất liên quan đến ngoại giao về văn hóa, vì vậy cuốn sách chưa gắn ngoại giao văn hóa với một giải pháp cụ thể nào để thực hiện ngoại giao về văn hóa ở Việt Nam.

Ngoại giao về văn hóa cũng có thể được hiểu là tổng thể những hoạt động về văn hóa do Nhà nước chỉ đạo, điều tiết và thực hiện ở bên ngoài lãnh thổ nhằm đảm bảo sự hiện diện văn hóa quốc gia và tăng cường quảng bá hình ảnh quốc gia đó ở nước ngoài, đó là một trong những nội dung của bài viết “Ngoại giao văn hóa và truyền thông văn hóa đối ngoại trong bối cảnh hội nhập quốc tế” [100, tr.79-90].

Đáng chú ý là ngoài các sách còn có các bài đăng tải trên các tạp chí khoa học có uy tín, các bài báo được đăng tải trên tạp chí chuyên ngành về ngoại giao văn hóa như: “*Thông tin truyền thông và đẩy mạnh ngoại giao văn hóa*” của Đỗ Quý Doãn, Tạp chí Cộng sản số 797, 3/2009 [48]; “*Ngoại giao văn hóa và truyền thông văn hóa đối ngoại trong bối cảnh hội nhập của quốc tế*” của Đặng Thị Thu Hương, Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế số 1, 3/2009 [100]; “*Ngoại giao văn hóa qua Festival tại Việt Nam*” của Đỗ Thị Minh Thúy, Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật số 335, 5/2012 [208]; “*Quan hệ công chúng và ngoại giao văn hóa*” của Phạm Thái Việt, Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế số 3, 9/2009 [225]; “*Ngoại giao văn hóa trong thời kỳ hội nhập*” của Cao Vũ Huyền, Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật số 336, 6/2012 [106]; “*Ngoại giao văn hóa trong chiến lược phát triển hòa bình của Trung Quốc*” của Phạm Hồng Yến, Tạp chí Quốc tế số 2, 6/2011 [232]; “*Ngoại giao văn hóa: Trung Quốc quảng bá quốc gia như thế nào?*” của Thạch Hà, Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế số 2, 6/2009 [74].

Những công trình nghiên cứu đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của ngoại giao văn hóa của Việt Nam

Ở góc nhìn về những biện pháp, cách thức thực hiện ngoại giao về văn hóa, tác giả Phạm Quốc Sử [193, tr.7-13] qua bài viết: “*Tôn vinh bản sắc dân tộc trong ngoại giao văn hóa*” đã chỉ ra vai trò của bản sắc dân tộc Việt Nam trong quá trình ngoại giao văn hóa. Việc tôn vinh bản sắc, đặc trưng của văn hóa dân tộc chính là một sự đảm bảo về tính hiệu quả và bền vững trong quá trình ngoại giao văn hóa.

Khi đề cập đến ngoại giao văn hóa và chiến lược về ngoại giao văn hóa của Việt Nam, phần lớn các bài viết đều tiếp cận ở góc độ vai trò, sự cần thiết của ngoại giao văn hóa. “Ngoại giao văn hóa” và gia tăng “sức mạnh mềm” của dân tộc Việt Nam trong quá trình hội nhập và phát triển” của nhà nghiên cứu Song Thành [200] là một bài viết khá hấp dẫn, phản ánh khá trung thực những vấn đề mà ngoại giao văn hóa Việt Nam gặp phải. Bên cạnh đó, bài viết cũng đưa ra các giải pháp để giải quyết những vấn đề đó, để ngoại giao văn hóa thực sự là một trong ba trụ cột của ngoại giao Việt Nam.

Bài viết Võ Văn Hải, *Đẩy mạnh ngoại giao văn hóa trong hội nhập quốc tế* [78] cũng đã chỉ ra ngoại giao về văn hóa là một tất yếu trong thời kỳ giao lưu, hội nhập thế giới. Ngoại giao văn hóa là sự kế thừa truyền thống của ngoại giao “tâm công” của Việt Nam, nó phù hợp với xu thế phát triển của thời đại cũng như thế giới. Tác giả cũng đưa ra các biện pháp, cách thức để tăng cường hiệu quả của ngoại giao văn hóa.

Bài viết Dương Quốc Thanh, *Yếu tố văn hóa trong quan hệ quốc tế hiện đại* [195] đã điếm lại những điếm chính trong quan hệ quốc tế lấy yếu tố văn hóa làm trung tâm và trên cơ sở đó, đề xuất một số gợi ý chính sách về ngoại giao về văn hóa đối với Việt Nam trong giai đoạn mới.

Một số công trình nghiên cứu khác có bàn sâu thêm về cách thức làm cho giao lưu cũng như hợp tác quốc tế về văn hóa ngày càng hiệu quả hơn trong công cuộc đổi mới đáng chú ý như bài viết của Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Phạm Gia Khiêm: *“Ngoại giao Việt Nam hiện đại trong thời kỳ hội nhập”* [118] trong bài viết, tác giả khẳng định Đảng và Nhà nước đã có những chủ trương, chính sách về việc phát huy yếu tố văn hóa trong mọi hoạt động kinh tế, cũng như chính trị, xã hội và sinh hoạt của nhân dân, coi ngoại giao về văn hóa là một trong ba trụ cột chính của Ngoại giao Việt Nam hiện nay, bên cạnh ngoại giao về chính trị cũng như ngoại giao kinh tế, đồng thời có lúc đóng vai trò “mở đường” cho ngoại giao về chính trị cũng như ngoại giao về

kinh tế. Đồng thời, tác giả khẳng định những thuận lợi cũng như khó khăn, thách thức đối với Việt Nam khi thực hiện mở rộng đối ngoại ở trên lĩnh vực văn hóa, từ đó đưa ra những giải pháp nhằm triển khai hiệu quả các hoạt động ngoại giao văn hóa trong tình hình mới.

Bên cạnh những bài viết, những công trình nghiên cứu tiêu biểu có liên quan đến đề tài luận án, còn có nhiều tham luận trong các hội thảo chuyên đề về văn hóa, ngoại giao văn hóa với phạm vi khác nhau được tổ chức xung quanh vấn đề này như: Hội thảo do Khoa Văn hóa và Phát triển thuộc học viện Báo chí và Tuyên truyền chủ trì: “*Văn hóa và phát triển trong bối cảnh toàn cầu hóa ở nước ta hiện nay*” (ngày 30/12/2011); Hội thảo: “*Văn hóa đối ngoại trong thế giới hội nhập*” (tổ chức ngày 30/11/2011 tại trường Đại học Văn hóa Hà Nội) [55]. Hội thảo bàn về “những vấn đề lý luận và thực tiễn của văn hóa đối ngoại trong giai đoạn hiện nay”, trong đó có nhiều bài viết về ngoại giao tiêu biểu như các bài viết của Vũ Khoan, Phạm Sanh Châu, Lê Viết Duyên... Đáng chú ý là bài “*Ngoại giao văn hóa Việt Nam: Lý luận và thực tiễn trong thời kỳ hội nhập*” của Nguyễn Thái Yên Hương [102]. Tác giả cũng đề cập về ngoại giao và đánh giá thực trạng hoạt động của ngoại giao văn hóa Việt Nam trong những năm qua. Từ đó, đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả của ngoại giao văn hóa trong thời gian tới; Hội thảo “*Văn hóa trong thế giới hội nhập*” (2010) của Trường Đại học Văn hóa Hà Nội [55]. Kỳ yếu Hội thảo có nhiều bài về ngoại giao văn hóa, các bài viết của tác giả đã đề cập tới quan niệm về ngoại giao văn hóa và vai trò của ngoại giao văn hóa, sự khác nhau giữa ngoại giao về văn hóa và giao lưu văn hóa...

Ở phạm vi rộng, cấp quốc gia có nhiều hội thảo. Đáng kể là Hội thảo năm 2008 chuẩn bị những cơ sở về lý luận cũng như cơ sở về thực tiễn cho chiến lược ngoại giao về văn hóa của Việt Nam, Hội thảo quốc gia do Bộ Ngoại giao Việt Nam tổ chức tại Hà Nội ngày 15 - 16/10/2008: “*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”[32]. Các tham luận của Hội thảo đã đem đến một cái nhìn khá toàn diện về ngoại giao văn hóa Việt Nam: từ khái niệm, nội hàm, vai trò, xu hướng, giải pháp của ngoại giao văn hóa trong thời đại mới. Các bài viết đều nhấn mạnh: ngoại giao về văn hóa là xu thế tất yếu trong mối quan hệ quốc tế hiện nay. Việt Nam có những thuận lợi và khó khăn nhất định khi tham gia hoạt động này, do đó cần phải thấy và phát huy hết những mặt lợi thế để đem lại hiệu quả cho ngoại giao về văn hóa trong thế kỷ XXI. Tọa đàm do Bộ Ngoại giao Việt Nam tổ chức: “*Ngoại giao văn hóa, kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn Việt Nam*” tại Vĩnh Phúc ngày 23/3/2009; Ngày 10/06/2009, tại thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa, Bộ Ngoại giao Việt Nam và Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hòa đã phối hợp tổ chức hội thảo: “*Ngoại giao văn hóa Việt Nam và đóng góp của cộng đồng doanh nghiệp*”;...

Các đề tài nghiên cứu về ngoại giao văn hóa, phải kể đến công trình: “*Hoạt động ngoại giao văn hóa Việt Nam trong hai thập kỷ đầu thế kỷ XXI*” (2009) chủ nhiệm đề tài Phạm Sanh Châu, Vụ trưởng Vụ Văn hóa Đối ngoại, UNESCO [35]. Đây là là công trình nghiên cứu chuyên sâu đầu tiên bàn về ngoại giao văn hóa. Một lợi thế thấy rõ là nhóm tác giả chính là những người đang thực thi nhiệm vụ ngoại giao văn hóa nên sẽ gặp rất nhiều thuận lợi trong việc triển khai nghiên cứu. Thành công của đề tài là không chỉ đáp ứng được hiểu biết cơ bản ban đầu về ngoại giao văn hóa của Việt Nam mà còn hiểu biết được ngoại giao văn hóa trên thế giới hiện nay được tổ chức như thế nào.

Ngoài ra, còn một số bài viết về ngoại giao văn hóa trên các tạp chí chuyên ngành, tiêu biểu như: Phạm Gia Khiêm (2007), “*Vươn lên tầm cao ngoại giao khu vực và thế giới*”, Tuần báo Thế giới & Việt Nam, số 4041 [113]; Nguyễn Mạnh Cầm (1993), “*Trên đường triển khai chính sách đối ngoại theo định hướng mới*”, Tạp chí Cộng sản, số 4 [33]; Dương Văn Quảng (2009), “*Vai trò của báo chí trong công tác thông tin đối ngoại*”, Tạp chí Nghiên cứu quốc tế, số 76 [181]; Vũ Dương Huân (2007), “*Vài suy*

nghĩ về ngoại giao văn hóa”, Tạp chí Nghiên cứu quốc tế, số 71 [95]. Một số tham luận 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*” do Bộ Ngoại giao tổ chức tại Hà Nội năm 2008 [21]; tọa đàm “*Ngoại giao văn hóa: Kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn Việt Nam*” của Bộ Ngoại giao tại Vĩnh Phúc [23] và hội thảo “*Ngoại giao văn hóa và đóng góp của cộng đồng doanh nghiệp*” tại Nha Trang năm 2009 [24]; Hội thảo “*Văn hóa đối ngoại trong thế giới hội nhập*” do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức năm 2011 [29]; đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ “*Ngoại giao văn hóa Việt Nam trong hai thập kỷ đầu thế kỷ XXI*” do Vụ UNESCO Bộ Ngoại giao thực hiện năm 2011 [32].

Nhìn tổng quan nhóm công trình nghiên cứu về ngoại giao văn hóa, ngoại giao văn hóa Việt Nam, tác giả luận án nhận thấy đã có khá nhiều công trình nghiên cứu về văn hóa, ngoại giao về văn hóa, chính sách văn hóa của Việt Nam trong thời kỳ đổi mới cũng như hội nhập quốc tế. Ở những mức độ khác nhau, các công trình này đã mô tả được thực trạng, những nét chính về những nội dung của ngoại giao văn hóa; một số mặt đã đạt được và những điểm còn hạn chế và phương hướng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động ngoại giao về văn hóa ở Việt Nam.

Nghiên cứu các công trình ở nhóm này, tác giả luận án đã có được cái nhìn tổng quan về thực trạng của ngoại giao văn hóa trước, trong và cả sau thời gian thuộc phạm vi nghiên cứu của đề tài: “*Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến 2016*”. Điều này tác động trực tiếp đến việc giải quyết những nhiệm vụ của luận án. Đó là việc giúp tác giả luận án định hướng để viết phần quá trình chỉ đạo thực hiện chủ trương của Đảng về ngoại giao văn hóa; cho phép tác giả luận án có những căn cứ thực tế để khái quát kết quả thực hiện chủ trương ngoại giao văn hóa, đánh giá sự lãnh đạo của Đảng đối với những hoạt động của ngoại giao văn hóa

1.1.3. Nhóm những công trình nghiên cứu sự lãnh đạo của Đảng về lĩnh vực văn hóa, ngoại giao văn hóa

Nghiên cứu về sự lãnh đạo của Đảng trên lĩnh vực đối ngoại về văn hóa là chủ đề một số công trình đề cập ở những góc độ, mức độ khác nhau có liên quan nhiều đến đề tài của luận án “Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến 2016”. Cụ thể được thể hiện ở một số nội dung sau:

Về chính sách đối ngoại cũng như ngoại giao văn hóa của Việt Nam, có khá nhiều công trình riêng, hoặc đã đề cập trong một số công trình, trong đó đáng chú ý là các cuốn sách “*Định hướng chiến lược đối ngoại Việt Nam*” [152] do Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Phạm Bình Minh chủ biên đã phân tích rõ các yếu tố cấu thành trường phái ngoại giao Việt Nam, trong đó có yếu tố văn hóa. Cuốn “*Tư tưởng ngoại giao Hồ Chí Minh*” [172] của nguyên Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Di Niên phân tích và nêu bật những tư tưởng ngoại giao của Chủ tịch Hồ Chí Minh, trong đó có nội dung về xây dựng mối đoàn kết quốc tế thống nhất; đối ngoại rộng mở. Theo đó, trong hoạt động đối ngoại Hồ Chí Minh đã chỉ rõ phải phối hợp chặt chẽ giữa ngoại giao chính trị với ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa. Cuốn Vũ Dương Huân (Chủ biên) “*Ngoại giao Việt Nam hiện đại vì sự nghiệp Đổi mới (1975-2002)*” [92] đã nêu một cách đầy đủ, toàn diện về ngoại giao văn hóa Việt Nam hiện đại. Đồng thời tác giả cũng nêu những yếu tố làm cơ sở cho việc hình thành ngoại giao văn hóa Việt Nam. Cuốn Phạm Quang Minh “*Chính sách đối ngoại đổi mới của Việt Nam: 1986-2010*” [160] nêu những đổi mới về nhận thức, phương châm, hình thức và cách tiếp cận trong mối quan hệ đối ngoại của Việt Nam, cơ sở hình thành ngoại giao về văn hóa của Việt Nam.

Trong bài “*Quan điểm về ngoại giao văn hóa*” trong Kỷ yếu Hội thảo: “*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*”, tác giả Vũ Khoan [21] đã trình

bày một số quan điểm về chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về ngoại giao văn hóa và những bài học cần thiết để làm tốt hoạt động Ngoại giao của Đảng cũng như Nhà nước về Văn hóa trong giai đoạn hiện nay. Trong bài viết *“Cơ chế phối hợp giữa các bộ, ngành nhằm huy động các nguồn lực triển khai hoạt động ngoại giao văn hóa”* in trong Kỷ yếu Hội thảo: Ngoại giao về Văn hóa vì một bản sắc Việt Nam ở trên trường quốc tế, phục vụ hòa bình, hội nhập cũng như phát triển bền vững; tác giả Nguyễn Văn Tình [21] đã đề cập đến mục tiêu và những loại hình chính của ngoại giao về văn hóa cũng như một số cơ chế phối hợp hiệu quả nhằm huy động mọi nguồn lực cho các hoạt động về ngoại giao văn hóa.

Bài viết *“Quan điểm của Đảng và Nhà nước ta về mở rộng giao lưu văn hóa trong thời kỳ đổi mới”* của tác giả Nguyễn Danh Tiên trên Tạp chí Lịch sử Đảng số 12/2005 [216] trình bày một số quan điểm của Đảng, Nhà nước về vấn đề văn hóa, giao lưu văn hóa trong thời kỳ đổi mới. Trong những bài viết của Bộ trưởng ngoại giao Phạm Gia Khiêm *“Đẩy mạnh công tác ngoại giao văn hóa nhằm góp phần thực hiện thắng lợi đường lối đối ngoại của Đảng”*, (Tạp chí Thông tin đối ngoại, số 62, 5/2009) [208] có đề cập đến tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa nói chung trong hoạt động ngoại giao và những phương hướng để tiến hành công tác ngoại giao văn hóa hiện nay.

Trong luận án tiến sĩ *“Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo hoạt động đối ngoại trên lĩnh vực văn hóa trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa và hiện đại hóa giai đoạn 1996 - 2006”* (bảo vệ năm 2013) của Trịnh Thúy Hương đã trình bày về cơ sở về lý luận cũng như cơ sở về thực tiễn của chủ trương đối ngoại trên lĩnh vực văn hóa; chủ trương của Đảng về đối ngoại trên lĩnh vực văn hóa và sự chỉ đạo thực hiện từ năm 1996 đến năm 2006 [104].

Luận án: *“Ngoại giao văn hóa trong quan hệ quốc tế đương đại”* của Nguyễn Hải Anh [4] đã tập trung nghiên cứu ngoại giao về văn hóa trong môi trường quan hệ quốc tế từ sau Chiến tranh lạnh cho đến nay, làm rõ thực trạng và đưa ra

các giải pháp cho ngoại giao về văn hóa Việt Nam. Luận án cũng đã đề cập đến tư tưởng Hồ Chí Minh về ngoại giao văn hóa, nhưng nội dung còn khá mờ nhạt.

Trịnh Thanh Mai “*Ngoại giao văn hóa Hồ Chí Minh và sự vận dụng của Đảng Cộng sản Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế*”, Luận án Tiến sĩ đã làm rõ những nội dung cơ bản của ngoại giao văn hóa Hồ Chí Minh và sự vận dụng ngoại giao văn hóa Hồ Chí Minh của Đảng vào xây dựng và phát triển ngoại giao về văn hóa của Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế [142].

Công trình “*Đảng lãnh đạo hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam với Liên minh châu Âu (EU) từ năm 2000 đến năm 2014*” của Ngô Minh Thảo [215] đã hệ thống hóa và phân tích các quan điểm cũng như chủ trương của Đảng về ngoại giao văn hóa nói chung, làm rõ quá trình thực hiện chủ trương của Đảng về ngoại giao trong lĩnh vực văn hóa của Việt Nam với EU.

Những công trình nghiên cứu được tổng hợp trong nhóm 3 là những công trình nghiên cứu sâu hơn (so với nhóm 1 và 2) về vấn đề Đảng cộng sản Việt Nam lãnh đạo hoạt động ngoại giao văn hóa. Tuy nhiên, mục đích nghiên cứu; phạm vi không gian, thời gian và đối tượng của các công trình này là khác nhau, tuy có đề cập đến chủ trương của Đảng về mở rộng mối quan hệ hợp tác quốc tế ở trên lĩnh vực văn hóa cũng như ngoại giao văn hóa nhưng không hệ thống hoặc không phân tích sâu sắc theo mục đích làm rõ sự lãnh đạo của Đảng về ngoại giao văn hóa.

1.2. KHÁI QUÁT KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CỦA NHỮNG CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ LUẬN ÁN TẬP TRUNG NGHIÊN CỨU

1.2.1. Kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu vấn đề “*Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016*” khảo sát các công trình liên quan đến đề tài, qua 3 nhóm công trình trên đây, tác giả luận án nhận thấy đây là vấn đề đang

được giới nghiên cứu rất quan tâm và lý giải ở các khía cạnh khác nhau; mức độ khác nhau. Các công trình nghiên cứu đi trước đều có những giá trị tham khảo rất lớn. Các công trình này đã giúp làm rõ được vai trò của văn hóa 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; các công trình lý luận đã phát triển nội hàm khái niệm ngoại giao văn hóa làm nền tảng cho các nghiên cứu tiếp theo dù vẫn còn chưa hoàn toàn thống nhất; hệ thống một phần quá trình Đảng lãnh đạo ngoại giao văn hóa trong những giai đoạn lịch sử khác nhau.

Đa phần các công trình đều khẳng định tính tất yếu, sự cần thiết phải tăng cường, đẩy mạnh giao lưu văn hoá; nhiều bài nghiên cứu về bối cảnh lịch sử của việc đẩy mạnh hoạt động trao đổi cũng như hợp tác về văn hoá với quốc tế; nhiều công trình nhấn mạnh cần phải nghiên cứu và triển khai ngoại giao về văn hoá hiệu quả hơn nhằm làm cho trụ cột này phát huy tác dụng góp phần để thực hiện những mục tiêu quốc gia. Các công trình này thường ở dạng bài đăng trên báo, tạp chí, hoặc một nội dung ngắn trong một cuốn sách viết về văn hoá trong thời kỳ hội nhập, cũng có khi chỉ là một bài nói của các vị lãnh đạo Đảng và Nhà nước của Việt Nam đề cập đến đường lối và chính sách về trao đổi cũng như hợp tác về văn hoá với nước ngoài... Do đó những công trình này không hệ thống hoặc không phân tích sâu sắc theo mục đích làm rõ sự lãnh đạo của Đảng về ngoại giao văn hóa; chưa làm rõ được sự chỉ đạo thực hiện chủ trương ngoại giao văn hóa; chưa đánh giá sâu những mặt ưu điểm, những hạn chế của Đảng trong việc lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện hoạt động ngoại giao văn hóa; chưa rút ra những kinh nghiệm từ sự lãnh đạo của Đảng về vấn đề này. Những công trình, bài viết này là sự gợi ý, là nguồn tài liệu tham khảo giúp cho tác giả luận án có điều kiện mô tả, đánh giá và giải quyết các vấn đề có liên quan đến nội dung đề tài.

Do vậy, có thể khẳng định cho đến nay vẫn chưa có một công trình nào trực tiếp nghiên cứu một cách tổng thể đầy đủ và hệ thống về đề tài “Đảng

Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016” ở góc độ của ngành Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam.

1.2.2. Những vấn đề luận án tập trung nghiên cứu

Nghiên cứu sự lãnh đạo của Đảng về ngoại giao văn hóa là một vấn đề lớn. Nội dung liên quan đến lĩnh vực văn hóa không thể đánh giá như vấn đề kinh tế. Phần lớn những kết quả của hoạt động này không thể nhìn thấy ngay được. Vì thế, trong khuôn khổ đề tài luận án, tác giả tập trung đi nghiên cứu, giải quyết những nội dung sau:

- Trình bày cơ sở lý luận về ngoại giao văn hóa. Phân tích những yếu tố tác động đến việc hoạch định chủ trương này của Đảng trong giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2016.

- Làm rõ quan điểm, chủ trương của Đảng về ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016; qua đó làm rõ phát triển tư duy nhận thức của Đảng về ngoại giao văn hóa và vai trò của ngoại giao văn hóa đối với phát triển đất nước.

- Làm rõ quá trình chỉ đạo thực hiện của Đảng về các hoạt động ngoại giao văn hóa trong giai đoạn này thông qua những hình thức cụ thể như: ngoại giao văn hóa thông qua các hoạt động thông tin đối ngoại; quảng bá hình ảnh Việt Nam; Công tác người Việt Nam ở nước ngoài; Ngoại giao văn hóa thông qua kênh hợp tác với các tổ chức quốc tế.

- Nhận xét thành tựu, hạn chế và đúc kết một số kinh nghiệm có giá trị tham khảo, cung cấp luận cứ khoa học cho các nhà hoạch định đường lối, chính sách tham khảo, góp phần nâng cao hiệu quả và chất lượng của hoạt động ngoại giao văn hóa.

Tiểu kết Chương 1

Như vậy, ở Chương I, luận án đã tập trung các công trình nghiên cứu liên quan đến luận án với 3 nội dung: (1) nhóm các công trình nghiên cứu về văn hóa; (2) Nhóm những công trình nghiên cứu về ngoại giao văn hóa, ngoại

giao văn hóa Việt Nam; (3) Những công trình nghiên cứu sự lãnh đạo của Đảng về lĩnh vực văn hóa, ngoại giao văn hóa. Nhìn chung các công trình đi trước đều có giá trị tham khảo rất lớn. Các công trình này đã giúp luận án: Một là, làm rõ được vai trò của văn hóa 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; Hai là, các công trình lý luận đã phát triển nội hàm khái niệm ngoại giao văn hóa làm nền tảng cho các nghiên cứu tiếp theo dù vẫn còn chưa hoàn toàn thống nhất; Ba là, những cơ sở lý luận và thực tiễn đặc biệt là văn hóa và cơ sở văn hóa, kinh nghiệm ngoại giao văn hóa của dân tộc đã trở thành nền tảng cho chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam; Bốn là, chủ trương của Đảng và quá trình chỉ đạo thực hiện về ngoại giao văn hóa qua các thời kỳ dù chưa đầy đủ và hệ thống.

So sánh với nguồn tài liệu phong phú về ngoại giao văn hóa của các quốc gia trên thế giới thì có thể thấy các công trình nghiên cứu về trường hợp Việt Nam đặc biệt là quá trình Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa vẫn còn hạn chế. Các công trình đã công bố tập trung nhiều vào mô tả hoạt động ngoại giao văn hóa rời rạc mà chưa có được sự tổng quát cụ thể đi từ phương diện, chủ trương, chính sách, quá trình chỉ đạo thực hiện để đánh giá về những thành tựu cũng như những hạn chế của nền ngoại giao văn hóa Việt Nam dưới sự lãnh đạo của Đảng, nhất là giai đoạn từ 2006-2016. Do đó, luận án sẽ đi vào nghiên cứu một cách hệ thống toàn bộ quá trình Đảng lãnh đạo bằng các chủ trương, đường lối, cũng như quá trình chỉ đạo thực hiện triển khai chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam từ năm 2006 đến năm 2016 để thấy được sự hình thành và phát triển tư duy của Đảng về ngoại giao văn hóa Việt Nam, từ đó, có sự so sánh với những thay đổi, tiến bộ so với các thời kỳ trước và có những định hướng cho chủ trương, chính sách của Đảng về ngoại giao văn hóa Việt Nam có giá trị tham khảo trong hoạch định chính sách ngoại giao của Đảng những năm tiếp theo.

Chương 2

CHỦ TRƯỞNG VÀ SỰ CHỈ ĐẠO CỦA ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM ĐỐI VỚI NGOẠI GIAO VĂN HÓA (2006-2010)

2.1. MỘT SỐ KHÁI NIỆM NHỮNG YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠCH ĐỊNH CHỦ TRƯỞNG CỦA ĐẢNG VỀ NGOẠI GIAO VĂN HÓA

2.1.1. Khái niệm ngoại giao

Khái niệm ngoại giao văn hóa có mối quan hệ hết sức mật thiết với các khái niệm “ngoại giao” và khái niệm “văn hóa”. Do đó, để hiểu rõ hơn về khái niệm này, trước hết, cần tìm hiểu các khái niệm “ngoại giao” và “văn hóa”.

Theo cách hiểu thông thường, “ngoại giao là sự giao thiệp với nước ngoài để bảo vệ quyền lợi của quốc gia mình và góp phần giải quyết những vấn đề quốc tế chung” [221]. Khái niệm “ngoại giao” có nguồn gốc từ Hy Lạp là “diploma”, nghĩa là giấy chứng nhận, giấy ủy quyền được trao cho sứ giả để đi đàm phán với quốc gia khác. Từ đó, xuất hiện từ “diplomacy” có nghĩa là ngoại giao.

Theo nhà ngoại giao, nhà báo người Anh Nicolson:

Trong ngôn ngữ nói, từ ngoại giao được sử dụng để ám chỉ nhiều nội dung khác nhau. Nó được hiểu là quan hệ đối ngoại. Trong trường hợp khác lại ngụ ý là đàm phán. Từ đó cũng được sử dụng để nói đến cơ quan nước ngoài của Bộ Ngoại giao. Cuối cùng, từ đó còn có nghĩa là khả năng đặc biệt khôn khéo trong đàm phán quốc tế và với nghĩa xấu là xảo quyệt trong thương lượng [98, tr.16].

Hans Morgenthau trong tác phẩm “Chính trị giữa các quốc gia” thì cho rằng: mục đích của ngoại giao là thông qua việc điều hoà lợi ích giữa các quốc gia để đảm bảo hoà bình. Do đó, một điểm nổi bật của hoạt động ngoại giao là “phương thức ứng xử hoà bình” [226, tr.64].

Từ việc tìm hiểu các quan niệm khác nhau về ngoại giao, tác giả Vũ Dương Huân trong công trình “Ngoại giao và công tác ngoại giao” đã rút ra nhận xét về ngoại giao như sau:

- “Là hoạt động của Nhà nước trong lĩnh vực đối ngoại, ngoại giao là công cụ quan trọng nhất, công cụ hòa bình thực hiện chính sách đối ngoại của quốc gia”;

- Là tất cả các cơ quan chuyên trách về quan hệ đối ngoại ở Trung ương cũng như ở nước ngoài và những cán bộ làm công tác ngoại giao nhà nước;

- Là nghề nghiệp của nhà ngoại giao;

- Là khoa học và nghệ thuật, trước hết là nghệ thuật đàm phán; - Mang tính giai cấp sâu sắc [98, tr.20].

Nhận xét trên rất gần với định nghĩa về ngoại giao trong Từ điển Ngoại giao của Liên Xô trước đây:

Ngoại giao là công cụ thực hiện chính sách đối ngoại của quốc gia, là tổng thể những biện pháp phi quân sự, những phương pháp, thủ thuật được sử dụng có tính đến điều kiện cụ thể và đặc điểm của yêu cầu nhiệm vụ; là hoạt động chính thức của người đứng đầu Nhà nước, Chính phủ, Bộ trưởng Bộ Ngoại giao, các cơ quan đại diện ngoại giao ở nước ngoài, các đoàn đại biểu tại các Hội nghị quốc tế nhằm thực hiện mục tiêu và nhiệm vụ chính sách đối ngoại của quốc gia, bảo vệ chủ quyền và lợi ích quốc gia, pháp nhân và công dân mình ở nước ngoài. Đồng thời ngoại giao là nghệ thuật đàm phán nhằm ngăn chặn, hoặc dàn xếp những xung đột quốc tế, tìm cách thoả hiệp và những giải pháp có thể được các bên chấp nhận, cũng như việc mở rộng và hợp tác quốc tế [98, tr.20-21].

Định nghĩa này đã xác định rõ nội hàm và ngoại diên của khái niệm ngoại giao và cho đến nay, nó vẫn được xem là định nghĩa khá đầy đủ, toàn diện, khoa học nhất.

Ngoại giao là một hoạt động quan trọng nhằm thực hiện lợi ích quốc gia trong việc giải quyết các mối quan hệ về quốc tế. Với tầm quan trọng như vậy, ngoại giao của các quốc gia ngày nay không chỉ bó hẹp trong lĩnh vực chính trị như trước đây mà nó được thực hiện ở tất cả các lĩnh vực: chính trị cũng như kinh tế và văn hoá...

2.1.2. Khái niệm văn hoá

Theo định nghĩa của Tylor (1939), “văn hóa bao gồm các công trình của loài người, văn hóa bao gồm các thành tựu của loài người được truyền từ đời này sang đời khác”, văn hóa là tổng thể phức hợp gồm: tri thức, niềm tin, nghệ thuật, luân lý, luật pháp, phong tục và bất kỳ năng lực và thói quen được tạo ra bởi con người như một thành viên của xã hội”. Đây là khái niệm được trích dẫn nhiều nhất trong các công trình về văn hóa của những năm 1940. Khái niệm này đã phản ánh ba đặc tính của văn hóa bao gồm: do con người tạo ra, truyền từ đời này sang đời khác, có tính xã hội. Ba đặc tính này của văn hóa vẫn được sử dụng trong các khái niệm về văn hóa sau này.

Theo UNESCO, văn hoá là tất cả “những gì làm cho dân tộc này khác dân tộc khác”, bao gồm từ những cái tinh vi, hiện đại nhất đến những cái truyền thống, cổ điển nhất như phong tục, tập quán, lễ hội, trang phục... Tiếng nói, chữ viết, truyền thống dân tộc, đường nét kiến trúc, bí quyết tiềm ẩn trong sản xuất... là đặc trưng văn hoá của mọi dân tộc:

Văn hoá hôm nay có thể coi là tổng thể những nét riêng biệt, tinh thần và vật chất, trí tuệ và xúc cảm quyết định tính cách của một xã hội hay của một nhóm người trong xã hội. Văn hoá bao gồm nghệ thuật và văn chương, những lối sống, những quyền cơ bản của con người, những hệ thống các giá trị, những tập tục và tín ngưỡng. Văn hoá đem lại cho con người khả năng suy xét về bản thân. Chính văn hoá làm cho chúng ta trở thành những sinh vật đặc biệt nhân bản, có lý tính, có óc phê phán và dân thân một cách đạo lý. Chính nhờ văn hoá mà con người tự thể hiện, ý thức được bản thân, tự biết mình là một phương án

chưa hoàn thành đặt ra để xem xét những thành tựu của bản thân, tìm tòi không biết mệt những ý nghĩa mới mẻ và sáng tạo nên những công trình vượt trội lên bản thân [229].

Hồ Chí Minh - nhà văn hoá lớn - ngay từ rất sớm đã nhận thấy vai trò, ý nghĩa to lớn của văn hoá. Tháng 8/1943, khi còn trong nhà tù của Tưởng Giới Thạch, lần đầu tiên Hồ Chí Minh đưa ra một định nghĩa về văn hoá. Điều lý thú là định nghĩa này có những điểm gần với quan niệm hiện đại về văn hoá. Trong “Mục đọc sách” của tập Nhật ký trong tù, Hồ Chí Minh viết:

Ý nghĩa của văn hoá: Vì lẽ sinh tồn cũng như mục đích của cuộc sống, loài người mới sáng tạo và phát minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn giáo, văn học, nghệ thuật...những công cụ cho sinh hoạt hàng ngày về mặc, ăn, ở và các phương thức sử dụng. Toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hoá. Văn hoá là sự tổng hợp của mọi phương thức sinh hoạt cùng với biểu hiện của nó mà loài người đã sản sinh ra nhằm thích ứng những nhu cầu đời sống và đòi hỏi của sự sinh tồn [148, tr.458].

Định nghĩa này cho thấy, văn hoá được hiểu theo nghĩa rộng nhất, bao gồm toàn bộ những giá trị vật chất cũng như giá trị về tinh thần do con người sáng tạo ra nhằm đáp ứng lẽ sinh tồn, đồng thời cũng là mục đích của cuộc sống của con người.

Tóm lại, “văn hoá” là một khái niệm có nội hàm phong phú và ngoại diên rất rộng, cho nên tồn tại rất nhiều quan niệm khác nhau. Cho dù hiểu theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp thì văn hoá vẫn được coi là tất cả các giá trị mà con người đã đạt được trong quá trình tồn tại và phát triển của mình. Như vậy, có thể quan niệm, văn hoá là toàn bộ các giá trị về mặt vật chất cũng như giá trị về mặt tinh thần do con người sáng tạo ra nhằm thỏa mãn nhu cầu tồn tại và phát triển của chính bản thân con người và xã hội trong tiến trình lịch sử. Hiểu theo nghĩa như vậy, văn hoá chính là sự tiếp nối từ quá khứ đến hiện tại và tương lai. Văn hoá đã trở thành một trong những thành tố quan trọng đối với sự tồn vong và phát triển của mỗi dân tộc.

2.1.3. Mối quan hệ giữa văn hóa và ngoại giao

Ngoại giao về văn hóa là vấn đề mới, giao nhau giữa hai lĩnh vực lớn ngoại giao và văn hóa. Muốn định nghĩa chính xác ngoại giao văn hóa thật không dễ dàng. “Ngoại giao văn hóa” lúc này không giống với “giao lưu văn hóa”, thể hiện tính tích cực cá nhân trước đây, mà đã chú trọng tới tác dụng nổi bật của chính phủ trong quan hệ văn hóa đối ngoại hòa bình bao gồm cả con đường văn hóa. Rõ ràng văn hóa và ngoại giao có mối quan hệ tương tác qua lại và hỗ trợ lẫn nhau. Có thể nói, các giá trị về văn hóa là chỗ dựa tinh thần bền vững cho hoạt động đối ngoại, có thể thúc đẩy với các đối tác để thực hiện có kết quả cao các chính sách như về chính trị cũng như kinh tế và văn hóa của quốc gia. Trải qua những thăng trầm của lịch sử, văn hóa đã khẳng định vị trí quan trọng, đóng vai trò quyết định đối với sự hưng thịnh hoặc suy vong của một đất nước. Nguyên Bộ trưởng Bộ ngoại giao Nguyễn Dy Niên đã viết:

Ngoại giao mang nội hàm văn hóa sâu sắc. Hoạt động ngoại giao là sự giao lưu và cọ xát về các giá trị văn hóa. Hoạt động ngoại giao là diễn đàn hoạt động văn hóa phục vụ lợi ích dân tộc. Bởi lẽ đó, truyền thống lịch sử và bản sắc văn hóa dân tộc là chỗ dựa và thế mạnh của ngoại giao. Đồng thời, văn hóa cũng là động lực và mục tiêu của hoạt động ngoại giao [173, tr.322-323].

2.1.4. Khái niệm ngoại giao văn hóa

Trên thế giới vẫn còn nhiều cách hiểu khác nhau về ngoại giao về văn hóa: Các học giả nước ngoài: Theo Từ điển Bách khoa toàn thư Wikipedia, nhìn từ góc độ cũng như khía cạnh chính trị học “Ngoại giao văn hóa là một khái niệm trong khoa học chính trị để chỉ việc sử dụng và truyền bá những tư tưởng văn hóa giữa các nhóm người khác nhau nhằm đạt được mối quan hệ thiện cảm và sự hiểu biết lẫn nhau”.

Lịch sử nghiên cứu và tìm kiếm định nghĩa về ngoại giao văn hóa đã

được thể hiện khá đầy đủ trong cuốn sách *Seaching for Cultural Diplomacy* (Tìm kiếm Ngoại giao Văn hóa) [241] với khái quát 3 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 thúc đẩy lợi ích quốc gia [241].

- *Hai là*, ngoại giao văn hóa có thể được hiểu là việc sử dụng các nhân tố văn hóa để gây ảnh hưởng đến người dân nước khác, các nhà hoạch định quan điểm và thậm chí là các lãnh đạo nước ngoài [241].

- *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 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 [241].

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.

Các nhà nghiên cứu Trung Quốc cũng đưa ra một số khái niệm về ngoại giao văn hóa trong đó đáng chú ý là khái niệm của Bành Tân Lương trong cuốn “Ngoại giao văn hóa và sức mạnh mềm Trung Quốc: một góc nhìn toàn cầu hóa” nhìn từ góc độ chính trị học cho rằng: Ngoại giao quốc gia ban đầu không có ý thức văn hóa, ngoại giao thể hiện phần nhiều ở trao đổi và giành giật hiện vật giữa các quốc gia. Cùng với sự tự giác của loài người đối với văn hóa của chính mình, từ “người ngoại giao vì vật” sang “vật ngoại giao vì người”. Đó là quá trình tiến hóa của ngoại giao văn hóa từ tầng nấc thấp

đến tầng nấc cao, tác giả đã chia làm ba tầng nấc: Thứ nhất: Hiểu biết ban đầu về ngoại giao văn hóa: Bắt đầu nhận thức được ảnh hưởng của văn hóa đối với ngoại giao, nhưng cũng chỉ coi văn hóa là bối cảnh của ngoại giao, bản thân văn hóa không tham gia vào hoạt động ngoại giao, vì vậy cũng có thể nói không có ngoại giao văn hóa độc lập. Thứ hai: Hiểu biết truyền thống về ngoại giao văn hóa: Sau chiến tranh thế giới thứ hai cùng với việc xây dựng hệ thống ngoại giao học và hoạt động ngoại giao các nước không ngừng sôi động người ta coi văn hóa là một thủ đoạn thực hiện lợi ích quốc gia, địa vị của văn hóa trong sức mạnh quốc gia được xác nhận và coi trọng. Nhưng loại ngoại giao văn hóa này được hiểu theo ý nghĩa thông thường, văn hóa chỉ là công cụ có tính thay thế cho nhân tố kinh tế, quân sự... Thứ ba: Hiểu biết hiện đại về ngoại giao văn hóa: Cùng với việc toàn cầu hóa diễn ra nhanh chóng và khuynh hướng quyền lực hóa tri thức ngày càng rõ rệt, các nước trên thế giới ngày càng nhận thức được, văn hóa không chỉ là quyền lực quốc gia, mà còn là một bộ phận cấu thành lợi ích quốc gia. Có thể nói ngoại giao và văn hóa là mục đích và thủ đoạn của nhau. Đây là ngoại giao văn hóa với ý nghĩa đầy đủ [135].

Các học giả trong nước: Ngoại giao văn hóa của người Việt Nam có thể hiểu theo hai hướng: quan hệ đối ngoại về văn hóa và chính sách ngoại giao dùng văn hóa là công cụ.

Trong cuốn sách “Ngoại giao và công tác ngoại giao” (2009) của Vũ Dương Huân cũng bàn tới khái niệm ngoại giao văn hóa dưới góc nhìn của chính trị học và văn hóa học: Ngoại giao về văn hóa là lĩnh vực đặc biệt của hoạt động ngoại giao liên quan đến việc sử dụng văn hóa như là đối tượng và phương tiện nhằm đạt được những mục tiêu cơ bản, quan trọng của chính sách đối ngoại của quốc gia; tạo hình ảnh tốt đẹp của đất nước cũng như quảng bá văn hóa và ngôn ngữ quốc gia [97, tr.311].

Trong cuốn giáo trình “Ngoại giao văn hóa cơ sở lý luận, kinh nghiệm

quốc tế và ứng dụng” (2012) của Phạm Thái Việt đã nêu ra quan niệm về ngoại giao văn hóa dưới góc độ của văn hóa học: Ngoại giao văn hóa có thể được hiểu khái quát là một hoạt động ngoại giao đặc thù, sử dụng văn hóa như công cụ để đạt được những mục tiêu của ngoại giao; Và sử dụng ngoại giao để nhằm tôn vinh vẻ đẹp của văn hóa. Các hoạt động ngoại giao văn hóa được thực hiện thông qua việc áp dụng những hình thức văn hóa và nghệ thuật như: nghệ thuật, lịch sử, tư tưởng, truyền thống văn hóa, thông tin, ẩm thực, các ấn phẩm văn học... [226].

Về mặt chính sách, Trong *Từ điển Bách khoa Việt Nam*, khái niệm “chính sách” được nêu rõ như sau: “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 tùy thuộc tính chất của đường lối, nhiệm vụ chính trị, kinh tế, văn hóa...” [171]. Có thể hiểu chính sách ngoại giao văn hóa 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 hóa 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.

Tổng hợp từ một số quan điểm nêu trên, dưới cách tiếp cận Văn hóa học luận án đề đưa ra khái niệm về ngoại giao văn hóa như sau: Ngoại giao về văn hóa là một lĩnh vực ngoại giao đặc thù liên quan đến việc thiết lập, phát triển và duy trì các mối quan hệ với những quốc gia khác trên lĩnh vực văn hóa nhằm quảng bá, trao đổi về văn hóa và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa để thực hiện mục tiêu về đối ngoại của quốc gia.

Liên quan đến khái niệm “ngoại giao văn hóa”, có một số khái niệm gần nghĩa mà chúng ta cần phân biệt, đó là “văn hóa đối ngoại” hay “văn hóa ngoại

giao”. “Văn hóa đối ngoại” là một bộ phận quan trọng trong chính sách đối ngoại của mỗi quốc gia dân tộc, bên cạnh các chính sách về chính trị đối ngoại, kinh tế đối ngoại. Văn hóa đối ngoại là các chủ trương, đường lối, chính sách, chiến lược, kế hoạch và các hoạt động hợp tác, giao lưu văn hóa của mỗi một quốc gia với các quốc gia khác nhằm quảng bá các giá trị văn hóa dân tộc ra thế giới, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại. Với khái niệm “văn hóa ngoại giao”, nếu như ngoại giao văn hóa là dùng văn hóa để làm ngoại giao, thì văn hóa ngoại giao thiên về những biểu hiện, cách ứng xử của người làm công tác ngoại giao (phong thái ngoại giao) hoặc cách thức giải quyết vấn đề đối ngoại của một quốc gia dựa trên tư tưởng, chính sách và các ảnh hưởng văn hóa. Cũng cần phân biệt rõ giữa ngoại giao văn hóa và văn hóa ngoại giao. Ngoại giao văn hóa là dùng văn hóa để làm ngoại giao, trong khi đó văn hóa ngoại giao thiên về những biểu hiện, cách ứng xử của các cán bộ ngoại giao (phong thái ngoại giao) hoặc cách thức giải quyết vấn đề đối ngoại của một quốc gia dựa trên tư tưởng, chính sách và các ảnh hưởng văn hóa.

2.2. NHỮNG CƠ SỞ ĐỂ ĐẲNG HOẠCH ĐỊNH CHỦ TRƯỞNG VỀ NGOẠI GIAO VĂN HÓA

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

Trong kho tàng tư tưởng đồ sộ và quý giá mà Người để lại cho hậu thế, không có công trình, tác phẩm, bài viết nào của Người đề cập trực tiếp đến ngoại giao về văn hóa. Tuy nhiên, nghiên cứu về tư tưởng Hồ Chí Minh, có thể thấy toát lên những luận điểm vô cùng sâu sắc của Người về ngoại giao văn hóa. Trong suốt cuộc đời hoạt động cách mạng, Người không chỉ vận dụng và phát triển sáng tạo chủ nghĩa Mác - Lênin vào thực tiễn cách mạng Việt Nam, mà còn kế thừa và phát huy sáng tạo tinh hoa văn hóa phương Đông, tiếp thu có chọn lọc những tinh hoa văn hóa phương Tây, làm rục rịch và sâu sắc tư tưởng của Người. Điều làm nên sự vĩ đại của Người, đó là với thế giới quan, nhân sinh quan của Chủ nghĩa Mác - Lênin, trên cơ sở nền tảng cốt

lỗi là tâm thức văn hóa truyền thống Việt Nam, Người đã đúc rút, chọn lọc và tiếp thu tất cả những tinh hoa của tư tưởng, học thuyết và văn hóa thế giới phù hợp nhất với yêu cầu của Cách mạng Việt Nam để vận dụng sáng tạo vào đất nước, nâng tầm văn hóa và nghệ thuật ngoại giao của Việt Nam trên trường quốc tế. Xin nêu một số luận điểm trong tư tưởng của Người về ngoại giao văn hóa như sau:

Người đã nhìn rõ sức mạnh to lớn của nền văn hóa, nâng văn hóa lên một tầm cao mới và trao cho văn hóa điều kiện để thể hiện sức mạnh trong sự nghiệp xây dựng cũng như bảo vệ Tổ quốc. Văn hóa chỉ có thể phát huy được sức mạnh khi gắn liền với cách mạng, với chính trị, phục vụ cho các mục tiêu chính trị cao cả của cách mạng. Ngay từ những năm đầu sau khi đất nước giành được nền độc lập, trong thư gửi Hội nghị Văn hóa toàn quốc lần thứ 2 (tháng 7/1948), Người đã chỉ rõ “Nhiệm vụ của văn hóa chẳng những để cổ động tinh thần và lực lượng kháng chiến kiến quốc của quốc dân, mà cũng phải nêu rõ những thành tích kháng chiến kiến quốc vĩ đại của ta cho thế giới” [150, tr. 464]. Tư tưởng này của Người chính là nội dung cơ bản, quan trọng nhất của ngoại giao về văn hóa Việt Nam hiện nay, được thể hiện cụ thể trong “Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020” ban hành theo Quyết định số 208/QĐ-TTg ngày 14/02/2011 của Thủ tướng Chính phủ “làm cho thế giới hiểu biết hơn về đất nước, con người và văn hóa Việt Nam” [40, tr.5].

Trong công tác đối ngoại, Người đặc biệt đề cao nội hàm “thực lực”, không có thực lực, sẽ không thể thắng lợi. “Phải trông ở thực lực. Thực lực mạnh, ngoại giao sẽ thắng lợi. Thực lực là cái chiêng mà ngoại giao là cái tiếng. Chiêng có to tiếng mới lớn” [149, tr.126]. Đối với ngoại giao văn hóa, phải có thực lực mới có thể sáng tạo, mới có thể cho thế giới thấy được những giá trị tinh hoa, nhân văn của nền văn hóa Việt Nam, và như vậy mới có điều kiện và khả năng để chia sẻ và học hỏi những tinh hoa của các nền văn hóa khác. Chính vì vậy Người chủ trương xây dựng nền văn hóa có tính chất dân tộc, khoa

học và đại chúng chính là không ngừng bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, giữ gìn cái tốt, loại bỏ cái xấu, tiếp thu tinh hoa nhân loại để tự làm mạnh, làm phong phú mình. Trong Báo cáo chính trị tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ II của Đảng (tháng 2/1951) Người khẳng định: Phải triệt để tẩy trừ mọi di tích thuộc địa và ảnh hưởng nô dịch của văn hóa đế quốc. Bên cạnh đó đồng thời phải nên chú trọng phát triển những truyền thống tốt đẹp của dân tộc và hấp thụ những cái mới của văn hóa tiến bộ thế giới, để xây dựng một nền văn hóa Việt Nam có tính chất dân tộc, khoa học và đại chúng [151, tr.173].

Người nhìn rõ tính giao lưu và tiếp biến của văn hóa trong lịch sử nhân loại. Người cũng thấy rõ rằng, một nền văn hóa không thể đóng cửa, tuyệt giao với thế giới bên ngoài bởi tất yếu sẽ dẫn đến suy tàn, diệt vong. Một nền văn hóa phải liên tục được bổ sung thêm tinh hoa của các nền văn hóa khác, nhưng tiếp thu ở đây không phải là tiếp thu tất cả, mà phải tiếp thu trên tinh thần nghiên cứu rõ, hiểu rõ và có chọn lọc tinh hoa văn hóa của các dân tộc khác. Trong diễn văn khai mạc Hội nghị văn hóa toàn quốc lần thứ nhất ngày 24/11/1946, Người nói:

Văn hóa Việt Nam là ảnh hưởng lẫn nhau của văn hóa Đông phương và Tây phương chung đúc lại... Tây phương hay Đông phương có cái gì tốt ta học lấy để tạo ra một nền văn hóa Việt Nam. Nghĩa là kinh nghiệm tốt của văn hóa xưa và văn hóa nay, trau dồi cho văn hóa thật có tinh thần thuần túy Việt Nam để hợp với tinh thần dân chủ [147, tr.89-90].

Đây cũng thể hiện quan điểm chỉ đạo của Đảng về ngoại giao văn hóa chính là góp phần làm cho cán bộ, nhân dân hiểu rõ văn hóa thế giới, nhìn rõ mặt tích cực, mặt tiêu cực của thế giới, qua đó chắt lọc tinh hoa để tiếp thu, và ngăn chặn sự xâm nhập của những sản phẩm văn hóa không phù hợp, thậm chí là độc hại từ bên ngoài.

Cuộc đời và sự nghiệp của Người là mẫu mực của việc vận dụng sáng tạo, linh hoạt kinh nghiệm và truyền thống ngoại giao của dân tộc. Phong

cách và nghệ thuật ngoại giao của Người là sự kế thừa và phát huy ở đỉnh cao truyền thống ngoại giao “coi trọng hòa hiếu”, “đem đại nghĩa thắng hung tàn, lấy chí nhân thay cường bạo”, nhún nhường trong ứng xử, quyết bảo vệ nền độc lập dân tộc và toàn vẹn lãnh thổ, gìn giữ hòa bình, tránh nạn binh đao, làm rạng rỡ hơn những giá trị ngoại giao Việt Nam kết tinh qua mấy ngàn năm lịch sử. Đặc biệt, Người kế thừa kinh nghiệm “ngoại giao công tâm” của Nguyễn Trãi và đúc kết lại thành tư tưởng “thêm bạn, bớt thù” hết sức nhân văn. Trong suốt thời gian lãnh đạo đất nước giữ vững nền độc lập trước bối cảnh thù trong giặc ngoài và tiến hành 2 cuộc trường kỳ kháng chiến, sự sáng suốt và thiên tài ngoại giao của Người đã giúp con thuyền cách mạng Việt Nam đứng vững trước phong ba, bão táp, vượt qua muôn ngàn sóng dữ, đặc biệt là giữ vững đoàn kết với các nước lớn trong phe xã hội chủ nghĩa là Liên Xô và Trung Quốc và tranh thủ được sự ủng hộ, viện trợ của 2 nước trong cuộc kháng chiến của dân tộc, đồng thời thu hút được sự ủng hộ mạnh mẽ của các lực lượng tiến bộ và nhân dân yêu chuộng hòa bình trên thế giới.

Người sớm nhận thức được vai trò của đồng bào Việt Nam ở nước ngoài trong sự nghiệp cách mạng của đất nước, nhất là trong tranh thủ sự ủng hộ, quý mến của nhân dân thế giới đối với sự nghiệp cách mạng của dân tộc Việt Nam. Năm 1945, Người nhắn gửi kiều bào Việt Nam tại Pháp “Đồng bào hãy làm cho thế giới văn minh và nhất là dân tộc Pháp nghe thấy tiếng nói của Tổ quốc. Các bạn hãy chiến đấu để phá tan những sự điều toa của bọn thực dân Pháp đang tuyên truyền một cách bỉ ổi” [149, tr.88]. Mọi hành vi, cách ứng xử của người Việt Nam ở nước ngoài chính là biểu hiện của bản sắc văn hóa dân tộc, và quyết định tình cảm của người dân bản địa đối với đất nước, con người Việt Nam. Người chỉ rõ “Các đồng bào tuy mình trú ở nơi đất khách quê người, nhưng lòng vẫn yêu mến cố hương Tổ quốc. Còn Tổ quốc và Chính phủ cũng luôn luôn nhớ thương các đồng bào, như bố mẹ thương nhớ những người con đi vắng. Đó là nhân tâm thiên lý, đó là tình nghĩa một nhà như thế” [149, tr.139]. Tư tưởng này

của Người đặt ra cho ngoại giao văn hóa những nhiệm vụ to lớn, đặc biệt là trong giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa Việt Nam trong cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, trong gắn kết cộng đồng kiều bào với quê hương đất nước, cùng góp sức xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Không chỉ để lại những tư tưởng ngoại giao văn hóa quý giá, Người còn là một mẫu mực của nhà ngoại giao văn hóa với phong cách đặc biệt của Người, thấm đậm bản sắc văn hóa Việt Nam, tinh hoa văn hóa nhân loại và với thế giới quan, phương pháp luận của chủ nghĩa Mác - Lênin. Trong mối quan hệ với các nước và trong các hoạt động ngoại giao ở bất kỳ nước nào, Người cũng đều tìm hiểu để nắm vững văn hóa, lịch sử, phong tục tập quán, thậm chí cả ngôn ngữ của nước đó. Người thể hiện sự tôn trọng, trân trọng, cảm phục những giá trị văn hóa của các nước khác một cách hết sức bình dị, chân tình. Chính vì thế, nhân dân Việt Nam và nhân dân thế giới mãi mãi nhớ đến Người, không chỉ với tư cách là vị lãnh tụ vĩ đại của nhân dân Việt Nam - người đã giải phóng nhân dân Việt Nam khỏi ách đô hộ của thực dân, phong kiến, mà còn với tư cách là vị anh hùng giải phóng dân tộc, biểu tượng văn hóa kiệt xuất của nhân loại, một vị lãnh tụ chính trị có tầm ảnh hưởng sâu rộng và một sự kính trọng đặc biệt trong lòng nhân dân lao động và yêu chuộng hòa bình trên toàn thế giới.

2.2.2. Bối cảnh quốc tế và tình hình trong nước

2.2.2.1 Bối cảnh quốc tế

Thứ nhất, sự phát triển mạnh mẽ của cách mạng khoa học và công nghệ

Trên thế giới, sự tiến bộ nhanh chóng của cuộc cách mạng khoa học - công nghệ đã thúc đẩy lực lượng sản xuất thế giới phát triển mạnh mẽ. Từ sau chiến tranh thế giới thứ hai, Mỹ, Nhật Bản và Tây Âu đã vươn lên trở thành ba trung tâm lớn của thế giới đứng đầu trên tất cả các lĩnh vực kinh tế, chính trị, khoa học, giao thông vận tải. Tuy nhiên, đến nửa cuối thế kỷ XX, đặc biệt từ giữa thập kỉ 70, tình hình kinh tế - xã hội ở các nước xã hội chủ nghĩa xuất

hiện sự trì trệ và mất ổn định. Trong các nước xã hội chủ nghĩa cũng xuất hiện những mâu thuẫn bất đồng. Tình hình Đông Nam Á cũng đã có những chuyển biến mới. Sau năm 1975, Mỹ đã rút quân khỏi Đông Nam Á lục địa: khối quân sự SEATO tan rã; ngày 24/2/1976, các nước ASEAN ký hiệp ước thân thiện và hợp tác ở Đông Nam Á (gọi tắt là hiệp ước Bali), mở ra cục diện hòa bình hợp tác trong khu vực [176, tr.111].

Cuộc cách mạng khoa học và công nghệ từ giữa những năm 1980 tiếp tục phát triển mạnh mẽ đã tác động sâu sắc đến mọi mặt đời sống của các quốc gia, dân tộc trên toàn thế giới. Các nước xã hội chủ nghĩa lâm vào khủng hoảng sâu sắc. Và đặc biệt sự kiện Liên Xô tan rã vào năm 1991 đã dẫn đến những biến đổi to lớn về quan hệ quốc tế. Một trật tự thế giới mới được hình thành thay thế cho trật tự thế giới được hình thành từ sau chiến tranh thế giới thứ hai trên cơ sở hai khối đối lập do Liên Xô và Hoa Kỳ đứng đầu (trật tự thế giới hai cực).

Trên phạm vi thế giới, những cuộc chiến tranh cục bộ, xung đột, tranh chấp vẫn còn, nhưng xu thế chung của thế giới là hoà bình và hợp tác phát triển. Trong bối cảnh đó, các quốc gia, các tổ chức và lực lượng chính trị quốc tế thực hiện điều chỉnh chiến lược đối nội, đối ngoại và phương thức hành động cho phù hợp đặc điểm mới của thế giới đáp ứng yêu cầu phát triển của quốc gia. Xu thế chạy đua vũ trang phát triển mạnh khiến các nước, nhất là những nước đang phát triển đã đổi mới tư duy đối ngoại chuyển sang chính sách đa phương hoá, đa dạng hoá quan hệ quốc tế; mở rộng và tăng cường liên kết, hợp tác với các nước phát triển để tranh thủ vốn, kỹ thuật, công nghệ, mở rộng thị trường, học tập kinh nghiệm tổ chức, quản lý sản xuất kinh doanh. Đồng thời, các nước đổi mới tư duy về quan niệm sức mạnh, vị thế quốc gia, trong đó thay thế cách đánh giá cũ, chủ yếu dựa vào thế mạnh quân sự bằng các tiêu chí tổng hợp, trong đó sức mạnh kinh tế được đặt ở vị trí quan trọng hàng đầu.

Sự phát triển mạnh mẽ của cách mạng khoa học và công nghệ, nhất là công nghệ tin học thời gian qua đã góp phần làm thay đổi mọi mặt đời sống xã hội. Đại hội VI của Đảng nhận định: “Một đặc điểm nổi bật của thời đại là cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật đang diễn ra mạnh mẽ, tạo thành bước phát triển nhảy vọt của lực lượng sản xuất” [59, tr.27]. Cương lĩnh Xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội được thông qua tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VII (1991) khẳng định “Cuộc cách mạng khoa học và công nghệ hiện đại, cùng với xu thế quốc tế hóa đời sống kinh tế thế giới là một thời cơ để phát triển” [59, tr.230].

Cách mạng khoa học và công nghệ đã tác động mạnh mẽ đến ngoại giao văn hóa, góp phần làm thay đổi căn bản hình thức hoạt động cũng như nâng cao hiệu quả của các hoạt động ngoại giao văn hóa. Nếu như trước đây, một hoạt động ngoại giao văn hóa chỉ có thể tác động đến một số lượng công chúng nhất định ở một quốc gia, thì nay, nhờ công nghệ thông tin, một hoạt động ngoại giao văn hóa không chỉ tác động đến đa số công chúng của quốc gia đó, mà còn có thể tác động tới công chúng của nhiều quốc gia, thậm chí là tác động đến toàn cầu. Hơn thế nữa, nhờ công nghệ thông tin, một hoạt động văn hóa, nghệ thuật ở trong nước cũng có thể mang yếu tố đối ngoại và có thể tác động đến người dân các nước khác. Những tiến bộ vượt bậc của công nghệ số đã đưa “mạng internet” trở thành “không gian internet” hợp nhất, đa ứng dụng khi toàn bộ công nghệ viễn thông, truyền hình, truyền thanh, điện ảnh, điện thoại, thông tin... đều được chia sẻ trên “không gian internet”. Nhờ cách mạng khoa học và công nghệ, giờ đây người dân các nước có thể tìm hiểu các nét văn hóa, phong tục, tập quán, lối sống, trải nghiệm phong cảnh thiên nhiên, đất nước, con người của các quốc gia khác chỉ với một cú nhấp chuột. Chính vì vậy, trong những năm gần đây, các quốc gia có xu hướng tăng cường ứng dụng các thành tựu của cách mạng khoa học và công nghệ để tối ưu hóa hiệu quả hoạt động ngoại giao văn hóa.

Thứ hai, toàn cầu hóa và xu hướng tăng cường hợp tác, phụ thuộc lẫn nhau

Dưới góc độ kinh tế, toàn cầu hoá được xem là quá trình lực lượng sản xuất và quan hệ kinh tế quốc tế phát triển vượt qua các rào cản bởi biên giới quốc gia và khu vực; lan toả ra phạm vi toàn cầu, trong đó hàng hoá, vốn, tiền tệ, thông tin, lao động... bị ngưng trệ. Theo sau sự phát triển của xu hướng toàn cầu hóa là cơ sở thị trường được mở rộng, trao đổi hàng hoá tăng mạnh... Những tác động tích cực đó đã thúc đẩy phát triển sản xuất của các nước; nguồn vốn, khoa học công nghệ, kinh nghiệm quản lý cùng các hình thức đầu tư, hợp tác mang lại lợi ích cho các bên tham gia hợp tác. Bên cạnh những tác động tích cực trên, toàn cầu hoá cũng làm tăng tính tuỳ thuộc lẫn nhau, nâng cao sự hiểu biết giữa các quốc gia, thuận lợi cho việc xây dựng môi trường hoà bình, hữu nghị và hợp tác giữa các nước. Thực tế phát triển của lịch sử đã cho thấy các nước muốn thoát khỏi nguy cơ bị biệt lập, tụt hậu, kém phát triển thì không còn sự lựa chọn nào tốt hơn là phải tích cực, chủ động tham gia vào quá trình toàn cầu hoá, đồng thời phải có bản lĩnh cân nhắc một cách cẩn trọng các yếu tố bất lợi để vượt qua. Văn hóa trở thành mục tiêu và động lực của phát triển và tiến bộ xã hội.

Bên cạnh đó, *xu thế toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế* đang diễn ra mạnh mẽ và sâu rộng trên toàn thế giới. Đặc biệt trên lĩnh vực văn hóa, đòi hỏi các nước phải điều chỉnh chính sách, tăng cường đối thoại, trao đổi, giao lưu quảng bá văn hóa nhằm thúc đẩy hiểu biết lẫn nhau, xây dựng củng cố lòng tin, tạo dựng môi trường hòa bình, ổn định, an toàn, thân thiện để thúc đẩy quan hệ chính trị, ngoại giao, kinh tế, thương mại, thu hút đầu tư và du lịch. Quá trình toàn cầu hóa diễn ra sôi động với sự hỗ trợ đắc lực của các phương tiện truyền thông đại chúng và sự bùng nổ của các ngành công nghiệp sáng tạo. Do đó, văn hóa ngày càng được coi trọng, gắn văn hóa với phát triển, coi văn hóa là động lực, là nhân tố tạo điều kiện cho phát triển bền vững. Phát triển công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo đang là xu thế của nền kinh tế thế giới và là ưu tiên trong chính sách phát triển của nhiều nước trong thời đại kinh tế tri thức.

Tác động của toàn cầu hóa đến đời sống văn hóa các nước là một trong các yếu tố thúc đẩy các quốc gia đẩy mạnh công tác ngoại giao văn hóa. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, văn hóa là một lĩnh vực dễ bị tác động, trong đó bản sắc văn hóa và văn hóa truyền thống dễ bị tác động hơn cả. Xử lý đúng đắn mối quan hệ giữa bảo vệ bản sắc văn hóa dân tộc với tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa nhân loại sẽ làm phong phú cho văn hóa đất nước, thúc đẩy văn hóa - xã hội phát triển.

Thứ ba, vai trò ngày càng gia tăng của sức mạnh mềm trong quan hệ quốc tế

Đối với một quốc gia, sức mạnh là tổng hợp của các yếu tố vật chất, tinh thần và khả năng ảnh hưởng trong quan hệ quốc tế. Đó là tổng hòa những gì mà một quốc gia có được để duy trì sự tồn tại, phát triển và tạo sự tác động, ảnh hưởng lên các quốc gia khác cũng như trong các công việc quốc tế. Trong sức mạnh tổng hợp quốc gia có hai bộ phận quan trọng là sức mạnh cứng và sức mạnh mềm.

Sức mạnh cứng là khả năng dùng các công cụ như quân sự hoặc kinh tế để ép buộc, mua chuộc người khác làm theo ý mình (chiến lược sử dụng cây gậy và củ cà rốt). Sức mạnh cứng bao gồm nhiều yếu tố như diện tích, dân số, quân sự, tiềm lực kinh tế... trong đó quân sự và kinh tế là hai nguồn chính và phát huy hiệu quả nhất. Tuy nhiên, cũng có thể sử dụng hai nguồn này để phát huy sức mạnh mềm cho quốc gia.

Sức mạnh mềm theo như định nghĩa được đưa ra bởi giáo sư Joseph Nye¹, sức mạnh mềm là khả năng tác động vào các chủ thể khác để đạt được những thứ mình muốn thông qua sự hấp dẫn sức thuyết phục thay vì ép buộc. Đó là sức mạnh xuất phát từ các giá trị văn hóa, tinh thần, sức hấp dẫn của những giá trị quốc gia, cá nhân lãnh đạo... *Hiện nay các nước đẩy mạnh ngoại giao*

¹ Giáo sư Joseph Nye (sinh ngày 19/1/1937) là nhà khoa học chính trị Mỹ, nguyên Hiệu trưởng Trường Quản trị công J.F. Kennedy thuộc Đại học Harvard. Ông chính là cha đẻ của khái niệm sức mạnh mềm hiện nay.

văn hóa ra thế giới chính là góp phần khẳng định bản sắc văn hóa dân tộc trên trường quốc tế, qua đó khơi dậy niềm tự hào, tự tôn dân tộc và ý thức gìn giữ, phát huy những giá trị văn hóa dân tộc trong quần chúng nhân dân, nhất là thế hệ trẻ. Những nỗ lực của các quốc gia trong triển khai chiến lược và hoạt động ngoại giao văn hóa nhằm thực hiện các mục tiêu đối ngoại của mình, truyền bá các giá trị của quốc gia ra thế giới thông qua các hoạt động biểu diễn, giới thiệu, trưng bày, triển lãm hình ảnh đất nước, con người, các loại hình, các lĩnh vực của văn hóa..., chính là góp phần đưa sức mạnh mềm quốc gia ra thế giới. Nói cách khác, hoạt động ngoại giao văn hóa chính là góp phần đưa những giá trị văn hóa của đất nước thành sức mạnh trên trường quốc tế.

2.2.2.2. Tình hình trong nước

Thứ nhất, đất nước đạt được nhiều thành tựu về mọi mặt, thế và lực ngày càng được nâng cao trên trường quốc tế

Năm 1975, Việt Nam hoàn toàn giải phóng, Tổ quốc hòa bình, thống nhất cả nước tiến lên chủ nghĩa xã hội với khí thế của một dân tộc vừa giành được thắng lợi to lớn. Ngay sau đó đất nước bước vào công cuộc khôi phục kinh tế, hàn gắn vết thương chiến tranh, đi lên xây dựng chủ nghĩa xã hội và đã đạt được một số thành tựu quan trọng. Đây cũng chính là thuận lợi to lớn của đất nước. Nhưng bên cạnh những mặt thuận lợi thì Việt Nam cũng đã gặp vô vàn khó khăn trong thời kì này. Chiến tranh vừa kết thúc, trong khi vừa phải tập trung vào công cuộc khắc phục hậu quả nặng nề của hơn 30 năm chiến tranh, thì lại xảy ra hai cuộc chiến đó là chiến tranh biên giới Tây Nam với Campuchia, và cuộc chiến biên giới phía Bắc với Trung Quốc. Hai cuộc chiến này đã làm suy giảm tiềm lực của đất nước. Bên cạnh đó, các thế lực thù địch sử dụng những âm mưu thâm độc phá hoại. Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ V (3/1982) của Đảng nhận định: đất nước đang ở trong tình thế vừa có hòa bình vừa phải đương đầu với một kiểu chiến tranh phá hoại nhiều mặt. Mặt khác, do tư tưởng chủ quan, nóng vội, muốn tiến nhanh lên chủ nghĩa

xã hội trong một thời gian ngắn đã dẫn đến những khó khăn về kinh tế xã hội. Những thay đổi về tình hình thế giới, quan hệ quốc tế, những đặc điểm mới của ngoại giao thời kì sau chiến tranh lạnh đặt ra cho ngoại giao thế kỷ XXI những vấn đề mới vừa có mặt thuận lợi, song cũng vừa có mặt khó khăn thách thức.

Từ năm 1986, Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VI của Đảng Cộng sản Việt Nam đã xác định con đường đổi mới đất nước. Từ năm 1986 đến năm 2006, qua 20 năm thực hiện sự nghiệp đổi mới, đất nước đạt nhiều thành tựu trên các lĩnh vực, đã và đang tạo ra những thế và lực mới để Việt Nam bước vào một thời kỳ phát triển mới. Vị thế Việt Nam ngày càng được củng cố và khẳng định trên trường quốc tế là tiền đề cần thiết cho công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Từ khi tiến hành đổi mới đất nước đến những năm đầu của thế kỷ XXI, Việt Nam đã thu lại được nhiều thành tựu nổi bật trên lĩnh vực kinh tế. Từ một nền kinh tế bao cấp, trì trệ, Việt Nam đã bước ra khỏi khủng hoảng, đảm bảo vấn đề an ninh lương thực cho người dân. GDP không ngừng được tăng cao, nền kinh tế đã thực hiện chuyển đổi thành công sang nền kinh tế nhiều thành phần, từng bước xây dựng mô hình kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa có hiệu quả. Đặc biệt, nhiều quốc gia hiện nay đã công nhận Việt Nam là nước có nền kinh tế thị trường đầy đủ. Sự kiện gia nhập vào WTO vào năm 2007 là dấu mốc quan trọng đánh dấu cho thành công của Việt Nam. Tính đến năm 2006, Việt Nam có quan hệ thương mại với 221 nước và vùng lãnh thổ, ký 90 hiệp định song phương trong đó có hiệp định thương mại với Mỹ. Thế giới nhìn vào Việt Nam với tốc độ phát triển đầy bất ngờ và một thị trường đầy hứa hẹn. Việt Nam là một nước có dân số trẻ, đông dân cư và những đặc điểm về địa lý góp phần tạo nên một thị trường hấp dẫn, năng động, thu hút sự quan tâm, đầu tư của các tập đoàn, các quốc gia.

Ở giai đoạn này, trong xu thế hòa bình và phát triển của toàn nhân loại, Việt Nam đang tích cực hòa mình sâu rộng vào xu thế hội nhập quốc tế. Sau 20 năm đổi mới, với những thành tựu quan trọng về chính trị và kinh tế, quan

hệ ngoại giao rộng mở và đi vào chiều sâu ổn định, thế và lực đất nước được nâng cao đã trở thành tiềm lực quan trọng để Việt Nam hoàn toàn tự tin để tiến xa hơn trong biển lớn của quốc tế.

Thứ hai, nền văn hóa truyền thống đậm đà bản sắc dân tộc

Ngoại giao văn hóa Việt Nam trước hết được xây dựng dựa trên bản sắc văn hóa dân tộc ngàn năm. Nằm ở khu vực Đông Nam Á, Việt Nam mang trong mình những bản sắc độc đáo của nền văn hóa phương Đông. Hơn thế, 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 những giá trị vật thể và phi vật thể. Vì vậy bản sắc văn hóa Việt Nam có những có các sắc thái văn hóa vô cùng phong phú và đa dạng luôn mang lại những khám phá đầy thú vị cho các nước bạn.

Nền văn minh lúa nước, với tập quán mang tính cố kết cộng đồng đã sản sinh ra nhiều nét văn hóa đặc sắc. Trong số đó phải kể đến nhiều loại hình âm nhạc, vừa mang tính cổ điển, vừa mang tính dân gian. Nhiều loại hình đã được UNESCO công nhận là di sản văn hóa thế giới như: nhã nhạc cung đình Huế, ca trù, chèo, quan họ,... Ngoài các loại hình nghệ thuật, Việt Nam còn là xứ sở của nền ẩm thực độc đáo. Các món ăn đậm Việt Nam được biết đến nhiều nơi trên thế giới, trở thành thương hiệu khiến du khách tìm về một số món ăn nổi tiếng như Phở Việt Nam, Chả cá Lã Vọng... Cộng thêm những giá trị lịch sử, nhân văn ẩn chứa trong mỗi sản phẩm làng nghề, mỗi hình ảnh, cử chỉ và cách ứng xử của con người cũng tạo nên một Việt Nam thân thiện, tài hoa, khéo léo trong mắt thế giới.

Tóm lại, dựa trên các mối quan hệ tổng hòa giữa các yếu tố địa lý, tự nhiên, lịch sử, văn hóa Việt Nam là văn hóa của cư dân gốc nông nghiệp đề cao tính cộng đồng, là cơ sở cho sự phát triển chủ nghĩa quốc tế thời kỳ hiện đại. Trong bối cảnh hội nhập và giao thoa văn hóa phát triển mạnh mẽ, nền văn hóa Việt Nam với những nét đặc sắc lâu đời, phong phú, tạo ra một lợi

thể so sánh quý báu, tạo điều kiện thuận lợi để Việt Nam hội nhập thành công. Có thể thấy rằng Việt Nam có nguồn sức mạnh văn hóa to lớn, là nền tảng vững vàng để triển khai ngoại giao văn hóa, nâng cao vị thế, củng cố sức mạnh mềm của đất nước.

Trong công cuộc đổi mới, đứng trước nhu cầu giao lưu văn hóa quốc tế, Đảng Cộng sản Việt Nam đặc biệt quan tâm đến văn hóa, ngoại giao văn hóa, từ hình thức đến nội dung, từ tư tưởng đến chất lượng sáng tác, từ ý thức bảo tồn văn hóa dân tộc đến việc chất lọc tiếp thu tinh hoa văn thế giới.

2.2.2.3. Thực trạng ngoại giao văn hóa trước năm 2006

Mặc dù cụm từ “ngoại giao văn hóa” mới xuất hiện sau này nhưng lịch sử ngoại giao văn hóa Việt Nam có từ lâu đời. 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 và “đem đại nghĩa thắng hung tàn, lấy chí nhân thay cường bạo”. Ngoại giao Việt Nam hiện đại cũng kế thừa các 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 giao tiếp đối ngoại thấm đậm chất nhân văn của Hồ Chí Minh [35]. Sau năm 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 vừa ra đời, 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, gửi thư bạn bè quốc tế... nhằm mục đích từng bước tranh thủ sự ủng hộ, giúp đỡ của các lực lượng cách mạng và tiến bộ trên thế giới.

Ngoại giao văn hóa Việt Nam thời kỳ kháng chiến chống thực dân Pháp và kháng chiến chống Mỹ, cứu nước (1945-1975).

Hoạt động ngoại giao văn hóa giai đoạn kháng chiến chống Pháp 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 [176]. Trong đó, ngoại giao chính trị là ngoại giao truyền thông 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 cũng như đồng thời trực tiếp tham gia vào các chiến dịch di tản và can thiệp [176]. Các hoạt động này nhằm mục đích từng bước phá vỡ vòng vây cô lập, tranh thủ sự giúp đỡ, ủng hộ của các lực lượng cách mạng và tiến bộ trên thế giới [214].

Bước vào cuộc kháng chiến chống Mỹ, đất nước Việt Nam bị chia cắt làm hai miền với hai nhiệm vụ chiến lược: miền Bắc hòa bình tiến lên cách mạng xã hội chủ nghĩa và Miền Nam tiến hành cuộc cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân, để hoàn thành sự nghiệp giải phóng dân tộc, thống nhất đất nước. Trong bối cảnh đó, Ngoại giao Văn hóa có nhiệm vụ: Một là, 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; Hai là, 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 [176].

Hình thức thể hiện của ngoại giao văn hóa trong giai đoạn này được tiến hành 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 nhi, nhi đồng các nước ở Anbani (11/1957), 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. Bên cạnh đó, các hoạt động ngoại giao văn hóa 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. Đồng thời, Việt Nam còn 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 [214].

Đặc biệt, 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 [214, tr.48]. Cơ quan này có trách nhiệm quản lý công tác trao đổi văn hóa với nước ngoài theo đường lối, chính sách của Đảng Cộng sản Việt Nam và Nhà nước Việt Nam; 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 Việt Nam 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 kháng chiến, Việt Nam đã làm tốt công tác thông tin, tuyên truyền nên nhận được sự tích cực ủng hộ cuộc chiến tranh bảo vệ tổ quốc chính nghĩa của cộng đồng quốc tế. Những câu chuyện cảm động mà bạn bè nhiều nước như hoạt động của Norrison tự thiêu phản đối chiến tranh Việt Nam, phong trào “Một chuyến tàu hàng cho Việt Nam” và “100 triệu phơ rãng 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”... [8]. 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 gây ra cuộc chiến ở Việt Nam; và những nghĩa cử biểu tượng 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” [228] - một biểu tượng sinh động của ngoại giao văn hóa Việt Nam. Ngoại giao văn hóa 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.

Ngoại giao văn hóa Việt Nam (1975-1990)

Thắng lợi của cuộc kháng chiến chống Mỹ, cứu nước năm 1975 mở ra kỷ nguyên mới: hòa bình, độc lập, thống nhất, cả nước quá độ tiến lên chủ nghĩa xã hội. Tuy nhiên công cuộc xây dựng đất nước cũng phải đối diện với những thách thức mới không kém phần khó khăn: trong nước, do hậu quả nặng nề của chiến tranh và những chủ trương nóng vội sai lầm trong việc phát triển kinh tế, Việt Nam lâm vào cuộc khủng hoảng kinh tế xã hội, đời sống nhân dân vô cùng khó khăn. Trên bình diện quốc tế, Việt Nam phải đối phó với hai cuộc chiến tranh biên giới Tây Nam và chiến tranh biên giới phía Bắc; và gần như bị bao vây cấm vận hoàn toàn.

Trong bối cảnh đó, ngoại giao văn hóa có trách nhiệm “phá băng”, “giữ cầu”, “mở đường” cho quá trình bình thường hóa quan hệ chính trị, thúc đẩy hợp tác kinh tế với các đối tác khác. Ngoại giao văn hóa chủ yếu tập trung với các nước trong khối xã hội chủ nghĩa và bước đầu thúc đẩy để “thêm bạn, bớt thù”, “đa phương hóa, đa dạng hóa”.

Sau năm 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 [176] 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

thỏa 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 này. 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 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. Bên cạnh đó, 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 khẳng định với thế giới truyền thống văn hóa lâu đời, truyền thống lịch sử yêu nước, khát vọng hòa bình của dân tộc 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 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 tăng thêm sự hiểu biết, sự tin cậy của các nước đối với chính sách của nước ta.

Đây cũng là giai đoạn chứng kiến sự kiện đánh dấu bước ngoặt trong quá trình phát triển của đất nước. Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VI của Đảng Cộng sản Việt Nam (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 kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội trong đó có đường lối nói chung và ngoại giao nói riêng 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 phương hóa” và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

Tóm lại, ngoại giao văn hóa giai đoạn này đóng vai trò quan trọng trong việc giới thiệu cho bạn bè quốc tế hiểu rõ được chủ trương đường lối, chính sách của Việt Nam, dành được thiện cảm, sự ủng hộ ngày càng tăng của bạn bè quốc tế, góp phần quan trọng trong công cuộc phá thế bao vây cấm vận, mở đường cho sự thành công của công cuộc đổi mới, xây dựng và phát triển đất nước.

Ngoại giao văn hóa thời kỳ 1990-2005

Đây là giai đoạn thế giới bắt đầu có những biến đổi nhanh chóng và sâu sắc về tất cả các phương diện. Xu thế hòa 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 với 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.

Đổi mới và chú trọng hoạt động ngoại giao văn hóa là một bước ngoặt quan trọng được đánh dấu bởi Nghị quyết Ban Chấp hành Trung ương lần thứ 5, khóa VIII về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc (1998) được coi là chiến lược văn hóa của Đảng Cộng sản Việt Nam trong 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 xác định là một nội dung quan trọng có vai trò 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.

Sau 20 năm thực hiện đường lối đối ngoại đổi mới, Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam (2006) đã khái quát những thành tựu Việt Nam đã đạt được trong đó có các nội dung liên quan đến ngoại giao văn hóa có thể kể đến: đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ đối ngoại, tạo dựng khuôn khổ hợp tác hữu nghị, ổn định lâu dài và ngày càng đi vào chiều sâu với các nước láng giềng, khu vực; 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 [9]. Những hoạt động ngoại giao văn hóa tiêu biểu giai đoạn này có thể kể đến như: 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 quan trọng góp phần thúc đẩy bình thường quan hệ hai nước vào năm 1995. Đồng thời ký kết các thỏa thuận về hợp tác văn hóa, khoa học kỹ thuật với Liên bang Nga năm 1993, 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, Cu Ba... [176].

2.3. CHỦ TRƯỞNG CỦA ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM VỀ NGOẠI GIAO VĂN HÓA (2006-2010)

Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam đánh dấu mốc quan trọng của chặng đường 20 năm thực hiện công cuộc đổi mới bước đầu thành công, đã xác định phương hướng, nhiệm vụ phát triển đất nước đến năm 2010 và năm 2020. Nhiệm vụ đặt ra cho ngoại giao Việt Nam hết sức nặng nề, như Nghị quyết Đại hội lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam đã chỉ rõ là: 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 cũng như xã hội, công nghiệp hóa hiện đại hoá đất nước; xây dựng cũng như bảo vệ tổ quốc, đồng thời góp phần vào cuộc đấu tranh chung của nhân dân thế giới vì hòa bình cũng như độc lập dân tộc và dân chủ, tiến bộ xã hội. Trên cơ sở đánh giá sâu sắc những cơ hội và thách thức đối với Việt Nam, Đại hội lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam đã nhấn mạnh cần tiếp tục đổi mới mạnh mẽ, toàn diện và đồng bộ hơn, phát triển với tốc độ nhanh hơn và bền vững hơn nhằm sớm đưa Việt Nam ra khỏi tình trạng kém phát triển, tạo nền tảng để đến năm 2020 Việt Nam cơ bản trở thành nước công nghiệp hóa theo hướng hiện đại. Để thực hiện mục tiêu trên, bên cạnh các chính sách phát triển kinh tế xã hội, Đại hội đã tiếp tục khẳng định quan điểm:

thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại độc lập tự chủ, hòa bình, hợp tác và phát triển; chính sách đối ngoại rộng mở, đa phương hóa, đa dạng hóa các quan hệ quốc tế, chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế trên các lĩnh vực khác. Việt Nam là bạn, là đối tác tin cậy của các nước trong cộng đồng quốc tế [59, tr.651].

Văn kiện Đại hội lần thứ VIII của Đảng Cộng sản Việt Nam, năm 1996, nêu rõ “*Xây dựng một nền kinh tế mở, hội nhập với khu vực và thế giới, hướng mạnh về xuất khẩu, đồng thời thay thế nhập khẩu bằng những sản phẩm trong nước sản xuất có hiệu quả*” [59, tr.342].

Đến Đại hội lần thứ IX (2001) của Đảng Cộng sản Việt Nam, chủ trương hội nhập kinh tế quốc tế tiếp tục được phát triển khi Đảng Cộng sản Việt Nam chỉ ra vai trò của các yếu tố nội lực trong đó có văn hóa đối với phát triển hội nhập kinh tế: “*Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực theo tinh thần phát huy tối đa nội lực, nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế, bảo đảm độc lập, tự chủ và định hướng xã hội chủ nghĩa, bảo vệ lợi ích dân tộc, an ninh quốc gia, giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường*” [58]. Đến Đại hội lần thứ X (2006) của Đảng Cộng sản Việt Nam một lần nữa

khẳng định chủ trương chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế và nêu định hướng “*đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế trên các lĩnh vực khác*”. Với định hướng này, không chỉ hợp tác quốc tế trong lĩnh vực kinh tế được chú trọng, mà Đảng Cộng sản Việt Nam xác định hợp tác quốc tế trên các lĩnh vực quốc phòng, an ninh, văn hóa, xã hội được cũng được đẩy mạnh, trong đó hợp tác quốc tế trên lĩnh vực văn hóa có nhiều nội dung của ngoại giao văn hóa.

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 của Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), thời điểm này cũng đánh dấu 20 năm thực hiện đường lối đổi mới, trong đó đổi mới đối ngoại đã được bổ sung hoàn thiện một bước tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI của Đảng Cộng sản Việt Nam (2011). Không chỉ dừng lại ở phát triển quan hệ quốc tế theo chiều rộng như trong suốt 20 năm đổi mới, Đại hội lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam (2006) còn nhấn mạnh yêu cầu “*đưa các quan hệ quốc tế đã được thiết lập vào chiều sâu, ổn định, bền vững*” [11]. 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 lần thứ X, Đảng Cộng sản Việt Nam đã nêu cao yêu cầu “*đẩy mạnh kinh tế đối ngoại*”.

Đại hội lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam 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*” nhằm nâng cao tính chủ động, tích cực của mình trong các tổ chức quốc tế và khu vực mà Việt Nam tham gia.

Đến thời điểm Đại hội lần thứ X, Đảng Cộng sản Việt Nam 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” [11] cho phù hợp với tính đa dạng của 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 biên 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 [9].

Nghị quyết Đại hội lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam tiếp tục khẳng định: “Xây dựng và phát triển nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu, vừa là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội, góp phần đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế” [60, tr.213]. Đại hội xác định nhiệm vụ "làm cho văn hoá thấm sâu vào mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, tạo ra chất lượng mới của cuộc sống, xây dựng và hoàn thiện giá trị, nhân cách con người Việt Nam thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa" [60, tr.213]... được khẳng định lại, tiếp nối quan điểm về văn hóa từ kỳ đại hội trước. Đại hội lần này cũng đề ra yêu cầu đa dạng hóa các hình thức hoạt động của phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa”, xây dựng và nâng cấp đồng bộ hệ thống thiết chế văn hóa... Những chủ trương này cũng góp phần phát triển nền văn hóa Việt Nam, một trong những yếu tố then chốt để đẩy mạnh các hoạt động ngoại giao văn hóa.

“*Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020*” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, ban hành kèm theo Quyết định số 581/QĐ-TTg ngày 6 tháng 5 năm 2009. Việc xây dựng “Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020” là nhằm cụ thể hóa, thể chế hóa các quan điểm, đường lối của Đảng về phát triển văn hóa, xác lập những mục tiêu, nhiệm vụ và các giải pháp chủ yếu; là cơ sở hoạch định quy hoạch, kế hoạch để thực hiện việc xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế. Trên cơ sở đó, chiến lược “Ngoại giao văn hóa đến

năm 2020” đã được ban hành theo Quyết định số 208/QĐ-TTg ngày 14/02/2011 của Thủ tướng Chính phủ.

“Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020” đề cập nhiều nội dung liên quan đến phát triển ngoại giao văn hóa đó là:

+ Tăng cường và nâng cao chất lượng hoạt động thông tin đối ngoại. Tiếp tục tăng thời lượng phát thanh, truyền hình, báo điện tử ra nước ngoài, đưa nhiều thông tin và sản phẩm văn hóa có nội dung tốt đến đồng bào ta ở nước ngoài và bạn bè quốc tế.

+ Tăng cường, chủ động hợp tác và giao lưu quốc tế về văn hóa. Đưa các mối quan hệ quốc tế về văn hóa đã được thiết lập đi vào chiều sâu, chủ động, ổn định. Mở rộng quan hệ với các quốc gia, các vùng lãnh thổ và các tổ chức văn hóa quốc tế. Trong bối cảnh quan hệ quốc tế hiện nay, ngoại giao văn hóa giữ một vị trí quan trọng trong chính sách đối ngoại của các quốc gia. Xu thế mở rộng và tăng cường giao lưu, hợp tác về văn hóa của nước ta với thế giới là tất yếu. Ngày nay, việc giao lưu, hợp tác văn hóa không chỉ thuần túy vì mục đích phát triển văn hóa, mà thông qua đó, mở rộng hợp tác trên nhiều lĩnh vực khác. Cần chủ động đón nhận các cơ hội phát triển cũng như bản lĩnh vượt qua các thử thách để giữ gìn bản sắc văn hóa của dân tộc, góp phần làm đa dạng, phong phú thêm nền văn hóa thế giới, đồng thời tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại, làm giàu thêm nền văn hóa Việt Nam, tiến kịp với thời đại. Chú trọng ngăn chặn, loại bỏ những ảnh hưởng tiêu cực, mặt trái của toàn cầu hóa đối với văn hóa nước ta.

+ Xây dựng cơ chế phối hợp để triển khai hoạt động ngoại giao văn hóa. Trao đổi, giới thiệu và phổ biến sâu rộng những tác phẩm văn học, nghệ thuật mang đậm bản sắc, tâm hồn, cốt cách của người Việt Nam với các nước. Phối hợp chặt chẽ giữa các hoạt động văn hóa, nghệ thuật với quảng bá du lịch và xúc tiến thương mại, hợp tác đầu tư; Hợp tác với các nước để đào tạo tài năng văn hóa, nghệ thuật; đào tạo cán bộ chuyên môn trình độ cao; Phát

huy tài năng, tâm huyết của lực lượng trí thức, văn nghệ sĩ người Việt Nam ở nước ngoài trong việc tham gia phát triển văn hóa, văn học, nghệ thuật của đất nước. Quan tâm, tạo điều kiện để cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài được tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hóa lành mạnh từ trong nước; đóng góp vào công cuộc xây dựng đất nước, giữ gìn và phát huy truyền thống văn hóa Việt Nam trong gia đình, trong sinh hoạt cộng đồng người Việt Nam xa tổ quốc; Thành lập một số trung tâm văn hóa và các cơ sở văn hóa ở một số khu vực trọng điểm trên thế giới để mở rộng việc trao đổi, hợp tác trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật.

+ Hoàn thiện hệ thống thể chế và thiết chế văn hóa: Hoàn chỉnh các hệ thống văn bản pháp luật và cơ chế, chính sách về văn hóa, nghệ thuật một cách toàn diện, đồng bộ trên mọi lĩnh vực của đời sống văn hóa, phù hợp với đường lối của Đảng, Nhà nước và Pháp luật Việt Nam; điều chỉnh, bổ sung những chính sách đã ban hành cho phù hợp với thực tiễn phát triển của đất nước và những cam kết quốc tế; loại bỏ những cơ chế, chính sách không còn phù hợp, cản trở sự phát triển.

Như vậy, với chủ trương mở rộng hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế trên nhiều lĩnh vực khác, cùng với các chiến lược phát triển đối ngoại, ngoại giao và chiến lược văn hóa đã tạo ra cơ sở để ngoại giao văn hóa giai đoạn này có bước phát triển mới tạo nên nền móng vững chắc cho sự phát triển của ngoại giao văn hóa ở những giai đoạn sau.

2.4. QUÁ TRÌNH CHỈ ĐẠO THỰC HIỆN

2.4.1. Từng bước hoàn thiện cơ chế, chính sách

Ngoại giao văn hóa trên thực tế đã được nhắc đến từ Hội nghị Ngoại giao lần thứ 23 (2001) của Bộ Ngoại giao. Tuy nhiên, do nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan, trong đó có vấn đề môi trường quốc tế, vấn đề thế và lực của Việt Nam buộc chúng ta phải tập trung sức lực hơn đến các vấn đề chính trị và kinh tế đối ngoại. Chủ trương của Đảng trong chính sách phát

triển văn hóa và chính sách đối ngoại đã tạo ra một bước ngoặt cho hoạt động đối ngoại trên lĩnh vực văn hóa thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, là cơ sở để tiến hành hoạt động ngoại giao văn hóa.

Quán triệt tinh thần đó, Hội nghị Ngoại giao lần thứ 25 (11/2006) đã thảo luận về công tác ngoại giao văn hóa và coi đây là một trong ba trụ cột quan trọng của ngoại giao Việt Nam, bên cạnh ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế. Chương trình hành động của Hội nghị Ngoại giao 25 đã đề ra các nhiệm vụ để nâng cao hiệu quả hoạt động đối ngoại. Nội hàm văn hóa ẩn chứa trong từng nhiệm vụ, nhưng thể hiện trực tiếp nhất trong nhiệm vụ “nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền đối ngoại và văn hóa đối ngoại” mà Bộ trưởng Bộ Ngoại giao đã nêu rõ: “Tiếp tục đổi mới và nâng cao hiệu quả công tác thông tin, văn hóa đối ngoại nhằm hỗ trợ đắc lực cho ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau và hợp tác hữu nghị với nhân dân các nước. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế sâu rộng thì thông tin, văn hóa đối ngoại sẽ ngày càng đóng vai trò quan trọng, trở thành một trong ba trụ cột cơ bản của ngoại giao. Muốn vậy, thông tin, ngoại giao văn hóa cần phát huy triệt để những thành tựu to lớn của 20 năm đổi mới, khai thác sức mạnh về văn hóa của dân tộc làm nguồn lực quan trọng thúc đẩy ngoại giao văn hoá. Đó là tinh thần độc lập, tự chủ, bất khuất, quật cường; truyền thống văn hiến, hiếu học; tình cảm nhân hậu, hòa hiếu, vị tha, thủy chung và thân thiện với bạn bè quốc tế... Thông qua hoạt động thông tin, văn hóa đối ngoại phong phú và hiệu quả, bạn bè quốc tế ngày càng thấy rõ hình ảnh 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”.

Đây là những cơ sở nền tảng, định hướng cơ bản để ngành ngoại giao tạo bước chuyển biến mới về nhận thức và hành động trong công tác ngoại giao văn hoá. Việc xác định ngoại giao văn hóa là ba trụ cột của ngoại giao

Việt Nam cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế tại Hội nghị ngoại giao lần thứ 25 (2006) và tới Hội nghị Ngoại giao lần thứ 26 (2008), công tác ngoại giao văn hóa được coi là trọng tâm của toàn ngành ngoại giao. Tiếp đó công tác ngoại giao tiếp tục được nâng tầm khi Chỉ thị số 4252/2008/CT-BNG, ngày 23/12/2008, của Bộ Ngoại giao, về *Tăng cường công tác ngoại giao văn hóa tạo động lực mới cho Ngoại giao Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế* đã được ban hành ngày 23/12/2008. Chỉ thị đã nêu ra nhiều nội dung nhằm triển khai chủ trương của Đảng, Bộ Ngoại giao trong đó nêu rõ công tác ngoại giao văn hóa là một nhân tố tạo động lực quan trọng cho ngoại giao Việt Nam.

Về quản lý Nhà nước trong công tác ngoại giao văn hoá, ngày 16/01/2008, Cục Hợp tác quốc tế, Bộ Văn hoá - Thể thao và Du lịch chính thức được thành lập trên cơ sở tổ chức lại Vụ Hợp tác quốc tế Bộ Văn hoá - Thông tin (cũ), tại Quyết định số 23/2008/QĐ-BVHTTDL. Ngay sau khi được thành lập, Cục đã triển khai các hoạt động theo chức năng, nhiệm vụ, xác định rõ mục tiêu quan trọng là tăng cường: năng lực và hiệu lực quản lý nhà nước trên lĩnh vực đối ngoại và hợp tác quốc tế về văn hoá, thể thao và du lịch góp phần làm cho các hoạt động này trở thành một trong những kênh quan trọng nhất trong công tác đối ngoại của nhà nước ta nhằm nâng cao vị thế, hình ảnh đất nước và con người Việt Nam trên thế giới [28, tr.2].

Được xác định là sản phẩm của chính sách đối ngoại kết hợp với chính sách văn hoá nên giữa Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch và Bộ Ngoại giao đã ký kết thoả thuận hợp tác trong lĩnh vực văn hoá đối ngoại (giai đoạn 2008-2015) ngày 12/9/2008 cùng phối hợp hành động trong thực hiện ngoại giao văn hoá với những nội dung cụ thể như sau (Xem Phụ lục)

1. Phối hợp xây dựng chiến lược, chính sách của Đảng và Nhà nước về văn hoá đối ngoại và đề ra kế hoạch, lộ trình, biện pháp thực hiện các chính sách văn hoá đối ngoại phù hợp với tình hình khu vực và quốc tế.

2. Thúc đẩy việc trao đổi thông tin, nghiên cứu giữa Bộ Ngoại giao và Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch về kinh nghiệm xây dựng, phát triển văn hoá của các nước và đề xuất cách thức tiếp thu tinh hoa văn hoá thế giới nhằm góp phần xây dựng nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

3. Xây dựng chương trình tổng thể và triển khai thực hiện các hoạt động văn hóa đối ngoại Nhà nước trong và ngoài nước; phối hợp tổ chức các hoạt động văn hoá của Việt Nam bao gồm: Năm/Tháng/ Tuần/Ngày Việt Nam và các hoạt động văn hoá khác nhân dịp các ngày lễ lớn của Việt Nam tại nước ngoài và các hoạt động văn hoá của các nước tại Việt Nam.

4. Phối hợp chuẩn bị ký kết, gia nhập và thực hiện các điều ước và thoả thuận quốc tế về văn hoá với các quốc gia và các tổ chức quốc tế; theo dõi, kiểm tra, đôn đốc việc thực hiện các điều ước, thoả thuận quốc tế, các chương trình, dự án hợp tác về văn hoá đã ký kết hoặc gia nhập.

5. Phối hợp xây dựng kế hoạch tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam ra nước ngoài và tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại thông qua việc giới thiệu các sản phẩm văn hoá vật thể và phi vật thể của Việt Nam với thế giới và tổ chức các hoạt động văn hoá đặc sắc của các nước tại Việt Nam.

6. Phối hợp trong việc xây dựng đề án thành lập và quản lý các Trung tâm/Nhà Văn hoá Việt Nam ở nước ngoài sau khi Đề án tổng hợp được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

7. Phối hợp trong việc quản lý hoạt động của các Trung tâm Văn hóa nước ngoài tại Việt Nam.

8. Xây dựng kế hoạch trình hồ sơ từ nay đến và sau năm 2015 đề UNESCO công nhận các di sản thế giới mới (bao gồm các di sản thiên nhiên và di sản văn hoá vật thể, phi vật thể); bảo tồn và phát huy các di sản thế giới đã được UNESCO công nhận tại Việt Nam nhằm quảng bá hình ảnh đất nước, con người, văn hoá Việt Nam, phục vụ cho việc phát triển bền vững.

9. Thúc đẩy công tác văn hóa đối ngoại phục vụ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài; Phối hợp xây dựng các chương trình hoạt động văn hoá đối ngoại tại các địa bàn trọng điểm, có đông người Việt Nam làm ăn, sinh sống.

10. Xây dựng mạng lưới cán bộ làm công tác văn hóa đối ngoại bao gồm các nhà nghiên cứu, nhà văn hoá và ngoại giao có kinh nghiệm trong hoạt động văn hoá đối ngoại và UNESCO và phối hợp đào tạo đội ngũ cán bộ chuyên sâu về công tác này.

11. Bộ Ngoại giao và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch sẽ quyết định nội dung phối hợp, hợp tác khác khi một trong hai Bộ yêu cầu.

Nhằm xác định rõ nội hàm và các biện pháp cụ thể để tăng cường công tác ngoại giao văn hoá, Bộ Ngoại giao đã phối hợp với tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hoá của Liên Hợp quốc tổ chức Hội thảo quốc gia về *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* trong hai ngày 15 và 16/10/2008. Hội thảo đã thu hút được sự quan tâm của nhiều đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước, lãnh đạo Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hoá - Thể thao và Du lịch, Bộ Thông tin truyền thông, Ban Tuyên giáo Trung ương, các học giả, nhà nghiên cứu ngoại giao văn hoá nổi tiếng, đại diện của một số bộ, ban, ngành, doanh nghiệp trong và ngoài nước và những người tâm huyết với nền ngoại giao, ngoại giao văn hoá Việt Nam... đến tham dự và phát biểu ý kiến xây dựng nội dung, đề xuất các biện pháp đẩy mạnh công tác ngoại giao văn hoá một cách hiệu quả và đồng bộ giữa các cơ quan liên quan.

Để triển khai Chương trình Hành động của Hội nghị Ngoại giao lần thứ 26, góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội X của Đảng, Phó Thủ tướng Chính phủ, Bộ trưởng Bộ Ngoại giao quyết định 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, với những nhiệm vụ chính sau:

- *Thứ nhất*, quán triệt đầy đủ và nâng cao nhận thức trong toàn thể cán

bộ, nhân viên ngành ngoại giao về vai trò, vị trí của ngoại giao văn hoá trong hoạt động đối ngoại, coi đây là nhiệm vụ trọng tâm của toàn Ngành.

- *Thứ hai*, gắn kết hoạt động ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, phát huy lợi thế của ngành ngoại giao để tăng cường quảng bá, làm cho bạn bè quốc tế hiểu biết và tin cậy Việt Nam hơn, qua đó thúc đẩy quan hệ hữu nghị hợp tác giữa Việt Nam với các quốc gia, các tổ chức khu vực và quốc tế.

- *Thứ ba*, đẩy mạnh công tác nghiên cứu, dự báo, đánh giá các trào lưu phát triển của văn hóa trong nước và trên thế giới; cung cấp thông tin, giới thiệu kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực ngoại giao văn hoá của các nước, tham mưu cho Chính phủ xây dựng và triển khai chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam đối với thế giới và ứng phó hợp lý với chính sách ngoại giao văn hoá của các nước đối với Việt Nam.

- *Thứ tư*, phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành, địa phương và doanh nghiệp trong cả nước trong việc tổ chức các hoạt động văn hóa có yếu tố nước ngoài trên cơ sở khuyến khích việc xã hội hoá các hoạt động này, hình thành các sản phẩm văn hoá có tầm cỡ quốc gia để giới thiệu với thế giới; chú trọng tuyên truyền và vận động Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc (UNESCO) công nhận các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể và di sản thiên nhiên thế giới, các khu dự trữ sinh quyển thế giới, các công viên địa chất và các hồ sơ chương trình Ký ức Thế giới của Việt Nam...

- *Thứ năm*, đẩy mạnh công tác vận động, hỗ trợ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, với tư cách vừa là đối tượng hưởng thụ, vừa là chủ thể của hoạt động ngoại giao văn hoá, nhằm giữ gìn bản sắc văn hóa, truyền thống dân tộc và tham gia tích cực vào các hoạt động tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam ở nước sở tại.

- *Thứ sáu*, tiếp thu các giá trị văn hoá, nhân văn của nhân loại, góp phần làm giàu bản sắc văn hoá của Việt Nam [28, tr.1].

Cùng với những nhiệm vụ chung, Chỉ thị của Bộ cũng đã phân công nhiệm vụ cụ thể cho các cơ quan ban ngành liên quan như: Vụ văn hoá đối ngoại và UNESCO, Văn phòng Bộ, Vụ chính sách đối ngoại, Vụ luật pháp và điều ước quốc tế, Vụ thông tin báo chí, Cục lễ tân nhà nước...

Khi đưa ra chiến lược Năm ngoại giao văn hoá 2009, Bộ Ngoại giao cũng đã xác định những vấn đề xung quanh Ngoại giao văn hoá:

- Khái niệm: Ngoại giao văn hoá là một hoạt động đối ngoại, được nhà nước tổ chức, ủng hộ hoặc bảo trợ. Hoạt động này được triển khai trong một khoảng 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...

- Đối tượng: Chính phủ và nhân dân các quốc gia khác.

- Mục tiêu: 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 Nam ở nước ngoài. Cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa là một trong ba trụ cột của ngoại giao Việt Nam.

- Nhiệm vụ: giới thiệu hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam đến với bạn bè quốc tế, nhằm quảng bá hình ảnh và nâng cao vị thế của đất nước, dân tộc, tăng cường sự hiểu biết về Việt Nam. Hoạt động này cũng góp phần xây dựng ngành công nghiệp văn hóa cũng như giúp đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm mang thương hiệu Việt và hỗ trợ các Bộ, Ngành và địa phương trong việc quảng bá hình ảnh đất nước. Ngoài ra, ngoại giao văn hóa còn có nhiệm vụ khơi dậy và củng cố lòng yêu nước của người Việt Nam ở trong và ngoài nước.

- Phương châm: ngoại giao văn hoá Việt Nam là đột phá, mở đường và định hướng phát triển; cung cấp thông tin và làm cây cầu kết nối; đồng hành để tham mưu và tháo gỡ khó khăn; phối hợp, tổ chức và triển khai; theo dõi, đôn đốc thực hiện và kiến nghị triển khai chính sách và chủ trương [34].

Về quan điểm chỉ đạo đối với ngoại giao văn hoá, được nêu với các nội dung sau:

- *Thứ nhất*, ngoại giao văn hóa không phải là công việc của một bộ ngành nào mà đó là sự nghiệp của toàn xã hội. Vì vậy, khi triển khai hoạt động ngoại giao văn hoá, cần huy động sức mạnh tổng hợp của tất cả các cơ quan trong và ngoài nước, trung ương, địa phương, tổ chức của chính phủ và các tổ chức phi chính phủ, doanh nghiệp, giới học giả, giới truyền thông và kiều bào Việt Nam ở nước ngoài.

- *Thứ hai*, ngoại giao văn hóa nâng cao hình ảnh, vị thế của đất nước với công cụ là những đặc trưng văn hóa Việt Nam. Vì vậy, sản phẩm của ngoại giao văn hóa phải đa dạng. Những sản phẩm này có thể bao gồm: di sản, danh thắng, festival đến tư tưởng, truyền thống, tôn giáo, phong tục tập quán, sách báo, phim ảnh, văn nghệ đến quảng bá hình ảnh các danh nhân. - *Thứ ba*, ngoại giao văn hóa có thể được triển khai thông qua các buổi nói chuyện, chương trình biểu diễn, hội thảo hay giới thiệu ấn phẩm, sách báo mới, quảng bá âm thực, đồ uống... Những hoạt động này sẽ nâng cao sự hiểu biết về đất nước, con người Việt Nam, thu hút sự ủng hộ của bạn bè quốc tế đối với công cuộc xây dựng và phát triển đất nước.

Thông điệp Ngoại giao Văn hóa Việt Nam đến bạn bè quốc tế: Đất nước tươi đẹp, lịch sử huyền thoại, văn hóa độc đáo, người dân thân thiện, nền kinh tế năng động và đối tác tin cậy [34, tr.18-20].

Qua hai kỳ Hội nghị Ngoại giao lần thứ 25 và 26, ngoại giao văn hóa đã từng bước khẳng định được chỗ đứng của mình trong công tác đối ngoại thời kỳ mới với nội hàm được cụ thể hóa và làm sâu sắc, như một bông hoa năm cánh đầy đặn – biểu tượng của năm Ngoại giao Văn hóa 2009 là nhân tố dòng hải lưu mở đường cho quan hệ giữa ta và một số quốc gia, đồng thời cũng là chất xúc tác thúc đẩy ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế; là công cụ quảng bá mạnh mẽ văn hóa Việt Nam. Có thể thấy, thành công lớn

nhất trong năm 2009 của ngoại giao văn hóa Việt Nam là tạo được bước chuyển biến rõ nét trong nhận thức cũng như hành động của các cấp, các ngành và địa phương về tầm quan trọng của công tác này và tạo dựng nền móng cơ bản để tiếp tục triển khai thành công chính sách ngoại giao văn hóa với 5 chức năng được xác định rõ ràng. Ngoại giao văn hóa được xác định không chỉ là nhiệm vụ của riêng Bộ Ngoại giao hay Bộ Văn hóa – Thể thao – Du lịch, mà là của mọi cơ quan từ trung ương đến địa phương và của toàn thể xã hội. Điều đó đã tạo nên một sức mạnh tổng hợp và cũng là nguyên nhân quan trọng hàng đầu dẫn tới sự khởi sắc của ngoại giao văn hóa ở những giai đoạn tiếp theo.

Năm 2010 được xem là năm đánh dấu nhiều sự kiện của đất nước nói chung và đối ngoại nói riêng, nhiệm vụ của ngoại giao văn hóa là quảng bá mạnh mẽ hơn nữa hình ảnh Việt Nam, phối hợp nhịp nhàng, chặt chẽ với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế để thực hiện thắng lợi mục tiêu chung của công tác đối ngoại.

2.4.2. Chỉ đạo ngoại giao văn hóa thông qua các hoạt động thông tin đối ngoại

Trong bối cảnh Việt Nam hội nhập quốc tế sâu rộng, công tác thông tin đối ngoại có vai trò hết sức quan trọng, làm cho thế giới hiểu rõ và hiểu đúng về Việt Nam, qua đó tranh thủ sự ủng hộ của quốc tế phục vụ sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Nhận thức được tầm quan trọng đó, thực hiện chính sách và đường lối đối mới do Đảng lãnh đạo, cơ chế trao đổi thông tin, phối hợp hành động giữa Bộ Ngoại giao với Ban Tuyên giáo Trung ương và các bộ, ban ngành đã từng bước được cải tiến, phát huy hiệu quả trong việc cung cấp và định hướng thông tin, nhất là trước các sự việc phức tạp nảy sinh. Công tác thông tin đối ngoại được triển khai tích cực, đồng bộ và toàn diện, với nhiều hình thức đa dạng, nội dung ngày càng phong phú. Nguyên Phó Thủ tướng kiêm Bộ trưởng Ngoại giao Việt Nam Phạm Gia Khiêm khẳng định về tầm

quan trọng phải cần đẩy mạnh ngoại giao văn hóa để ngoại giao văn hóa thực sự trở thành một trụ cột cơ bản của ngoại giao bên cạnh ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế. Nguyên Bộ trưởng Ngoại giao cũng nêu rõ một trong những nhiệm vụ để nâng cao hiệu quả hoạt động đối ngoại chính là nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền đối ngoại và văn hóa đối ngoại như: *“Tiếp tục đổi mới và nâng cao hiệu quả công tác thông tin, văn hóa đối ngoại nhằm hỗ trợ đắc lực cho ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau và hợp tác hữu nghị với nhân dân các nước”* [112].

Ngày 10/9/2009, Ban Bí thư đã ra Chỉ thị 26-CT/TW về *“Tiếp tục đổi mới và tăng cường công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới”*, theo đó, xác định thông tin đối ngoại là nhiệm vụ của cả hệ thống chính trị, với phương châm *“chính xác, kịp thời, sinh động, phù hợp với từng đối tượng”*. Như vậy, Đảng đã có ý thức phân loại đối tượng khi thực hiện hoạt động thông tin đối ngoại. Đối với mỗi đối tượng khác nhau, các biện pháp, loại hình văn hóa nghệ thuật sử dụng sẽ khác biệt. Trước hết, ngoại giao văn hoá không chỉ được thực hiện bên ngoài biên giới lãnh thổ, mà các hoạt động trong nước cũng rất quan trọng. Bởi một điều rất đơn giản, muốn hiểu biết về văn hoá của một dân tộc, không có cách nào hiệu quả bằng tham dự vào chính đời sống văn hoá đó, đến với các nền văn hóa để có cảm nhận chân xác nhất về những giá trị của nó. Thực tiễn là môi trường tuyệt vời nhất cho chúng ta những cảm nhận đầy đủ về bản sắc văn hoá của mỗi quốc gia dân tộc. Bởi thế mà ngoại giao văn hoá được thực hiện bởi toàn xã hội chứ không chỉ riêng một cơ quan, ban ngành nào.

Nhận thức được tầm quan trọng của thông tin đối ngoại đối với hoạt động ngoại giao văn hóa, Bộ Ngoại giao đã ra Chỉ thị *“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”* nhấn mạnh phải *“Nâng cao chất lượng sách, báo, phim, ảnh, các ấn phẩm tuyên truyền khác và cung cấp cho các Cơ*

quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài” [22], coi đây là một trong những nhiệm vụ quan trọng của hoạt động ngoại giao văn hóa. Các phương tiện truyền thông đại chúng đóng vai trò hết sức quan trọng trên nhiều lĩnh vực: Thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước. Trong đó quan trọng nhất, báo chí đã góp phần nâng cao chất lượng thông tin đối ngoại, góp phần quan trọng giới thiệu đất nước, văn hóa con người Việt Nam với bạn bè quốc tế; thực hiện đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, đa dạng, đa phương hóa các quan hệ quốc tế của Đảng, Nhà nước Việt Nam, góp phần nâng cao uy tín và vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Các hoạt động thông tin tuyên truyền thể hiện dưới nhiều hình thức đa dạng như sách báo, tài liệu và các phương tiện thông tin đại chúng (báo hình, báo viết, Internet)... Chúng ta có các ấn phẩm liên quan đến văn hóa Việt Nam bằng nhiều ngôn ngữ nước ngoài do nhà xuất bản Thế giới ấn hành, ngày càng phong phú về nội dung, hấp dẫn về hình thức và đa dạng về thể loại (không chỉ giới hạn ở sách báo đơn thuần mà còn là bản đồ, sách ảnh, bưu thiếp, đĩa CD-Rom.

Năm 2006, Việt Nam đã đầu tư 260.000 USD để thuê kênh CNN sản xuất và phát sóng (khoảng 200 lần) một đoạn video quảng bá Việt Nam (dài khoảng 30 giây). Năm 2008, cùng với cuộc thi Hoa Hậu Hoàn Vũ được tổ chức ở Việt Nam, một đoạn video khoảng 9 phút về Việt Nam cũng đã được kênh truyền hình NBC sản xuất và phát sóng với chi phí lên tới 7 triệu đôla [37, tr.265]. Được sản xuất bởi những ê kíp làm việc chuyên nghiệp, uy tín, lại được phát sóng trên 2 kênh truyền hình lớn nhất nước Mỹ và có độ phủ sóng rộng trên khắp thế giới, những thước phim đó đã đóng góp rất lớn vào việc giới thiệu đất nước, con người Việt Nam với bạn bè quốc tế.

Bên cạnh những nhật báo, tuần báo tiếng Anh như Vietnam News..., các tờ báo hàng đầu Việt Nam như Tuổi trẻ, Thanh niên, Nhân dân... cũng đã phát

triển thành công phiên bản tiếng Anh nhằm chuyển tải được liên tục và đầy đủ những tin tức về Việt Nam đến với độc giả quốc tế. Ngoài ra, không thể không kể đến sự phát triển nhanh chóng của báo điện tử. Việt Nam ở giai đoạn này, số lượng các cơ quan báo chí cung cấp thông tin trên Internet là 168 cơ quan; trong đó, số lượng các báo điện tử (không phụ thuộc tòa soạn báo in hoặc đài phát thanh, truyền hình) là 10 báo. Ngoài ra cũng có trên 2.500 website hoạt động và thường xuyên cung cấp thông tin [48, tr.17]. Đây thực sự là “cầu nối” thông tin trong nước với cộng đồng người Việt đang sinh sống và học tập ở nước ngoài vốn đang rất mong muốn được giao lưu tình cảm với quê hương, người thân và muốn theo dõi tình hình đổi mới trong nước.

Bên cạnh báo viết và báo mạng, truyền hình và phát thanh cũng đóng vai trò rất quan trọng trong việc phát triển mạng lưới thông tin, tuyên truyền của ngoại giao văn hóa. Một trong những kênh truyền hình tiêu biểu, hướng tới đối tượng người Việt Nam ở nước ngoài và người nước ngoài muốn biết về Việt Nam là kênh VTV4 (kênh truyền hình cáp có tầm phủ sóng toàn cầu, phát sóng với nhiều ngôn ngữ như Việt, Anh, Pháp, Lào...). Về truyền thanh, Đài phát thanh tiếng nói Việt Nam cũng đang hoạt động một loạt các kênh radio với các ngôn ngữ quốc tế khác nhau: VOV5 phát trên sóng FM bằng nhiều thứ tiếng cho đối tượng là cộng đồng người nước ngoài sống và làm việc tại Việt Nam; VOV6 là hệ phát thanh đối ngoại phát trên mạng bằng 12 thứ tiếng dành cho kiều bào Việt Nam ở xa Tổ quốc [48, tr.18].

Về phía Bộ Ngoại giao, trang web chính thức của bộ liên tục cập nhật không chỉ các thông tin chuyên ngành mà còn các thông tin liên quan đến đất nước, con người, văn hóa Việt Nam. Trang web của Bộ cũng dành chuyên mục riêng về ngoại giao văn hóa, trong đó cập nhật những thông tin ngoại giao văn hóa Việt Nam trong và ngoài nước; cũng như chủ trương của Đảng và Chính phủ về ngoại giao văn hóa. Đây là một kênh thông tin hay, trực tiếp giúp tăng cường ý thức và hiểu biết của cán bộ ngoại giao nói riêng, người

dân nói chung về ngoại giao văn hóa. Ngoài ra, một số cơ quan có liên quan đến Bộ như Ủy Ban người Việt Nam ở nước ngoài cũng có tạp chí điện tử của riêng mình, trong đó một phần lớn lưu lượng được dành để giới thiệu về con người, đất nước, văn hóa... của Việt Nam.

Việt Nam cũng thường xuyên tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị, nói chuyện với những chủ đề có liên quan tới lịch sử, văn hóa, con người Việt Nam với sự tham gia của các chuyên gia trong và ngoài nước. Các sự kiện được tổ chức dưới hình thức này có thể diễn ra tại Việt Nam hay nước ngoài, thường vào một thời điểm có ý nghĩa nào đó (đặc biệt thường hay vào các ngày lễ lớn của Việt Nam hay ngày kỉ niệm quan hệ giữa Việt Nam và một quốc gia hay tổ chức nào đó...). Một ví dụ là các hội thảo về Việt Nam, thường được các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài tổ chức tiến hành thường niên, tại địa bàn nước sở tại như: Hội thảo “Việt Nam xưa và nay” tại Thái Lan (2006) nhân dịp 30 thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam-Thái Lan; Hội thảo về Việt Nam tại Italy năm 2007 (do trường Livia Bottardi tổ chức với sự tham gia của Đại sứ Việt Nam tại Italy là ông Nguyễn Văn Nam)... Các cuộc hội thảo này là cơ hội tuyệt vời để những thông tin về tình hình kinh tế, xã hội, về chính sách của Chính phủ, về đất nước, con người Việt Nam... được trực tiếp giới thiệu đến người dân bản xứ, bởi họ sẽ được tiếp cận với nguồn thông tin phong phú, có chất lượng của các chuyên gia, những cán bộ chuyên nghiên cứu hàng đầu của Việt Nam [48].

Ngay tại Việt Nam, hằng năm, chúng ta cũng có các hội nghị quốc tế về các vấn đề liên quan tới Việt Nam, thu hút sự tham gia của hàng trăm học giả đến từ hàng chục quốc gia trên thế giới, tiêu biểu là ba kỳ Hội nghị quốc tế Việt Nam học (diễn ra vào các năm 1998, 2004 và 2008). Ngành Việt Nam học phát triển mạnh mẽ. Tại nhiều trường đại học trên thế giới, trường đại học ở Việt Nam cũng đã trở thành một ngành học chính thức thu hút nhiều sinh viên theo học. Điều này chứng tỏ nhu cầu tìm hiểu và nghiên cứu về Việt

Nam, văn hóa Việt Nam ngày càng tăng. Chính vì vậy, việc tổ chức các hội thảo, hội nghị là một trong những phương pháp hiệu quả để có thể quảng bá, tuyên truyền cho những thông tin đúng nguồn, chất lượng và đa dạng về Việt Nam đến với nhân dân thế giới. Đó cũng chính là hoạt động ngoại giao văn hóa Việt Nam trong hoạt động quảng bá hình ảnh, con người Việt Nam ra thế giới thông qua công tác thông tin đối ngoại.

2.4.3. Chỉ đạo công tác quảng bá hình ảnh Việt Nam

2.4.3.1. Xây dựng các cơ sở, công trình văn hóa, lịch sử Việt Nam ở nước ngoài

Việt Nam đã xây dựng một số công trình văn hóa, lịch sử ở nước ngoài như: khu di tích Bác Hồ ở Thái Lan, Nga, Pháp, Trung Quốc, Ngôi nhà truyền thống tại làng ASEAN (Malaysia)..., khánh thành Tượng đài Bác Hồ tại thủ đô Mexico, nằm trong khuôn viên của công viên Tự do cho các dân tộc - kết quả cùng những nỗ lực hợp tác giữa Đại sứ quán Việt Nam ở Mexico với chính quyền thành phố sở tại. Những công trình trên đánh dấu sự hiện diện của văn hóa Việt Nam tại các nước bạn, thu hút sự quan tâm, tìm hiểu của bạn bè quốc tế về nền văn hóa nước nhà; đồng thời cũng là sự ghi nhận mối quan hệ hợp tác giữa hai quốc gia trên lĩnh vực văn hóa xã hội. Việt Nam đã thành lập được Trung tâm văn hóa Việt Nam tại Lào; sắp tới Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại Pháp sẽ đi vào hoạt động và đang lên kế hoạch thành lập các trung tâm tương tự tại Nga và Mỹ. Các trung tâm văn hóa này sẽ là một trong những công cụ hữu hiệu và trực tiếp nhất để giới thiệu về văn hóa Việt Nam ở nước ngoài.

2.4.3.2. Tham gia các hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế về văn hóa, nghệ thuật trong và ngoài nước

Các hoạt động giao lưu Văn hóa nghệ thuật Việt Nam tại nước ngoài là một hình thức quan trọng của ngoại giao văn hóa. Hàng năm Việt Nam cử các đoàn văn hóa nghệ thuật đi nước ngoài tham gia các hoạt động biểu diễn nhằm giới thiệu về đất nước, con người và văn hoá Việt Nam.

Hình thức của các hoạt động giao lưu văn hóa nghệ thuật ngày càng đa dạng. Trong giai đoạn những năm 80 và 90, các hoạt động biểu diễn của các đoàn nghệ thuật Việt Nam ở nước ngoài cũng đã được tổ chức hàng năm, số lượng ít, nội dung lặp lại. Loại hình được mang đi biểu diễn ở các nước chủ yếu là các nghệ thuật truyền thống quen thuộc, đặc biệt là rối nước, hát chèo... Theo thống kê từ năm 1986 đến năm 2009 từ báo Nhân dân, cũng như niên giám thống kê của ngành văn hoá thông tin, số lượng các hoạt động giao lưu văn hoá nghệ thuật Việt Nam tại nước ngoài đã tăng lên mạnh mẽ trong những năm gần đây với sự phối hợp của Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, cũng như các ban ngành, cơ quan, cá nhân, tập thể hoạt động nghệ thuật... Đặc biệt, trong Năm ngoại giao văn hoá 2009, 82 đoàn ra biểu diễn ở nước ngoài thuộc lĩnh vực biểu diễn nghệ thuật, tham dự liên hoan nghệ thuật, điện ảnh [28, tr.10].

Có thể kể ra một số hoạt động chính là: biểu diễn các loại hình nghệ thuật truyền thống của Việt Nam, đáng chú ý như năm 2007, đoàn nghệ nhân công chiêng Daklak cũng đã đi Pháp, Bỉ để quảng bá di sản văn hóa phi vật thể của Việt Nam, đều nhận được lời đánh giá cao từ bạn bè quốc tế. Được chào đón nhất phải kể đến những chuyến lưu diễn của Nhà hát múa rối Trung ương tại hầu hết các quốc gia trên khắp các châu lục, thậm chí có những nơi, đoàn nghệ thuật rối nước là đơn vị nghệ thuật đầu tiên của Việt Nam có mặt như Thổ Nhĩ Kỳ. Hay có những nơi, nghệ thuật rối nước được mời sang biểu diễn không chỉ một lần mà rất nhiều lần. Một hình thức hoạt động giao lưu văn hóa nữa được tổ chức là các cuộc triển lãm về đất nước, con người Việt Nam, trong đó thành công nhất là cuộc triển lãm “Những cuộc hành trình của con người, tinh thần và linh hồn Việt Nam” được tổ chức trong khoảng hơn một năm tại New York (2006), đã thu hút được hơn 350.000 người đến tham dự, cùng với rất nhiều sự quan tâm của người dân sở tại.

Việt Nam cũng tích cực tham gia các hoạt động mang tính đa phương

về văn hóa như các liên hoan phim, âm nhạc, nghệ thuật quốc tế, triển lãm sách, tranh ảnh nghệ thuật tại các quốc gia... Qua kênh hợp tác UNESCO, cộng đồng Pháp ngữ, Diễn đàn hợp tác Á - Âu, ASEAN là các hoạt động điển hình như Liên hoan nghệ thuật ASEAN; Tàu thanh niên châu Á; Lễ hội Văn hóa - Du lịch - Thương mại ở Geneve (Thụy Sĩ); Lễ hội Mekong Festival tại Mỹ (2007), Lễ hội đời sống dân gian Smithsonian (2007)... Sự có mặt, thậm chí đoạt được các giải thưởng của Việt Nam trong những hoạt động quốc tế như trên đã để lại nhiều ấn tượng tốt đẹp trong lòng bạn bè quốc tế. Ví dụ như lần đầu tiên tham dự Lễ hội đời sống dân gian Smithsonian, phần trình diễn của những nghệ nhân dân gian Việt Nam đã được rất nhiều khán giả tán thưởng. Ông Richard Kurin, giám đốc của viện Smithsonian bày tỏ: “Chúng tôi cảm ơn các bạn rất nhiều. Các bạn thực sự là đại sứ văn hóa. Sự có mặt của các bạn tại lễ hội năm nay có ý nghĩa lớn, đã giúp nhân dân Mỹ hiểu thêm về con người, văn hóa Việt Nam” [137].

2.4.3.3. Ngoại giao văn hóa thông qua các Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài

Có thể nói các Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài là một trong những nội dung quan trọng nhất của hoạt động ngoại giao văn hóa nói chung, ngoại giao văn hóa giữa Việt Nam các nước. Đồng thời các Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài cũng là biểu hiện cao nhất của sự kết hợp giữa ngoại giao chính trị, ngoại giao kinh tế và ngoại giao văn hóa. Trong các Tuần, Ngày, Tháng Việt Nam ở nước ngoài đó có thể diễn ra các hoạt động tuyên truyền, quảng bá về những nét đặc sắc trong văn hóa của Việt Nam. Bên cạnh đó, các sản phẩm quê hương Việt Nam cũng được giới thiệu đến bạn bè quốc tế.

Để triển khai Chương trình Hành động của Hội nghị Ngoại giao lần thứ 26, góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội X của Đảng, Phó Thủ tướng Chính phủ, Bộ trưởng Bộ Ngoại giao quyết định đặt ngoại giao văn hóa là trọng tâm công tác của toàn Ngành trong Năm Ngoại giao Văn hoá 2009 và

những năm tiếp theo. Bộ Ngoại giao đã ra Chỉ thị “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”. Trong đó nhấn mạnh: “Gắn kết hoạt động ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, phát huy lợi thế của ngành ngoại giao để tăng cường quảng bá, làm cho bạn bè quốc tế hiểu biết và tin cậy Việt Nam hơn, qua đó thúc đẩy quan hệ hữu nghị hợp tác giữa Việt Nam với các quốc gia, các tổ chức khu vực và quốc tế” [22].

Thỏa thuận hợp tác giữa Bộ Văn hóa Thể Thao và Du Lịch cùng Bộ Ngoại giao trong lĩnh vực văn hóa đối ngoại cũng đồng thời chỉ rõ:

Xây dựng chương trình tổng thể và triển khai thực hiện các hoạt động văn hóa đối ngoại Nhà nước trong và ngoài nước; Phối hợp tổ chức các hoạt động văn hoá của Việt Nam bao gồm: Năm/Tháng/ Tuần/Ngày Việt Nam và các hoạt động văn hoá khác nhân dịp các ngày lễ lớn của Việt Nam tại nước ngoài và các hoạt động văn hoá của các nước tại Việt Nam [10].

Những ngày/tuần Việt Nam ở nước ngoài cũng là một hoạt động ngoại giao văn hóa có hiệu quả rất cao trong việc quảng bá hình ảnh Việt Nam ở nước ngoài. Mỗi năm chúng ta tổ chức các ngày/tuần Việt Nam tại một số quốc gia trên thế giới, có thể kể đến như Ngày Việt Nam ở các quốc gia như Đức, Nam Phi, Singapore (2005); Hàn Quốc, Anh, Bỉ - Luxembourg (2006); Pháp, Ấn Độ (2007), Tuần Văn hoá, du lịch Việt Nam tại Hà Lan (5/2008), Những ngày văn hoá Việt Nam tại Liên Bang Nga (9/2008), Tuần văn hoá Việt Nam tại Campuchia (11/2008), Tuần Văn hóa Việt Nam tại Anh (2008), Tuần Văn hóa Việt Nam tại Lyon (2009)... Theo ông Phạm Gia Túc, Tổng Thư ký Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), các Ngày Việt Nam ở nước ngoài là một kênh xúc tiến mới và cũng đem lại hiệu quả đáng kể. Thay vì chỉ nhằm mục đích thu hút đầu tư, giới thiệu các mặt hàng có thế mạnh, xúc tiến thương mại, những ngày Việt Nam tại nước ngoài còn bao gồm các hoạt động tổng thể giới thiệu từ kinh tế, văn hóa đến chính trị và con người Việt Nam. Có

thể lấy một ví dụ về tính hiệu quả của các Ngày Việt Nam ở nước ngoài là năm 2006, sự kiện này cũng được tổ chức tại Anh. Ông Lengas - Giám đốc Diễn đàn Doanh nghiệp Anh và các nước ASEAN - đã nói “Việc này lẽ ra phải diễn ra từ lâu” khi chúng kiến lễ khai mạc “Những ngày Việt Nam” tại Vương quốc Anh. Tại đây, các doanh nghiệp Việt Nam đã ký kết với các đối tác Anh các thỏa thuận, hợp đồng kinh tế có trị giá gần 1 tỉ USD.

Năm 2010, Quyết định số 33/2010/QĐ-Ttg về “*Quy chế tổ chức ngày Việt Nam ở nước ngoài*”; trong đó quy định việc xây dựng và tổ chức thực hiện chương trình hoạt động trong năm, tháng, tuần hoặc ngày Việt Nam ở nước ngoài (gọi chung là Chương trình ngày Việt Nam ở nước ngoài). Trong đó xác định Chương trình ngày Việt Nam ở nước ngoài được thực hiện ở cấp quốc gia nhân dịp các sự kiện quan trọng sau:

a) Kỷ niệm năm chẵn, năm tròn ngày thiết lập quan hệ ngoại giao với các nước; b) Chuyển thăm chính thức của các đồng chí lãnh đạo cấp cao của Đảng, Nhà nước Việt Nam; c) Chào mừng các sự kiện quốc tế quan trọng có sự tham gia, đóng góp của Việt Nam; d) Các sự kiện khác theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ [39].

Quy chế này cũng xác định rõ những nội dung của các Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài. Cụ thể, bao gồm bốn nội dung:

a) Các hoạt động ngoại giao chính trị của Việt Nam: gặp gỡ, hội đàm; b) Giới thiệu cơ hội hợp tác về đầu tư, thương mại, du lịch và dịch vụ với Việt Nam được tổ chức dưới một số hình thức như: diễn đàn, hội thảo, tọa đàm doanh nghiệp, triển lãm sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; c) Giới thiệu văn hóa Việt Nam thông qua một số hoạt động như: trưng bày, triển lãm văn hóa phẩm, tác phẩm nghệ thuật, biểu diễn nghệ thuật; chiếu phim; hội thảo, tọa đàm về văn hóa Việt, giới thiệu thời trang Việt Nam, giới thiệu ẩm thực Việt Nam; d) Các hoạt động giao lưu nhân dân, các hoạt động truyền thông và một số hoạt động cụ thể khác để tuyên truyền, giới thiệu về sự kiện này [39].

Như vậy, các Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài bao hàm cả ba nội dung hoạt động: chính trị, kinh tế và văn hóa. Ba mặt này kết hợp với nhau chặt chẽ, làm tiền đề và động lực phát triển lẫn nhau. Trong các Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài, nổi bật nhất phải kể đến Duyên Dáng Việt Nam (Vietnam's charming) đã tổ chức mỗi năm một lần đi đến các nước trên thế giới, trong đó có nhiều nước thuộc EU. Dưới sự hướng dẫn của Quy chế, các Tuần Việt Nam ở nước ngoài như được tổ chức: Tuần Văn hóa Tuần Văn hóa Việt Nam tại Đức (2010, Tuần Văn hóa Việt Nam tại Bỉ (2010)...), triển lãm công trình Đắc Lắc ở Italia (9/2006). Các hoạt động ngoại giao văn hóa lồng ghép trong những chuyến viếng thăm, trao đổi đoàn cấp cao như giao lưu văn hóa nghệ thuật, giới thiệu văn hóa Việt Nam đã đóng vai trò tích cực. Các hoạt động này đã đóng vai trò tích cực trong việc thay đổi cách nhìn nhận của các đối tác quốc tế đối với Việt Nam. Các hoạt động giúp tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau, từ đó đưa đến khả năng cao trong việc ký kết những văn bản, cam kết hợp tác.

Một loạt các sự kiện, lễ hội lớn được tổ chức thành công đã góp phần không nhỏ vào việc quảng bá hình ảnh địa phương nói riêng và Việt Nam nói chung như Cuộc vận động đưa Vịnh Hạ Long vào danh sách 7 kỳ quan thiên nhiên thế giới mới; đưa Lăng Cô vào danh sách các Câu lạc bộ những Vịnh biển đẹp nhất thế giới; các Festival Hoa Đà Lạt, Festival Huế (đã và đang trở thành một festival văn hóa nghệ thuật hàng đầu đất nước và có uy tín ở khu vực), Festival biển Nha Trang; các lễ hội Văn hóa Du lịch Quảng Nam, Quảng Bình, Hạ Long... Đặc biệt, trong giai đoạn này Việt Nam đã tổ chức được những hoạt động văn hóa mang tầm cỡ quốc tế, thu hút sự quan tâm đông đảo của bạn bè quốc tế như Hội thi pháo hoa quốc tế tại Đà Nẵng (2007, 2008, 2010), cuộc thi Hoa hậu Hoàn Vũ 2008 tại Khánh Hòa, cuộc thi Hoa hậu Thế giới 2010... Lễ thả hoa đăng và Cầu Truyền hình quốc tế "Hà Nội - Viên Chăn - Paris/UNESCO: Hòa điệu văn hóa, khát vọng hòa bình" được tổ

chức tối 31/7/2010. Chương trình được thực hiện tại 3 điểm cầu Hà Nội, Viêng Chăn, Paris nhằm truyền tải tình cảm của nhân dân Việt Nam ở trong nước và kiều bào ở nước ngoài cùng bạn bè thế giới hướng về Đại lễ 1000 năm Thăng Long - Hà Nội. Đây cũng là hoạt động có ý nghĩa kỷ niệm 120 năm ngày sinh của Chủ tịch Hồ Chí Minh, 20 năm ngày UNESCO công nhận Người là “Anh hùng giải phóng dân tộc, danh nhân văn hóa thế giới”.

Trong giai đoạn 2006-2010, Việt Nam đã tiến hành tăng cường tuyên truyền các hoạt động văn hóa nghệ thuật biểu diễn quốc tế khác được tiến hành ở Việt Nam như các tuần lễ phim quốc tế; các cuộc Hội thảo quốc tế của UNESCO, các hoạt động văn hóa của cộng đồng Pháp ngữ; Liên hoan âm nhạc châu Âu (định kỳ hàng năm)...

Một điều đáng chú ý là, nếu những năm trước đây, hầu hết các hoạt động nghệ thuật giao lưu văn hóa của Việt Nam biểu diễn ở nước ngoài đều do các đơn vị như Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch kết hợp với Bộ Ngoại giao tổ chức và tiến hành, thì trong những năm gần đây, đã xuất hiện những chương trình nghệ thuật của Việt Nam nhận được đánh giá cao ở nước ngoài lại do các doanh nghiệp, các tổ chức xã hội, phối hợp với các cơ quan Bộ ngành... thực hiện, tiêu biểu là chương trình ca nhạc tạp kỹ “Duyên dáng Việt Nam” do báo Thanh Niên tổ chức. Xuất thân là một chương trình nghệ thuật có uy tín trong nước từ nhiều năm, theo ông Phạm Sanh Châu, “Duyên dáng Việt Nam” giờ đây đã đảm nhận nhiệm vụ chính trị là “Giới thiệu hình ảnh văn hóa dân tộc ra với bạn bè quốc tế, mang tầm vóc văn hóa và chính trị trong chính sách ngoại giao của Đảng và Nhà nước” [145]. Các chương trình “Duyên dáng Việt Nam” đã được tổ chức tại Singapore, Anh, Australia đều nhận được sự ủng hộ của bạn bè quốc tế, kiều bào nước ngoài, như trong lần ra mắt khán giả Singapore (2007), đích thân Thủ tướng Singapore Lý Hiển Long đã nói với Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng (lúc bấy giờ đang ở thăm Singapore) rằng, chương trình này là biểu hiện của “các mối quan hệ trao đổi

văn hóa, tương tác, giáo dục và con người với con người đang được tăng cường” giữa nhân dân hai nước [161].

Đây là thành công trong thực hiện xã hội hóa hoạt động ngoại giao văn hóa theo chủ trương xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa của Đảng và Nhà nước thời gian này.

2.4.3.4. Kết hợp các hoạt động ngoại giao văn hóa với các hoạt động đối ngoại

Một hình thức quan trọng khác của ngoại giao văn hóa là việc kết hợp các chương trình văn hóa nghệ thuật với các hoạt động chính trị, phổ biến nhất là chuyến thăm của lãnh đạo cao cấp Việt Nam tới các quốc gia trên thế giới. Một số sự kiện đáng chú ý trong thời gian này như, biểu diễn Nhã nhạc cung đình Huế tại Nhật Bản nhân chuyến thăm chính thức Nhật Bản của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết (11/2007); chương trình văn hóa Việt Nam tại Anh và Cộng hoà Ailen nhân chuyến thăm của Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng (03/2008); chương trình văn hóa Việt Nam tại Thụy Điển, Phần Lan và Đan Mạch nhân chuyến thăm chính thức 3 nước Bắc Âu của Phó Thủ tướng Nguyễn Sinh Hùng (06/2008); ngày văn hóa Việt Nam tại Singapore trong chuyến thăm của Phó Thủ tướng kiêm Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Phạm Gia Khiêm (05/2008)... Bên cạnh các chuyến thăm trên, một hình thức hoạt động đáng chú ý khác là các chương trình giao lưu văn hóa nhân kỷ niệm 10 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam - Hoa Kỳ; tuần văn hóa Việt Nam tại Bỉ, Hungary, Rumani, Pháp, Canada (2005); Festival Việt Nam tại Malaysia (04/2008) và Tuần lễ Việt Nam tại Nhật Bản (09/2008) nhân kỷ niệm 35 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao của Việt Nam với hai quốc gia này... các hoạt động văn hóa nghệ thuật phối hợp với các sự kiện chính trị, ngoại giao cũng liên tục được triển khai trong nước, tiêu biểu như Đại nhạc hội Việt - Nhật nhân kỷ niệm 35 năm quan hệ Việt Nam và Nhật Bản; chương trình Hòa nhạc cuối năm 2006 (do dàn nhạc Giao hưởng Việt Nam và Ủy ban người Việt Nam ở nước ngoài đồng tổ chức)...

2.4.3.5. Xây dựng thương hiệu quốc gia

Thông điệp quốc gia, thương hiệu địa phương giúp các quốc gia tăng cường sự hiểu biết, đặc biệt là sự tin tưởng lẫn nhau, qua đó củng cố những nền tảng hợp tác trên mọi lĩnh vực, cấp độ. Một trong những điều quan trọng nhất của ngoại giao văn hóa đó là truyền tải được thông điệp của một quốc gia đến với thế giới. Một thông điệp hàm chứa những nét đặc trưng nhất của quốc gia đó và được quảng bá tốt sẽ tác động mạnh mẽ hơn đến bạn bè quốc tế, khiến hình ảnh đất nước trở nên rõ ràng và thu hút hơn. Khi bạn nghĩ tới Paris lãng mạn, Tokyo hiện đại, Hồng Kông sôi động, Butan thanh bình, Singapore năng động... đó là ví dụ về một vài thông điệp địa phương mà các quốc gia đã xây dựng, truyền tải thành công tới người dân toàn cầu. Ở Việt Nam, câu chuyện xây dựng thông điệp quốc gia hay thương hiệu địa phương tuy đã có những bước đi ban đầu, nhưng đến thời điểm này vẫn còn nhiều điều mới mẻ đối với cả chính quyền, doanh nghiệp lẫn người dân.

Nhiều ý kiến đưa ra về xây dựng thông điệp cho Việt Nam nhưng chưa đi đến được thống nhất. Các ý kiến tập trung nhấn mạnh vào một số thông điệp chính có thể sử dụng như: đất nước tươi đẹp, con người thân thiện, văn hóa độc đáo và lịch sử huyền thoại. Bên cạnh thông điệp, việc chọn ra được một vài sản phẩm trở thành thương hiệu Việt Nam cũng là một yếu tố quan trọng của ngoại giao văn hóa. Các chuyên gia và nhà hoạch định chính sách hiện đang phân vân giữa một số thương hiệu văn hóa đậm tinh thần Việt Nam như nem, phở, áo dài, cà phê, đàn bầu...

Cho đến thời điểm năm 2010, thông điệp quốc gia hay thương hiệu địa phương thường được gắn với hình ảnh du lịch quốc gia. Điều này là đúng nhưng chưa toàn diện vì thông điệp quốc gia, thương hiệu địa phương còn bao gồm nhiều thành tố khác như: lịch sử, văn hóa, con người, đường lối, chính sách... Ngoại giao văn hóa những năm gần đây đã có những đóng góp thiết thực trong quá trình xây dựng thông điệp quốc gia và thương hiệu địa phương.

Qua những chương trình, hoạt động cụ thể, Ngoại giao văn hóa góp phần chuyển tải tới bạn bè quốc tế hình ảnh về một đất nước Việt Nam yêu chuộng hòa bình, thân thiện, cởi mở, một dân tộc Việt Nam anh dũng, bất khuất, nhân văn, một lịch sử hào hùng, một nền văn hóa đậm đà bản sắc, một quốc gia có nhiều di sản văn hóa, thiên nhiên, nhiều phong cảnh đẹp...

Ngoại giao văn hóa đã xây dựng, gìn giữ, lan tỏa hình ảnh của người Việt Nam tiêu biểu thông qua 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”. Đây là cách làm của nhiều quốc gia trên thế giới khi đưa hình ảnh của lãnh tụ thành biểu tượng thể hiện hoài bão, tâm thế, ý chí của cả một dân tộc.

Ngoài ra, ngoại giao văn hóa góp phần đưa các thương hiệu du lịch, thương hiệu sản phẩm của Việt Nam đến với đông đảo bạn bè quốc tế. Thông qua các hoạt động giao lưu, trao đổi, tiếp xúc đối ngoại, xúc tiến đầu tư ở trong và ngoài nước, các địa phương có thể xác định được điểm mạnh, yếu của mình và định vị được hình ảnh mong muốn xây dựng trong tương lai.

Ngoại giao văn hóa hỗ trợ, đồng hành cùng địa phương trong nhiều chương trình lễ hội có tính nước ngoài như: Festival Huế, Festival hoa Đà Lạt, Festival pháo hoa Đà Nẵng... Các lễ hội này đã trở thành thương hiệu của địa phương, thu hút đầu tư, du lịch của người dân ở trong và ngoài nước. Bản thân các địa phương này cũng được nâng tầm trở thành "thương hiệu".

Việc xây dựng thông điệp quốc gia và thương hiệu địa phương là quá trình dài, liên quan đến phạm trù công việc rộng. Vì vậy, cần có sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa khối công và tư, giữa quốc gia và địa phương để huy động thành công sức mạnh tổng thể. Ngoại giao văn hóa đang nỗ lực thực hiện tốt các mảng việc của mình để trở thành một trong những “mắt xích” trọng yếu góp phần vào tổng hòa sức mạnh này.

2.4.3.6. Quảng bá hình ảnh Việt Nam tới bạn bè quốc tế thông qua các hoạt động du lịch

Du lịch - ngành công nghiệp không khói được coi là ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam. Du lịch Việt Nam có những thế mạnh với tiềm năng to lớn để có thể tạo dựng hình ảnh một điểm đến thân thiện, sức hấp dẫn tiềm ẩn đối với du khách bốn phương. Với khẩu hiệu: Việt Nam - Vẻ đẹp tiềm ẩn (Vietnam - The hidden charm) để khuyến khích, thúc đẩy sự phát triển của du lịch và khẳng định vai trò của du lịch trong việc quảng bá hình ảnh Việt Nam với bạn bè quốc tế.

Tính đến tháng 4/2004, Việt Nam có 2741 di tích, thắng cảnh được xếp hạng di tích quốc gia. Tới năm 2010, có 6 di sản được UNESCO công nhận là Di sản thế giới bao gồm: Hoàng thành Thăng Long, Quần thể di tích Cố đô Huế, Vịnh Hạ Long, Phố Cổ Hội An, Thánh địa Mỹ Sơn, và Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng; 8 khu dự trữ sinh quyển thế giới đó là Châu thổ sông Hồng, Cát Bà, Tây Nghệ An, Cát Tiên, Cù lao Chàm, Cần Giờ, Cà Mau và biển Kiên Giang. Hiện nay Việt Nam có 30 vườn quốc gia gồm Ba Bể, Bái Tử Long, Hoàng Liên, Tam Đảo, Xuân Sơn, Ba Vì, Cát Bà, Cúc Phương, Xuân Thủy, Bạch Mã, Bến En, Phong Nha-Kẻ Bàng, Pù Mát, Vũ Quang, Bidoup Núi Bà, Chư Mom Ray, Chư Yang Sin, Kon Ka Kinh, Yok Đôn, Côn Đảo, Lò Gò-Xa Mát, Mũi Cà Mau, Núi Chúa, Phú Quốc, Phước Bình, Tràm Chim, U Minh Hạ, U Minh Thượng. Việt Nam có 400 nguồn nước nóng từ 40-100°C. Nhiều suối có hạ tầng xây dựng khá tốt như: Suối nước nóng thiên nhiên Đam Rông, Lâm Đồng; suối nước nóng Kim Bôi (Hòa Bình), suối nước nóng Bình Châu (Bà Rịa - Vũng Tàu), suối nước nóng Kênh Gà (Ninh Bình), suối nước nóng Quang Hanh (Quảng Ninh). Việt Nam đứng thứ 27 trong số 156 quốc gia có biển trên thế giới với 125 bãi tắm biển, hầu hết là các bãi tắm đẹp. Việt Nam là 1/12 quốc gia có vịnh đẹp nhất thế giới là vịnh Hạ Long và vịnh Nha Trang [61].

Bên cạnh các tiềm năng từ tự nhiên, Việt Nam có 117 bảo tàng trong đó các bộ, ngành quản lý 38, các địa phương quản lý 79. Hai bảo tàng lịch sử mang tính quốc gia là Bảo tàng Cách mạng Việt Nam và Bảo tàng lịch sử Việt

Nam hiện đang đề xuất thêm Bảo tàng Lịch sử quốc gia. Việt Nam hiện có 21 khu du lịch quốc gia tính đến năm 2008, là những trọng điểm để đầu tư thúc đẩy phát triển du lịch. Việt Nam là một đất nước hoà bình, ổn định, kinh tế liên tục tăng trưởng trong xu thế đổi mới, hội nhập, với chủ trương nhất quán sẵn sàng là bạn, là đối tác tin cậy của tất cả các quốc gia, các dân tộc trên thế giới.

Việt Nam là đất nước có tài nguyên du lịch phong phú và đa dạng cả về tự nhiên và nhân văn. Con người Việt Nam thân thiện và mến khách với lịch sử hàng ngàn năm dựng nước và giữ nước cùng những di sản tự nhiên, văn hoá, lịch sử quý giá, trong đó có nhiều di sản đã được UNESCO công nhận là di sản thế giới. Truyền thống văn hoá của Việt Nam đậm đà, giàu bản sắc và phong phú thêm bởi những hoạt động lễ hội, văn nghệ dân gian đặc sắc của cộng đồng 54 dân tộc.

Trong giai đoạn 2006-2010, quan hệ hợp tác của du lịch Việt Nam với các nước trên thế giới, các tổ chức khu vực, quốc tế đã được đẩy mạnh và tăng cường. Du lịch Việt Nam đã ký được 40 văn bản hợp tác với các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới; thiết lập quan hệ bạn hàng và đối tác với trên một nghìn hãng của 60 quốc gia và vùng lãnh thổ. Đặc biệt, sự tham gia của Du lịch Việt Nam trong hoạt động của các tổ chức, cơ chế khu vực và quốc tế như ASEAN, APEC, ASEM, Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), Hiệp hội Lữ hành Du lịch Châu Á - Thái Bình Dương (PATA), Tiểu vùng sông Mê-kông (GMS), hợp tác Sông Mê-kông - Sông Hằng, Hành lang Đông - Tây, v.v... [61, tr.224-225] ngày càng tích cực và hiệu quả hơn. Đã có nhiều sáng kiến được đánh giá cao như sáng kiến tổ chức Hội nghị Bộ trưởng Du lịch ASEAN+3. Du lịch Việt Nam đã tổ chức thành công Hội nghị Bộ trưởng Du lịch khu vực Châu Á - Thái Bình Dương của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), Hội nghị Bộ trưởng Du lịch APEC lần thứ 4, Hội nghị bộ trưởng Du lịch Việt Nam - Lào - Campuchia, Diễn đàn du lịch ASEM và nhiều sự kiện quốc tế quan trọng khác. Du lịch Việt Nam đã tham gia hầu hết các hội

chợ du lịch khu vực và quốc tế lớn, tổ chức nhiều chương trình quảng bá, xúc tiến ở các thị trường trọng điểm. Từ ngày 5 đến 12/01/2009 chúng ta tổ chức Diễn đàn du lịch ASEAN 2009 (ATF 09) thành công tốt đẹp, góp phần đưa hình ảnh Việt Nam đến với bạn bè quốc tế, thu hút khách quốc tế đến với du lịch Việt Nam.

Bên cạnh đó, các tài liệu của Tổng cục du lịch, Hàng không Việt Nam... trong đó đều có những thông tin giới thiệu, quảng bá về đất nước và con người Việt Nam. Trong khuôn khổ quốc gia Chương trình quốc gia về du lịch, đã có gần 15 loại ấn phẩm sản xuất và phát hành với nhiều thứ tiếng: Anh, Pháp, Nga, Nhật, Trung Quốc, Hàn Quốc... Đĩa CD-ROM về các lễ hội truyền thống của Việt Nam được hoàn thành phân phối tới du khách qua nhiều kênh khác nhau. Các địa phương và doanh nghiệp đã in hàng vạn bản đồ, hàng triệu tập gấp du lịch, phát hành ở các thị trường du lịch quốc tế trọng điểm...

2.4.4. Chỉ đạo công tác ngoại giao văn hóa qua công tác người Việt Nam ở nước ngoài

Cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài tính đến năm 2010, có khoảng 3,5 triệu người và sinh sống ở gần 100 quốc gia và vùng lãnh thổ trên khắp thế giới, trong đó khoảng 2/3 tập trung ở các nước phát triển [219, tr.241]. Người Việt Nam ở nước ngoài không chỉ đóng góp tích cực vào sự phát triển của quốc gia sở tại mà còn là một thành phần không thể thiếu trong công cuộc xây dựng, công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế của Việt Nam. Chính vì vậy, có thể nói người Việt Nam ở nước ngoài là những người tiếp thị hình ảnh Việt Nam thường xuyên, đến nhân dân các nước, vùng lãnh thổ nơi họ sinh sống, làm ăn, lao động hoặc học tập. Thực hiện các hoạt động ngoại giao văn hóa có liên quan tới cộng đồng Người Việt Nam ở nước ngoài vừa là một cách để duy trì bản sắc dân tộc, đồng thời, thông qua họ, hình ảnh đất nước và con người Việt Nam sẽ được quảng bá rộng rãi và hiệu quả hơn nữa tới cộng đồng quốc tế. Thông qua các phương tiện truyền thông

như báo đài và đặc biệt là Internet, chúng ta đã cung cấp kịp thời, đầy đủ và có định hướng cho người Việt Nam ở nước ngoài những thông tin liên quan đến đất nước, công cuộc đổi mới, những giá trị và tinh hoa dân tộc...

Nghị quyết 36-NQ/TW ban hành năm 2004, đã giúp nâng cao nhận thức và ý thức trách nhiệm trong việc triển khai công tác đối với NVNONN từ cả 2 chiều. Ở trong nước, công tác người Việt Nam ở nước ngoài thực sự đã trở thành nhiệm vụ của cả hệ thống chính trị, từ Trung ương đến địa phương. Các ban, bộ, ngành, địa phương đã nhận thức được vị trí, tầm quan trọng của công tác người Việt Nam ở nước ngoài, đã thành lập bộ phận làm công tác người Việt Nam ở nước ngoài, ban hành các kế hoạch, chương trình hành động về công tác này. Về phía kiều bào, Nghị quyết 36 được đông đảo kiều bào đón nhận, ủng hộ, hưởng ứng thực hiện. Kiều bào không chỉ là đối tượng thụ hưởng các chủ trương, chính sách của Nghị quyết 36, mà còn là chủ thể tích cực triển khai. Các hội đoàn người Việt Nam ở nước ngoài thực sự đóng vai trò nòng cốt trong việc quy tụ, hỗ trợ bà con ổn định cuộc sống ở sở tại và tổ chức nhiều hoạt động thiết thực nhằm duy trì tiếng Việt, bản sắc văn hóa dân tộc, hướng về quê hương, đất nước.

Việt Nam cũng tiến hành hàng loạt và ngày càng có chất lượng các sự kiện văn hóa đối ngoại liên quan trực tiếp đến cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài như Những ngày Việt Nam, Tuần Việt Nam, Trại hè Việt Nam², Gặp gỡ thanh niên, sinh viên kiều bào³, Xuân quê hương⁴...; các cầu truyền

² Trại hè Việt Nam được tổ chức lần đầu tiên năm 2004, từ đó đến nay diễn ra đều đặn mỗi năm một lần. Trại hè là dịp những thanh thiếu niên kiều bào từ các quốc gia trên khắp thế giới tụ họp tại Việt Nam, được tham gia các hoạt động khác nhau nhằm tăng cường hiểu biết về văn hoá, lịch sử của Việt Nam và tận mắt chứng kiến những thay đổi to lớn về mọi mặt của đất nước. Đây cũng là dịp để thế hệ trẻ Việt Nam trong và ngoài nước giao lưu, học hỏi nhau.

³ Chương trình Gặp gỡ thanh niên sinh viên kiều bào được tổ chức lần đầu tiên năm 2007, với tên gọi Gặp gỡ thanh niên sinh viên kiều bào một số nước Châu Á lần 1 do Ủy ban về người Việt Nam ở nước ngoài (Bộ Ngoại giao) phối hợp với Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam chủ trì. Mục đích là giúp thanh niên, sinh viên kiều bào tham gia vào các hoạt động giao lưu văn hoá, văn nghệ, thể thao, trao đổi kinh nghiệm hoạt động đoàn, tăng cường hiểu biết giữa thanh niên trong và ngoài nước, giao lưu với thanh niên nước sở tại.

⁴ Chương trình Xuân quê hương do Ủy ban Người Việt Nam ở nước ngoài (Bộ Ngoại giao) tổ chức nhân dịp Tết cổ truyền hàng năm. Đây là dịp gặp gỡ, giao lưu giữa các kiều bào về quê ăn Tết với một số vị lãnh đạo của một số cơ quan đoàn thể. Chương trình Xuân quê hương năm 2009 lần đầu tiên được truyền hình trực tiếp đến kiều bào Việt Nam ở nhiều quốc gia, góp phần đưa người Việt Nam khắp nơi trên thế giới xích lại gần nhau hơn và cùng nhau hướng về đất nước, đoàn kết, chung sức chung lòng xây đắp quê hương.

hình nhân dịp các sự kiện, ngày lễ lớn của đất nước như Cầu truyền hình Tết Kỷ Sửu...; tổ chức các cuộc thi có sự tham gia của các thí sinh gốc Việt cả trong và ngoài nước như Hoa hậu thế giới người Việt, Hoa hậu người Việt Nam ở nước ngoài; kể chuyện về Bác...; đưa các đoàn nghệ thuật trong nước thường xuyên ra biểu diễn phục vụ kiều bào nước ngoài; triển khai các đề án dạy tiếng Việt cho thế hệ kiều bào trẻ ở nước ngoài; tổ chức các hội nghị của doanh nhân người Việt ở nước ngoài...

Năm 2009, có 3 hoạt động lớn nhất dành cho kiều bào, đó là Trại hè Việt Nam (từ 18/7 đến 5/8/2009), Đại hội thành lập Hiệp hội Doanh nhân Việt Nam ở nước ngoài (9-10/8/2009) và Hội nghị người Việt Nam ở nước ngoài toàn thế giới lần thứ nhất (tháng 11/2009). Một hướng đi mới của công tác Người Việt Nam ở nước ngoài đó chính là triển khai “văn hóa tâm linh”. Một số hoạt động tiêu biểu với quy mô lớn đã được tổ chức như: Huyền thoại Côn Đảo, Đại lễ cầu siêu tại Côn Đảo, Quốc giỗ Hùng Vương, gần đây nhất là Đại lễ cầu siêu, tưởng niệm các anh hùng liệt sĩ nhân dịp 50 năm mở đường Trường Sơn... Những hoạt động này không chỉ đáp ứng được đời sống tinh thần, tâm linh và những yêu cầu đòi hỏi về tự do tín ngưỡng của bà con kiều bào ở nước ngoài mà còn mang tính giáo dục truyền thống, giáo dục tinh thần yêu nước, đã đem lại thành quả to lớn trong việc vận động kiều bào hướng về quê hương đất nước.

Bên cạnh việc xây dựng các trung tâm văn hóa Việt Nam tại nước ngoài, Việt Nam cũng tiến hành định hướng hợp tác và hỗ trợ các doanh nghiệp nước ngoài có hoạt động liên quan đến ngoại giao văn hóa như Viethaus (Trung tâm Xúc tiến Thương mại, Đầu tư, Văn hóa và Du lịch Việt Nam tại Berlin)... Một hình thức quan trọng nữa của hoạt động ngoại giao văn hóa hướng tới Người Việt Nam ở nước ngoài chính là những chính sách nhân văn của Chính phủ Việt Nam, tạo điều kiện thuận lợi cho kiều bào ta ở nước ngoài sinh sống và làm việc tại quê nhà bất kể họ làm việc cho chế độ

nào trước đây như ban hành quy chế miễn thị thực cho người Việt Nam ở nước ngoài, cho phép người Việt Nam ở nước ngoài được sở hữu nhà ở tại Việt Nam, các chính sách ưu đãi nhằm thu hút Việt kiều trí thức về làm việc tại Việt Nam, Luật quốc tịch... Trong vai trò là chủ thể của ngoại giao văn hóa, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài cũng đã có nhiều hoạt động mang tính chất ngoại giao văn hóa như: Tổ chức các sinh hoạt cộng đồng về văn hóa, văn nghệ, hội họa, tín ngưỡng, thể thao, xã hội, dạy và học tiếng Việt... Làm cho người dân nước sở tại có cơ hội được tiếp xúc trực tiếp với văn hóa Việt Nam, thưởng thức văn hoá Việt và nếu ưa thích có thể tiếp thu, kể cả việc học tiếng Việt hoặc những hình thức nghệ thuật trình diễn. Ngoài ra, nó cũng gắn kết cộng đồng người Việt Nam đang sinh sống, học tập và làm việc tại Anh... Ví dụ như các chương trình Đêm văn hóa Việt Nam tại Anh do Hội Sinh viên Việt Nam tại Anh tổ chức. Với tư cách là cầu nối, người Việt Nam ở nước ngoài thường tổ chức cho các đoàn thể văn hóa, nghệ thuật, phim ảnh... trong nước ra nước ngoài biểu diễn cho kiều bào và người nước ngoài thưởng thức, qua đó quảng bá văn hóa Việt Nam cũng như đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước Việt Nam trong lĩnh vực văn hóa, đối ngoại. Bên cạnh đó, trong xu thế hội nhập quốc tế, các doanh nghiệp của người Việt Nam ở nước ngoài đưa hàng hóa, sản phẩm, dịch vụ của Việt Nam ra nước ngoài, đưa du lịch quốc tế vào Việt Nam, qua đó cũng quảng bá một cách hiệu quả cho văn hóa Việt Nam, kể cả văn hóa vật thể và phi vật thể.

2.4.5. Chỉ đạo ngoại giao văn hóa thông qua kênh hợp tác với các tổ chức quốc tế

2.4.5.1. Tổ chức UNESCO

UNESCO là một tổ chức liên ngành thúc đẩy hợp tác về văn hóa, giáo dục, khoa học lớn nhất của Liên hợp quốc. Đây cũng là một định hướng chính khi Việt Nam thực hiện ngoại giao văn hóa. Ngoại giao văn hóa thông qua UNESCO nội dung chính là vận động tổ chức này công nhận các di sản văn

hóa, di sản thiên nhiên của Việt Nam, đa dạng văn hóa, văn minh, đạo đức trong khoa học công nghệ... Qua đó, dựa vào tầm ảnh hưởng của UNESCO quảng bá được các di sản này đến các nước trên khắp thế giới. Bộ Ngoại giao nói riêng và các Bộ, ban ngành khác nói chung của Việt Nam như Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch, Bộ thông tin và truyền thông, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Khoa học - Công nghệ... đã và đang thực hiện các nội dung hợp tác trên.

Thỏa thuận hợp tác giữa Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch cùng Bộ Ngoại giao trong lĩnh vực văn hóa đối ngoại (2008) đã đề ra nhiệm vụ:

Xây dựng kế hoạch trình hồ sơ từ nay đến và sau năm 2015 để UNESCO công nhận các di sản thế giới mới (bao gồm các di sản thiên nhiên và di sản văn hoá vật thể, phi vật thể); Bảo tồn và phát huy các di sản thế giới đã được UNESCO công nhận tại Việt Nam nhằm quảng bá hình ảnh đất nước, con người, văn hoá Việt Nam, phục vụ cho việc phát triển bền vững [27].

Cũng trong năm 2008, Bộ Ngoại giao đã ra Chỉ thị “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” nhấn mạnh một nhiệm vụ quan trọng của ngoại giao văn hóa Việt Nam là: “chú trọng tuyên truyền và vận động Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc (UNESCO) công nhận các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể và di sản thiên nhiên thế giới, các khu dự trữ sinh quyển thế giới, các công viên địa chất và các hồ sơ chương trình Ký ức Thế giới của Việt Nam...” [22].

Thực hiện chủ trương đó, Ủy ban Quốc gia UNESCO Việt Nam đã lập kế hoạch, phát động và triển khai thành công nhiều hoạt động để giới thiệu, quảng bá hình ảnh Việt Nam đến các nước trên thế giới, giúp nhân dân thế giới hiểu rõ, có cái nhìn khách quan về văn hóa và con người Việt Nam. Việt Nam đã thành lập Ban Chỉ đạo quốc gia về tuyên truyền, quảng bá và bầu chọn kỳ quan thiên nhiên thế giới mới, xây dựng và triển khai một số cơ chế phối hợp liên ngành, tổ chức thành công một số sự kiện quan trọng (như Lễ hội

Việt Nam tại Xin-ga-po, Mát-xcơ-va (Nga); Tuần lễ Việt Nam 2008 tại một số thành phố lớn của Nhật Bản...), tích cực phát triển quan hệ với UNESCO và vận động tổ chức này công nhận một số di sản văn hóa, lịch sử, thiên nhiên của Việt Nam là di sản thế giới. Đến năm 2010, UNESCO đã công nhận tám khu vực dự trữ sinh quyển thế giới ở Việt Nam là: Cần Giờ, Cát Tiên, Đồng bằng sông Hồng, Cát Bà, Kiên Giang, Tây Nghệ An, Cù Lao Chàm và Mũi Cà Mau. Mộc Bản triều Nguyễn của Việt Nam lần đầu tiên được công nhận là Di sản tư liệu trong chương trình Ký ức thời gian (6/2009). Quan họ Bắc Ninh và Ca trù được công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại (9/2009).

Năm 2009, Việt Nam trúng cử với số phiếu cao vào Hội đồng Chấp hành UNESCO nhiệm kỳ 2009-2013 và UNESCO thông qua nghị quyết tham gia Đại lễ 1.000 năm Thăng Long. Trong dịp mừng Đại lễ 1.000 năm, hơn 100 hoạt động văn hóa - nghệ thuật khác nhau đã được tổ chức, như các liên hoan: Phim Quốc tế Hà Nội, Múa rối, Xiếc quốc tế, cúp bóng đá quốc tế... đã giới thiệu các danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, bản sắc truyền thống của Việt Nam đối với bạn bè quốc tế và góp phần phát triển ngành du lịch của địa phương nói riêng và đóng góp vào tăng trưởng kinh tế xã hội của địa phương cả nước nói chung.

Với sự hỗ trợ tích cực của UNESCO, Việt Nam được tin nhiệm đăng cai tổ chức nhiều hội nghị, hội thảo lớn của khu vực như Hội nghị Phụ nữ châu Á - Thái Bình Dương với văn hóa hòa bình, Hội thảo đánh giá định kỳ các khu di sản thiên nhiên và hỗn hợp thế giới khu vực châu Á - Thái Bình Dương, Hội nghị cấp bộ trưởng khu vực châu Á - Thái Bình Dương về Đối thoại giữa các nền Văn hóa và Văn minh, Hòa bình và Phát triển khu vực châu Á - Thái Bình Dương bàn về chương trình trung hạn 2008 - 2013 và chương trình ngân sách 2008 - 2009...

Có thể nói, những công nhận của UNESCO không chỉ là một kênh quan trọng giới thiệu văn hóa Việt Nam ra cộng đồng thế giới mà còn tạo ra

“thương hiệu” mang tầm quốc tế, đem lại các nguồn thu không nhỏ từ du lịch, làm biến đổi bộ mặt đời sống tinh thần, xã hội của người dân và địa phương nơi có di sản. Nhưng cái lớn nhất mà UNESCO mang lại là đẩy lên ý thức tôn trọng, yêu quý và bảo vệ di sản của cả xã hội, từ lãnh đạo các cấp đến người dân bình thường. Từ ý thức dẫn đến các hành vi ứng xử, hành động thực tế bảo vệ di sản. Điều này cũng được thể hiện cụ thể cả trong các chính sách qui hoạch phát triển của quốc gia và các địa phương, phản ánh qua những tính toán cân nhắc hợp lý giữa công tác bảo tồn và phát triển.

2.4.5.2. Tổ chức ASEAN

Bên cạnh UNESCO, tổ chức ASEAN cũng đóng vai trò là kênh hợp tác quốc tế quan trọng trong hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam nói chung.

Việt Nam đã tổ chức các hoạt động đa phương tiêu biểu như: Việt Nam đã tổ chức thành công chương trình nghệ thuật đặc biệt kỷ niệm 40 năm thành lập ASEAN năm 2007: cuộc thi sáng tác “Logo ASEAN”, tổ chức triển lãm “Sắc màu ASEAN”, cuộc thi cấp quốc gia và triển lãm về sưu tập Tem của thanh thiếu niên ASEAN; Năm 2008: Cuộc thi sáng tác bài hát chính của ASEAN tại Thái Lan; cuộc thi “Giọng hát vàng ASEAN” (2008) tại Việt Nam; Năm 2009: “Liên hoan âm nhạc và văn hóa ASEAN” tại Bangkok, Tuần văn hóa ASEAN 2004 và 2009 diễn ra tại Việt Nam giới thiệu và tôn vinh những nét đặc sắc về văn hóa nghệ thuật truyền thống của ASEAN được gìn giữ và phát huy trong bối cảnh hiện đại và toàn cầu hóa, với sự tham gia của các văn nghệ sĩ đến từ các nước thành viên; Năm 2010: “Liên hoan ca múa nhạc ASEAN” (2010) tại Việt Nam [30], Việt Nam đã tổ chức thành công Hội trại Thanh thiếu niên ASEAN với chủ đề “Rồng: Huyền thoại trong văn hóa ASEAN”, “Ngày ẩm thực ASEAN mở rộng” tổ chức tại Hà Nội.

Bên cạnh những kết quả đạt được qua hợp tác đa phương giữa Việt Nam với ASEAN, chúng ta còn có những hợp tác song phương với từng nước ASEAN tạo thêm tình hữu nghị, đoàn kết giữa các quốc gia ASEAN như:

Hợp tác với Thái Lan, Lào, Malaysia và Singapore, Myanma, Philipines. Sau đây là một số hoạt động hợp tác ngoại giao văn hóa tiêu biểu:

Hợp tác với Lào: Hai quốc gia đã phối hợp tổ chức những buổi giao lưu văn hóa nghệ thuật rất đặc sắc để lại dấu ấn trong đồng bào hai nước như chương trình ca múa nhạc: “Việt - Lào: Tình sâu nghĩa nặng”; Liên hoan nghệ thuật mừng Đảng, mừng Xuân; Giao lưu nghệ thuật Việt - Lào nhân dịp 35 năm thống nhất đất nước; tổ chức Liên hoan biểu diễn nghệ thuật quần chúng của Cộng đồng người Việt Nam tại Lào; Một số hoạt động kỷ niệm ngày lễ lớn (30/4, 1/5, ngày sinh nhật Chủ tịch Hồ Chí Minh 19/5 và Quốc khánh 2/9), phục vụ khách Ngoại giao đoàn, các quan chức Lào và cộng đồng người Việt Nam đang công tác và sinh sống tại Lào và biểu diễn giao lưu với cựu học sinh Lào học tại Việt Nam. Ngoài ra, Việt Nam còn phát động cuộc thi sáng tác về Chủ tịch Hồ Chí Minh tại Lào [30]. Một số hoạt động khác như tổ chức thi đọc sách Nhật ký Đặng Thuỳ Trâm; tham gia Liên hoan Phim Quốc tế Luang Prabang năm 2010 Việt Nam tổ chức phát sóng trên Đài Truyền hình quốc gia Lào và phát hành bộ phim “Hồ Chí Minh chân dung một con người” tại Cộng hoà dân chủ nhân dân Lào nhân dịp kỷ niệm ngày sinh của Chủ tịch Hồ Chí Minh [30].

Hợp tác với Malaysia: Nhân kỷ niệm 35 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam - Malaysia (2008), Đại sứ quán Việt Nam tại Malaysia đã phối hợp với tập đoàn Genting Malaysia tổ chức Tuần Văn hoá Việt Nam tại Cao nguyên Genting, Malaysia với sự tài trợ của tập đoàn VinaCapital và Hãng hàng không quốc gia Việt Nam Airlines. Một chương trình ca nhạc dân tộc đặc sắc do nhóm “Cỏ lạ” từ Việt Nam sang biểu diễn và thưởng thức các món ăn dân tộc Việt Nam như phở, nem, cà phê Trung Nguyên... Tại buổi biểu diễn, các nghệ sĩ đến từ Việt Nam đã giới thiệu đến khán giả những tiết mục văn nghệ đặc sắc mang âm hưởng truyền thống xen lẫn những tiết mục phong cách nhạc nhẹ bằng các nhạc cụ dân tộc độc đáo. Buổi biểu diễn là nhịp cầu đưa nét đẹp văn hóa Việt Nam đến công chúng Malaysia, qua đó thúc đẩy giao lưu, hợp tác trên nhiều lĩnh vực.

Hợp tác với Thái Lan: Năm 2006, nhân kỷ niệm 30 năm thiết lập quan hệ ngoại giao hai nước, Việt Nam đã tổ chức một đoàn nghệ thuật sang Thái Lan biểu diễn đồng thời đón tiếp đoàn giao hưởng của Thái Lan sang biểu diễn tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Phối hợp trung tâm tổ chức biểu diễn nghệ thuật tổ chức “Ngày Thái Lan tại Việt Nam” tại Hà Nội, gồm biểu diễn nghệ thuật và ẩm thực. Đây là hoạt động giúp cho công chúng Việt Nam có dịp giao lưu và hợp tác giữa Việt Nam và Thái Lan.

Hợp tác với Singapore: năm 2008 là năm đánh dấu một bước tiến mới trong quan hệ hợp tác văn hóa giữa Việt Nam với Singapore. Hội đồng Di sản Quốc gia Singapore (NHB) thuộc Bộ Thông tin, Truyền thông và Nghệ thuật đã tổ chức “Lễ hội Việt Nam tại Singapore” vào tháng 4 năm 2008 với các hoạt động: Liên hoan phim Việt Nam được tổ chức trong khuôn khổ Liên hoan phim quốc tế Singapore lần thứ 21. Phó Thủ tướng Phạm Gia Khiêm đã tham dự Lễ Khai mạc Lễ hội, Năm 2008 tại Singapore đó triển lãm cổ vật Việt Nam; trình diễn của các nghệ nhân dệt, tranh khắc gỗ, nhạc dân tộc và múa rối nước; Triển lãm mỹ thuật Việt Nam: giới thiệu mỹ thuật Việt Nam từ đổi mới 1986 cho đến nay, trưng bày đặc biệt các tác phẩm của họa sỹ Bùi Xuân Phái nhân kỷ niệm 20 năm ngày mất của ông.

ASEAN cũng là tổ chức đóng vai trò quan trọng là cầu nối để Việt Nam tuyên truyền, đưa hình ảnh của đất nước, con người đến với thế giới. Trong khuôn khổ năm Việt Nam làm Chủ tịch ASEAN, 2010 song hành với các cuộc tiếp xúc chính trị và nhiều hoạt động kinh tế, các chương trình ngoại giao văn hóa được triển khai ngay từ đầu năm một cách sáng tạo, chủ động và đã để lại dấu ấn văn hóa Việt Nam đậm nét trong lòng bạn bè quốc tế. Các hoạt động tuyên truyền, quảng bá về Hội nghị cấp cao, hội nghị liên quan của ASEAN, các chương trình văn hóa bên lề như Lễ đi bộ "Vì cộng đồng ASEAN hòa bình và thịnh vượng" với sự tham gia của hơn 10.000 người, Ngày ẩm thực ASEAN mở rộng trong khuôn khổ Tuần lễ Việt Nam -

ASEAN, phát hành bộ tem "Việt Nam trong cộng đồng ASEAN"... thu hút nhiều tầng lớp nhân dân và du khách quốc tế tham gia, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam năng động, con người Việt Nam thân thiện và nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Bên cạnh đó, Việt Nam đã để lại nhiều dấu ấn đặc biệt trong việc thúc đẩy, 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 nguồn nhân lực và kỹ năng nghề cho phục hồi kinh tế và phát triển bền vững trong năm Chủ tịch ASEAN 2010.

2.4.5.3. Tổ chức EU

EU là một tổ chức khu vực có sự liên kết chặt chẽ, tiềm năng lớn về kinh tế. Tuy quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam với nhiều nước thành viên EU đã được tiến hành từ lâu, đến năm 1990, hai bên mới chính thức xác lập quan hệ. Mối quan hệ Việt Nam - EU đã và đang phát triển nhanh chóng.

Trên tinh thần thực hiện Nghị quyết của Đại hội Đảng IX về mở rộng quan hệ hợp tác đối ngoại trên nhiều địa bàn, châu lục, tháng 6/2005, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Đề án tổng thể quan hệ Việt Nam - EU đến năm 2010 và định hướng đến 2015, chủ trương xây dựng "Quan hệ đối tác toàn diện và bền vững, trên tinh thần ổn định lâu dài và tin cậy lẫn nhau, vì hòa bình, hợp tác và phát triển phồn vinh trong các thập kỷ tới của thế kỷ 21." Mục tiêu đưa quan hệ Việt Nam - EU trở thành quan hệ đối tác toàn diện và bền vững, trên tinh thần ổn định lâu dài và tin cậy lẫn nhau, vì hòa bình, hợp tác và phát triển phồn vinh trong các thập kỷ tới của thế kỷ XXI. Việc Đề án này được phê duyệt đã nâng tầm quan hệ Ngoại giao Việt Nam - EU lên một tầm cao mới. Các hoạt động hợp tác, trao đổi trong lĩnh vực kinh tế, văn hóa, giáo dục, khoa học công nghệ ngày càng phong phú và đa dạng, đưa quan hệ hai bên phát triển một cách toàn diện. Chính phủ Việt Nam chủ trương tăng

cường các hoạt động trao đổi, giao lưu văn hoá nghệ thuật với các nước thành viên EU, nhất là với các nước mà Việt Nam đã kí hiệp định hợp tác văn hoá. Trong đó Chính phủ, đại diện là Bộ Văn hoá chú trọng công tác thông tin đối ngoại, giới thiệu quảng bá hàng hoá, dịch vụ, du lịch, văn hoá nghệ thuật, hình ảnh đất nước và con người Việt Nam, pháp luật và môi trường đầu tư của Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế trên các phương tiện thông tin truyền thông trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, Việt Nam nhấn mạnh tới việc chủ động, tích cực khai thác những tinh hoa văn hoá của các nước EU, cử người đi đào tạo cơ bản ở những nước này. Đây là một cơ sở quan trọng giúp Việt Nam và EU có được mối quan hệ đối tác toàn diện, then chốt. Việt Nam là nước đầu tiên ở Đông Nam Á chủ động triển khai chiến lược hợp tác tổng thể với EU và EU là đối tác đầu tiên của Việt Nam có chiến lược tổng thể về hợp tác. Đây cũng là cơ sở, tiền đề để hoạt động ngoại giao văn hóa giữa Việt Nam và EU phát triển sau này.

Đặc biệt, trong giai đoạn này hoạt động ngoại giao văn hóa giữa Việt Nam và EU đã được nâng một tầm mới với việc hoàn thành đề án “Năm hợp tác văn hóa Việt Nam - EU 2006”. Nhà nước Việt Nam rất coi trọng đề án này. Ngày 17 / 8 / 2006, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định bổ sung kinh phí cho Bộ Văn hóa - Thông tin để thực hiện Đề án. Ngoài ra, hoạt động ngoại giao văn hóa giữa Việt Nam với các nước thành viên EU vẫn được chú trọng như Pháp, Tây Ban Nha, Italia, Thụy Điển, Đan Mạch qua đó thu hút được nguồn viện trợ phát triển dành cho văn hóa. Nguồn tài trợ này đến từ các chương trình viện trợ phát triển ODA; tài trợ không hoàn lại của các chính phủ, các tổ chức liên chính phủ và phi chính phủ cũng như của các quỹ. Cụ thể trong vòng mười năm từ 1996, Thụy Điển luôn luôn là nước dẫn đầu trong việc tài trợ cho văn hóa Việt Nam. Trong giai đoạn 2005-2009, chính phủ Thụy Điển hỗ trợ văn hóa Việt Nam phát triển bền vững với giá trị 77 triệu cua-ron Thụy Điển. Các hoạt động văn hóa được thực

hiện tại Thụy Điển hoặc Việt Nam bao gồm các lĩnh vực âm nhạc, mỹ thuật, di sản, bản quyền và điện ảnh. Pháp cũng là nước đóng góp lớn cho nhiều dự án tài trợ văn hóa thông qua “Quỹ Đoàn kết ưu tiên” của Chính phủ Pháp với hai dự án tiêu biểu là: “Hỗ trợ phát triển văn hóa” và dự án “Sách và mạng lưới thư viện”. Đan Mạch cũng đã đưa ra chương trình các dự án viện trợ hợp tác phát triển về văn hóa giữa Việt Nam và Đan Mạch giai đoạn 2005-2010 với tổng giá trị khoảng 2 triệu đôla Mỹ. Trong đó đặc biệt là dự án “Đối thoại giữa các nhà quản lý và hoạch định chính sách văn hóa Việt Nam - Đan Mạch” trị giá 960 của-ron Đan Mạch; dự án Quỹ Việt Nam - Đan Mạch về hỗ trợ phát triển văn hóa vùng các dân tộc thiểu số Việt Nam.

Một nội hàm của ngoại giao văn hóa là “tiếp thu”. Trong giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2010, bên cạnh việc tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đất nước, Việt Nam cũng tạo điều kiện để EU cũng như các nước thành viên trong khối có cơ hội giới thiệu về văn hóa của mình. Năm 2007 đánh dấu tròn 50 năm ký Hiệp ước Rome thiết lập nền móng cho Liên minh châu Âu (EU), Phái đoàn Ủy ban châu Âu tại Việt Nam phối hợp cùng với các trung tâm văn hóa Châu Âu và đại sứ quán các nước thành viên tổ chức loạt các sự kiện trao đổi văn hóa. Các hoạt động nổi bật của Tuần lễ châu Âu là thảo luận chuyên đề về ý nghĩa của Hiệp ước Rome và tương lai của EU, đêm nhạc Gala châu Âu, triển lãm hoạt hình Pháp - Bỉ, đêm trình tấu piano của nghệ sỹ nổi tiếng David Gómez (Tây Ban Nha), trình chiếu bộ phim nổi tiếng "Một ngày ở châu Âu"... Ngoài ra, liên tục trong nhiều năm, Phái đoàn Ủy ban châu Âu tại Việt Nam phối hợp với các đại sứ quán một số nước châu Âu tổ chức hai hoạt động văn hoá thường niên là Liên hoan phim châu Âu và Liên hoan âm nhạc châu Âu. Những hoạt động trên góp phần giới thiệu và quảng bá về văn hoá, lịch sử, đất nước, con người các nước châu Âu đến với người dân Việt Nam. Việt Nam qua đó đã tiếp thu được những giá trị tinh hoa văn hóa từ các nước EU.

Trong các Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài, nổi bật nhất phải kể đến Duyên Dáng Việt Nam (Vietnam's charming) đã tổ chức mỗi năm một lần đi đến các nước trên thế giới, trong đó có nhiều nước thuộc EU. Dưới sự hướng dẫn của Quy chế, các Tuần Việt Nam ở nước ngoài như được tổ chức: Tuần Văn hóa Tuần Văn hóa Việt Nam tại Đức (2010, Tuần Văn hóa Việt Nam tại Bỉ (2010)..., triển lãm công chiêng Đắc Lắc ở Italia (9/2006).

2.4.5.4. Các tổ chức khác

Theo thống kê, Việt Nam ở giai đoạn này có quan hệ ngoại giao với 174 nước, 82 cơ quan đại diện ngoại giao ở khắp các châu lục, đã ký kết 242 điều ước quốc tế song phương và đa phương về văn hóa, thành lập được một trung tâm văn hoá Việt Nam ở nước ngoài. Ngoài việc trao đổi văn hoá theo con đường chính thức của Nhà nước, các hoạt động giao lưu văn hoá nhân dân ngày một phát triển với nội dung, hình thức rất phong phú và đa dạng [97, tr.232].

Bên cạnh UNESCO, Việt Nam còn tham gia các tổ chức quốc tế khác có liên quan đến văn hóa như BIE (Tổ chức triển lãm thế giới), TFACCA (Liên đoàn quốc tế các hội đồng nghệ thuật và quản lý văn hóa), ICROOM (Tổ chức các bảo tàng thế giới), INCP (Mạng chính sách văn hóa thế giới)... Bên cạnh đó, còn có các tổ chức tư nhân như New7wonders, các kênh truyền hình như CNN, BBC, các doanh nghiệp như hãng taxi London...

Tiểu kết chương 2

Như vậy, ngoại giao văn hóa đã có lịch sử phát triển lâu dài và đóng vai trò rất quan trọng trong lịch sử ngoại giao thế giới và ngoại giao Việt Nam. Đây là một hình thức ngoại giao, sử dụng các công cụ của văn hóa như nghệ thuật, lịch sử, tư tưởng, truyền thống văn hóa, thông tin để hình thành, duy trì và phát triển mối quan hệ đối ngoại nhằm đạt được các mục tiêu, lợi ích cơ bản của quốc gia như: phát triển, an ninh, mở rộng ảnh hưởng quốc tế... Ở Việt Nam ngoại giao văn hóa cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế là một trong ba trụ cột của ngoại giao nước nhà. Ngoại giao chính trị có vai

trò định hướng, ngoại giao kinh tế là nền tảng vật chất thì ngoại giao văn hóa là nền tảng tinh thần của hoạt động đối ngoại.

Chủ trương, sự chỉ đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam trong triển khai hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam giai đoạn 2006-2010 có nhiều yếu tố tác động. Các yếu tố lý luận và thực tiễn ngoại giao văn hóa của dân tộc, chính sách phát triển văn hóa, chính sách đối ngoại trước năm 2006; bối cảnh quốc tế và trong nước, đặc biệt là những xu thế quốc tế lớn như toàn cầu hóa, xu hướng hòa bình hợp tác phát triển, sự bùng nổ và phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ. Trong nước, chúng ta có một nền văn hóa đa dạng, đặc sắc làm công cụ cho ngoại giao văn hóa, đất nước đã trải qua 20 năm tiến hành đổi mới, có lợi thế rất lớn là tình hình chính trị - xã hội ổn định. Môi trường hòa 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.

Trong giai đoạn 2006-2010, Đảng Cộng sản Việt Nam đã ngày càng chú trọng và hoàn thiện từng bước chủ trương về đối ngoại, xác định quan điểm cốt lõi là 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 công chúng, ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế và ngoại giao văn hóa, đẩy mạnh nghiên cứu lý luận và thực tiễn.

Về chỉ đạo thực hiện, đây là giai đoạn Đảng Cộng sản Việt Nam có những bước tiến trong quá trình nhận thức về vị trí, vai trò của ngoại giao văn hóa, từng bước xây dựng cơ chế, chính sách về ngoại giao văn hóa. Đảng Cộng sản Việt Nam, Nhà nước Việt Nam đã cùng với các cấp, các ngành và toàn nhân dân triển khai hoạt động ngoại giao văn hóa trên nhiều lĩnh vực như: gắn ngoại giao văn hóa với hoạt động thông tin, đối ngoại, với công tác người Việt Nam ở nước ngoài; nâng cao các hoạt động quảng bá các giá trị

văn hóa, hình ảnh đất nước con người Việt Nam cho bạn bè thế giới, tăng cường giao lưu hợp tác với các tổ chức khu vực cũng như thế giới... Qua đó, ngoại giao văn hóa đã khẳng định được vị trí, vai trò và tầm quan trọng góp phần nâng cao hình ảnh đất nước con người Việt Nam và vị thế Việt Nam trên trường quốc tế. Đây là cơ sở để ngoại giao văn hóa Việt Nam tiếp tục phát triển ở giai đoạn tiếp theo.

Chương 3
CHỦ TRƯỞNG VÀ SỰ CHỈ ĐẠO CỦA ĐẢNG
VỀ NGOẠI GIAO VĂN HÓA (2011 - 2016)

3.1. NHỮNG NHÂN TỐ MỚI TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠCH ĐỊNH CHỦ TRƯỞNG CỦA ĐẢNG VỀ NGOẠI GIAO VĂN HÓA

3.1.1. Bối cảnh quốc tế

Bối cảnh thế giới trong những năm 2011-2016 có nhiều thay đổi rất nhanh, phức tạp và khó lường. Các nước lớn điều chỉnh chiến lược, vừa hợp tác, vừa thỏa hiệp, vừa cạnh tranh, gây ra tình hình phức tạp tại nhiều khu vực và một số nước. Cuộc cách mạng khoa học và công nghệ, kinh tế tri thức và quá trình toàn cầu hoá diễn ra mạnh mẽ, tác động sâu sắc đến sự phát triển của nhiều nước. Hoà bình, độc lập dân tộc, dân chủ, hợp tác và phát triển là xu thế lớn; nhưng đấu tranh dân tộc, đấu tranh giai cấp, chiến tranh cục bộ, xung đột vũ trang, xung đột sắc tộc, tôn giáo, chạy đua vũ trang, hoạt động can thiệp, lật đổ, khủng bố, tranh chấp lãnh thổ, biển, đảo, tài nguyên và cạnh tranh quyết liệt về lợi ích kinh tế tiếp tục diễn ra phức tạp.

Khu vực châu Á - Thái Bình Dương và Đông Nam Á phát triển năng động, nhưng cũng tiềm ẩn những nhân tố mất ổn định, có những biến sâu sắc do tác động của quá trình quốc tế hóa và khu vực hóa. Tình hình đó tạo thời cơ phát triển, đồng thời đặt ra những thách thức gay gắt, nhất là đối với những nước đang và kém phát triển. Hiệp hội quốc gia Đông Nam Á xây dựng cộng đồng trên ba trụ cột: chính trị- an ninh, kinh tế, văn hóa- xã hội; hợp tác với các đối tác phát triển liên tục và ngày càng đi vào chiều sâu. ASEAN ngày càng khẳng định vai trò trung tâm trong một cấu trúc khu vực đang định hình.

Trong bối cảnh quốc tế như vậy, các quốc gia một mặt thì chủ động tham gia quá trình giao lưu văn hóa để phát triển, khẳng định bản sắc, phát huy ảnh hưởng của mình trên trường quốc tế nhưng mặt khác cũng nhận thấy

quá trình toàn cầu hóa có thể làm nổi rõ hơn những khác biệt về văn hóa - một trong những nguyên nhân có thể dẫn đến các cuộc xung đột sắc tộc, tôn giáo. Do đó, ngoại giao văn hóa sẽ ngày càng có vai trò quan trọng hơn trong việc thúc đẩy hợp tác và tháo dỡ ngòi nổ cho các xung đột tiềm tàng trong quan hệ quốc tế.

Nhân dân thế giới đang đứng trước những vấn đề toàn cầu cấp bách có liên quan đến vận mệnh loài người. Đó là giữ gìn hoà bình, đẩy lùi nguy cơ chiến tranh, chống khủng bố, bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu toàn cầu, hạn chế sự bùng nổ về dân số, phòng ngừa và đẩy lùi những dịch bệnh hiểm nghèo... Việc giải quyết những vấn đề đó đòi hỏi sự hợp tác và tinh thần trách nhiệm cao của tất cả các quốc gia, dân tộc. Đặc điểm nổi bật trong giai đoạn hiện nay của thời đại là các nước với chế độ xã hội và trình độ phát triển khác nhau cùng tồn tại, vừa hợp tác vừa đấu tranh, cạnh tranh gay gắt vì lợi ích quốc gia, dân tộc [63].

Với xu thế toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế sâu rộng, ngoại giao văn hóa ngày càng được các quốc gia trên thế giới phát triển rộng rãi với nhiều hình thức phong phú. Đồng thời, càng ngày ngoại giao văn hóa càng có vai trò quan trọng hơn trong nền ngoại giao của mỗi quốc gia bởi sức lan tỏa mạnh mẽ của văn hóa có tác dụng to lớn trong việc xây dựng lòng tin, giúp làm sâu sắc và thắt chặt hơn các mối quan hệ chính trị và kinh tế giữa các nước trên thế giới với nhau. Bên cạnh mặt tích cực, toàn cầu hóa cũng làm tăng nguy cơ mất bản sắc văn hóa dân tộc. Các thế lực thù địch, phản động lợi dụng sự phát triển của công nghệ thông tin, các phương tiện truyền thông mới để truyền bá văn hóa, kích động bạo lực, thù hận và thực hiện “diễn biến hòa bình”.

3.1.2. Tình hình trong nước

Giai đoạn 2011-2016, Việt Nam ở vị thế mới với nhiều thời cơ, thuận lợi và không ít khó khăn, bất cập. Đến năm 2010, hoạt động đối ngoại phát

triển sâu rộng, đặc biệt là kinh tế đối ngoại. Thu hút vốn đầu tư nước ngoài và vốn hỗ trợ phát triển chính thức ODA đạt kết quả quan trọng, theo Tổng Cục thống kê 2001-2010 đạt 58,5 tỷ USD, gấp 3 lần 10 năm trước đó. Tính đến năm 2016, sau 30 năm đổi mới (1986-2016), Việt Nam đã đạt được những thành tựu quan trọng trong công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Từ một nền kinh tế nông nghiệp lạc hậu với 90% dân số làm nông nghiệp, Việt Nam đã xây dựng được cơ sở vật chất - kỹ thuật, hạ tầng kinh tế - xã hội từng bước đáp ứng cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, tạo ra môi trường thu hút nguồn lực xã hội cho phát triển [205].

So với thời kỳ trước đổi mới, diện mạo đất nước có nhiều thay đổi, kinh tế duy trì tốc độ tăng trưởng khá, tiềm lực và quy mô nền kinh tế tăng lên (đạt ngưỡng thu nhập trung bình), đời sống nhân dân từng bước được cải thiện; đồng thời tạo ra nhu cầu và động lực phát triển cho tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội, đội ngũ doanh nghiệp, doanh nhân đã thực sự trở thành lực lượng quan trọng để thực hiện đường lối công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Về tăng trưởng kinh tế, trong suốt 30 năm đổi mới (1986-2016), kinh tế Việt Nam đã đạt tốc độ tăng trưởng cao hơn hẳn thời kỳ trước đổi mới. Sau giai đoạn đầu đổi mới (1986-1990) với mức tăng trưởng GDP bình quân hàng năm chỉ đạt 4,4%, nền kinh tế Việt Nam đã trải qua gần 20 năm với mức tăng trưởng rất ấn tượng. Tốc độ tăng trưởng GDP giai đoạn 2011-2015 của Việt Nam tuy đã chậm lại nhưng vẫn đạt 5,9%/năm, là mức cao của khu vực và thế giới. Quy mô nền kinh tế tăng nhanh [205].

Qua 30 năm đổi mới, việc tăng trưởng kinh tế đã cơ bản gắn kết hài hòa với phát triển văn hóa, xây dựng con người, tiến bộ và công bằng xã hội, bảo vệ tài nguyên và môi trường. Tăng trưởng kinh tế đi đôi với bảo đảm tiến bộ và công bằng xã hội ngay trong từng bước phát triển. Từ cơ chế quản lý kế hoạch hóa tập trung quan liêu bao cấp với đặc điểm Nhà nước bao cấp toàn bộ trong việc giải quyết việc làm đã dần chuyển trọng tâm sang thiết lập cơ chế,

chính sách mới để các thành phần kinh tế và người lao động đều tham gia tạo việc làm; từ chỗ không chấp nhận có sự phân hóa giàu nghèo đã đi đến khuyến khích mọi người làm giàu hợp pháp đi đôi với tích cực xóa đói giảm nghèo.

An sinh xã hội cơ bản được đảm bảo; hệ thống an sinh xã hội và phúc lợi xã hội phát triển khá đồng bộ, đặc biệt là trong vấn đề giảm nghèo, giải quyết việc làm, phát triển hệ thống bảo hiểm xã hội, chính sách ưu đãi người có công với nước, trợ giúp xã hội, chính sách bảo hiểm y tế toàn dân tạo điều kiện để người dân được hưởng thụ nhiều hơn về văn hóa, y tế và giáo dục. Trong bối cảnh nền kinh tế có nhiều khó khăn, Việt Nam đã tăng thêm ngân sách và huy động nguồn lực để thực hiện các chính sách xã hội; đồng thời hoàn thành trước thời hạn nhiều Mục tiêu phát triển thiên niên kỷ của Liên Hợp quốc.

30 năm đổi mới cũng là một chặng đường đất nước ta hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng trên nhiều cấp độ, phong phú về hình thức, theo các nguyên tắc và chuẩn mực của thị trường quốc tế. Việt Nam đã thiết lập được nhiều quan hệ đối tác chiến lược về kinh tế. Tích cực xây dựng ASEAN 2015 và hoàn thiện thị trường trong nước đầy đủ hơn theo cam kết WTO.

Thế giới nhìn vào Việt Nam với tốc độ phát triển đầy bất ngờ và một thị trường đầy hứa hẹn. Chúng ta là một nước có dân số trẻ, đông dân cư và những đặc điểm về địa lý góp phần tạo nên một thị trường hấp dẫn, năng động, thu hút sự quan tâm của các tập đoàn, quốc gia, thu hút đầu tư mạnh mẽ. Sự phát triển nhanh chóng và chuyển đổi thành công của thị trường theo hướng ngày càng rộng mở, năng động và chính sách thuận lợi trở thành điểm hấp dẫn lớn của Việt Nam đối với bạn bè quốc tế. Điều này chính là một nguồn lực để nước ta có thể tăng cường ảnh hưởng và vị thế của mình.

Tuy nhiên, bên cạnh đó, trình độ phát triển, năng lực hội nhập quốc tế của Việt Nam trên nhiều lĩnh vực trong đó có lĩnh vực văn hóa, còn hạn chế so với thế giới. Mặt trái của kinh tế thị trường, thông tin giả, thông tin xấu,

độc hại trên internet, đặc biệt là trên mạng xã hội ngày càng nhiều; việc xây dựng hệ giá trị văn hóa và hệ giá trị chuẩn mực của con người Việt Nam thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế chưa đạt mục tiêu đề ra. Điều đó, đặt ra nhiệm vụ tiếp tục xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc.

Những thành tựu về kinh tế, chính trị, xã hội trong đó có ngoại giao văn hóa góp phần đưa Việt Nam lên một tầm cao mới trong khu vực và quốc tế, tạo thế và lực cho đất nước bước vào thời kỳ hội nhập toàn diện. Trong bối cảnh đó, ngoại giao văn hóa ngày càng có vai trò quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh mới về đất nước và con người Việt Nam, mở đường cho việc mở rộng quan hệ quốc tế. Để có được kết quả đó, Đảng Cộng sản Việt Nam tiếp tục bổ sung, hoàn thiện nhận thức lý luận về ngoại giao văn hóa cho phù hợp thực tiễn đặt ra.

3.1.3. Một số yếu cầu mới về ngoại giao văn hóa

Bối cảnh trong nước với công tác ngoại giao văn hóa ngày càng được quan tâm hơn theo chủ trương của Đảng Cộng sản Việt Nam và Nhà nước Việt Nam chủ động, tích cực hội nhập quốc tế và mở rộng quan hệ trên các lĩnh vực đối ngoại. Nhận thức chung về sự cần thiết và tầm quan trọng của công tác ngoại giao văn hóa của lãnh đạo cấp cao, lãnh đạo các cấp, các ngành, địa phương trong và ngoài nước 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, đầu tư và tham gia tích cực. Bên cạnh đó, nhận thức về vai trò, trách nhiệm của tổ chức xã hội và doanh nghiệp trong việc triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa cũng được chú trọng bước đầu. Trong quá trình chỉ đạo thực hiện công tác ngoại giao văn hóa, rất nhiều hoạt động như: 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... đã nhận được sự tham gia hưởng ứng tích cực của nhiều tầng lớp xã hội và các doanh nghiệp. Điều đó đã góp phần tiếp tục đẩy mạnh công tác xã hội qua các hoạt động ngoại giao văn hóa.

Bên cạnh đó, sự phối hợp giữa các bộ, ngành, địa phương để triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa ngày càng đi vào chiều sâu và đạt những kết quả đáng khích lệ. 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 thỏa thuận hợp tác, qua đó xác định rõ các cơ quan chủ trì, cơ quan phối hợp trong việc triển khai công tác ngoại giao văn hóa ở trong và ngoài nước. Các địa phương trong cả nước 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 đề trình công nhận các danh hiệu văn hóa quốc tế. 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 nên sự lãng phí. Một thuận lợi nữa đến từ cộng đồng người Việt Nam 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 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.

Ngoại giao văn hóa có lịch sử phát triển lâu dài trong ngoại giao Việt Nam, đặc biệt trong giai đoạn nhiệm kỳ Đại hội lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam, những chủ trương về vị trí, vai trò của ngoại giao văn hóa đã được

nâng cao, quá trình chỉ đạo thực hiện cũng đạt nhiều kết quả tích cực, xác định vai trò quan trọng của Ngoại giao văn hóa là một trong ba trụ cột trong nền ngoại giao của nước nhà. Tuy nhiên vẫn còn tồn tại việc coi nhẹ hoạt động ngoại giao văn hóa so với ngoại giao chính trị, kinh tế; do đó các hoạt động ngoại giao văn hóa đã được triển khai sâu rộng với nhiều hình thức khác nhau nhưng thiếu cơ sở pháp lý cụ thể, chưa có sự chỉ đạo thống nhất, tản mạn không gắn kết và thiếu tính bền vững, hiệu quả chưa cao, 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, nhận thức về lý luận, nội hàm, vai trò... của Ngoại giao văn hóa vẫn còn khác nhau. Đến giai đoạn này Việt Nam còn thiếu một chiến lược văn hóa đối ngoại lâu dài cũng như thiếu một 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... chưa có một cơ chế chỉ đạo và quản lý thống nhất về công tác văn hóa đối ngoại từ Trung ương đến các Bộ, ngành và các địa phương nên dẫn đến việc chòng chéo, không phân định được rõ cơ quan chủ trì, cơ quan phối hợp trong công tác Ngoại giao văn hóa. Bên cạnh đó, việc huy động các nguồn lực cho công tác Ngoại giao văn hóa cũng rất khó khăn do còn thiếu một cơ chế quy định cụ thể.

Trong thập niên đầu thế kỷ XXI, với sự hội nhập quốc tế sâu rộng của đất nước, chúng ta đã và đang phát huy sức mạnh của nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc trong hợp tác giao lưu với các nước trên thế giới ở nhiều lĩnh vực, nhằm thực hiện thắng lợi chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước. Trong quá trình đó, Ngoại giao văn hóa của Việt Nam được xác định là việc triển khai các hoạt động văn hóa do Đảng lãnh đạo nhằm đạt được những mục tiêu chính trị, kinh tế, văn hóa phù hợp với yêu cầu chung của công tác đối ngoại. Nội hàm của ngoại giao văn hóa bao gồm năm hoạt động chính là: thứ nhất, mở đường, khai thông quan hệ với các nước và khu vực chưa có nhiều quan hệ với ta; Thứ hai, xúc tiến, tăng cường và

làm sâu sắc hiểu biết với các quốc gia; Thứ ba, quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam trên trường quốc tế; Thứ tư, vận động để Việt Nam có nhiều di sản được UNESCO công nhận và Thứ năm, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại để làm giàu bản sắc văn hóa dân tộc.

Chính vì vậy, bước sang giai đoạn mới, từ năm 2011, Đảng Cộng sản Việt Nam xác định tiếp tục phát triển và hoàn thiện chủ trương, chính sách của Đảng về ngoại giao văn hóa, xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ và các giải pháp chủ yếu để phát triển ngoại giao văn hóa cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, thực sự là một trong ba trụ cột trong chính sách ngoại giao toàn diện, hiện đại của Việt Nam, góp phần giữ vững môi trường hòa bình, tạo điều kiện quốc tế thuận lợi cho công cuộc đổi mới, đẩy mạnh phát triển kinh tế, xã hội, công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

3.2. CHỦ TRƯỞNG CỦA ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM VỀ NGOẠI GIAO VĂN HÓA (2011-2016)

Năm 2011 đánh dấu thành công rực rỡ của Đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng lần thứ XI với sự thông qua của ba văn kiện quan trọng: Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội; Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011 – 2020 và Báo cáo chính trị của Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa X. Không chỉ vậy mà trong giai đoạn này, ngành ngoại giao nước ta sẽ được triển khai một cách toàn diện. Theo Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Phạm Bình Minh, nền ngoại giao toàn diện sẽ được triển khai toàn diện trên các phương diện: toàn diện về chủ thể; toàn diện về lĩnh vực với 4 trọng tâm là ngoại chính trị, ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa và công tác về người Việt Nam ở nước ngoài; toàn diện về đối tác và địa bàn; toàn diện về công cụ sử dụng.

Kế thừa đường lối đối ngoại của 25 năm đổi mới, đường lối đối ngoại của Việt Nam tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI của Đảng Cộng sản Việt Nam (2011) đã có những bổ sung, phát triển phù hợp với tình hình mới đã xác

định mục tiêu đối ngoại: “vì lợi ích quốc gia, dân tộc”, trong đó đặt ra mục tiêu đối ngoại là “vì một nước Việt Nam xã hội chủ nghĩa giàu mạnh”. Trong quan điểm của Đảng qua các đại hội thời kỳ đổi mới, luôn nhất quán quan điểm độc lập, tự chủ; động lực cho phát triển đất nước là mục tiêu tiến lên chủ nghĩa xã hội. Về cơ bản, hai mục tiêu này thống nhất với nhau, bảo đảm lợi ích quốc gia, dân tộc và là cơ sở cơ bản để xây dựng một nước Việt Nam xã hội chủ nghĩa giàu mạnh phù hợp với lợi ích quốc gia dân tộc và là điều kiện cần để thực hiện các lợi ích đó [159]. Khẳng định lợi ích quốc gia, dân tộc là mục tiêu đối ngoại cũng có nghĩa là Đảng luôn đặt lợi ích quốc gia, dân tộc là nguyên tắc cao nhất mà tất cả các hoạt động đối ngoại. Nói cách khác, đảm bảo lợi ích quốc gia, dân tộc là nguyên tắc mà tất cả các hoạt động đối ngoại, từ ngoại giao Nhà nước, đối ngoại Đảng đến ngoại giao nhân dân đều phải tuân thủ.

Về nhiệm vụ của công tác đối ngoại, Văn kiện Đại hội XI của Đảng Cộng sản Việt Nam nêu rõ:

Nhiệm vụ của 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 [62, tr.236].

Về đường lối đối ngoại, chủ trương, quan điểm nhất quán được đề ra tại Đại hội XI của Đảng Cộng sản Việt Nam là: “*độc lập, tự chủ, hòa bình, hợp tác và phát triển; đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ, chủ động và tích cực hội nhập quốc tế; là bạn, đối tác tin cậy và thành viên có trách nhiệm trong cộng đồng quốc tế; vì lợi ích quốc gia, dân tộc, vì một nước Việt Nam xã hội chủ nghĩa giàu mạnh*” [62].

Trong đường lối đối ngoại xác định tại Đại hội XI của Đảng Cộng sản Việt Nam, đã có sự phát triển tư duy của Đảng, có điểm mới trong phương châm đối ngoại của Việt Nam là “*hội nhập quốc tế*” và “*thành viên có trách nhiệm*” [62].

Về chủ trương hội nhập quốc tế, Đảng Cộng sản Việt Nam có sự phát triển về tư duy, nhận thức, xác định 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, chuyển sang “*chủ động và tích cực hội nhập quốc tế*” được thông qua tại Đại hội lần thứ XI của Đảng Cộng sản Việt Nam. 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 như: chính trị, quốc phòng, an ninh và văn hóa xã hội...

Có thể nói, chủ trương của Đảng về hội nhập quốc tế trên tất cả các lĩnh vực đã mang đến cho Việt Nam nhiều cơ hội, nhất là khả năng tranh thủ hiệu quả hơn các nguồn lực bên ngoài. Cùng với hội nhập kinh tế, hội nhập trong các lĩnh vực khác sẽ tạo cơ hội lớn hơn trong tiếp cận tới tri thức và thành tựu khoa học công nghệ tiên tiến của nhân loại, gia tăng mức độ đan xen lợi ích, từng bước làm cho đất nước trở thành bộ phận hữu cơ của khu vực và thế giới, chiếm vị trí ngày càng cao trong nền kinh tế, chính trị và văn hóa toàn cầu. Hội nhập quốc tế trên các lĩnh vực tạo cho Việt Nam khả năng tận dụng được sự tác động qua lại, bổ sung lẫn nhau giữa hội nhập trong từng lĩnh vực trong đó có ngoại giao văn hóa. Thời kỳ này, ngoại giao văn hóa Việt Nam hướng tới hai mục tiêu, đó là tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động ngoại giao và phát triển văn hóa quốc gia. Trong đó, mục tiêu tạo thuận lợi cho ngoại giao nhằm mục đích góp phần bảo đảm an ninh quốc gia, phục vụ phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao vị thế quốc gia trên trường quốc tế [62].

Trong thời kỳ đổi mới, văn hóa được chú trọng phát triển và được xem là động lực thúc đẩy sự phát triển của đất nước và xã hội. Văn hóa trong các lĩnh vực của đời sống con người càng được chú trọng bao nhiêu thì khả năng phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia càng cao và bền vững. Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2011-2020 của Đảng Cộng sản Việt Nam đã xác định “*phát huy tối đa nhân tố con người; coi con người là chủ thể, nguồn*

lực chủ yếu và là mục đích của sự phát triển”. Đồng thời nêu rõ yêu cầu: *“Tăng trưởng kinh tế phải kết hợp hài hòa với phát triển văn hóa, thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội, không ngừng nâng cao chất lượng cuộc sống của nhân dân”* [62].

Trên thực tế, mặc dù văn hóa là lĩnh vực độc lập, có những nét đặc thù và thế mạnh riêng, nhưng văn hóa không đứng biệt lập mà luôn đan xen, thâm nhập, xuất hiện trong tất cả các lĩnh vực của đời sống từ chính trị, kinh tế đến giao lưu hợp tác quốc tế. Ở nước ta, bước vào thập niên thứ hai của thế kỷ XXI, khi sự nghiệp đổi mới của đất nước có những bước phát triển mạnh mẽ đạt được những thành tựu vượt bậc đặc biệt là trong lĩnh vực kinh tế với những con số, chỉ tiêu vượt kế hoạch đề ra thì dường như trong lĩnh vực văn hóa - xã hội nhiều vấn đề bất cập đang tồn tại, chưa có sự phát triển tương xứng, vị thế, vai trò của văn hóa trong đó có ngoại giao văn hóa.

Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI của Đảng Cộng sản Việt Nam (2011) đã nêu rõ chủ trương: *“Phát triển văn hóa, xã hội hài hòa với phát triển kinh tế, bảo đảm tiến bộ và công bằng xã hội... Tăng đầu tư của Nhà nước, đồng thời tăng cường huy động các nguồn lực xã hội cho phát triển văn hóa”* [62, tr.40]. Bên cạnh đó, Đảng Cộng sản Việt Nam cũng chỉ rõ trong quá trình phát triển văn hóa *“vừa kế thừa, phát huy những truyền thống văn hóa tốt đẹp của cộng đồng các dân tộc Việt Nam, vừa tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại để văn hóa thực sự là nền tảng tinh thần của xã hội”* [62, tr.41].

Ngoại giao văn hóa ở Việt Nam là một lĩnh vực hoạt động trong ngoại giao, giữ vị trí *“là nền tảng tinh thần của hoạt động đối ngoại”*, được thực hiện bằng việc áp dụng các hình thức văn hóa nghệ thuật, lịch sử, tư tưởng, truyền thống văn hóa, thông tin,... nhằm đạt được những mục tiêu cơ bản của chính sách đối ngoại quốc gia, tạo hình ảnh tốt đẹp của đất nước, quảng bá văn hóa và ngôn ngữ quốc gia để tạo ra uy tín, vị thế và ảnh hưởng của Việt Nam với thế giới trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay. Việc triển khai chính sách

ngoại giao văn hóa đang trở thành một trong ba chính sách ngoại giao chủ yếu, cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, như Đại hội lần thứ XI của Đảng Cộng sản Việt Nam đã khẳng định:

Bảo đảm sự lãnh đạo thống nhất của Đảng, sự quản lý tập trung của Nhà nước đối với hoạt động đối ngoại. Phối hợp chặt chẽ hoạt động đối ngoại của Đảng, ngoại giao Nhà nước và đối ngoại 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 [62, tr.139].

Như vậy, đến năm 2011, lần đầu tiên trong Văn kiện Đại hội của Đảng Cộng sản Việt Nam, cụm từ “ngoại giao văn hóa” đã xuất hiện, được xác định có vị trí ngang bằng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế. Đây là một chủ trương mới trong chính sách phát triển văn hóa và chính sách đối ngoại của Đảng Cộng sản Việt Nam. Đây là sự phát triển tư duy của Đảng Cộng sản Việt Nam về ngoại giao văn hóa. Chủ trương mới này đã thực sự tạo ra một bước ngoặt cho hoạt động ngoại giao văn hóa trong thời kỳ đẩy mạnh toàn diện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Chủ thể của hoạt động đối ngoại được xác định trong chủ trương này bao gồm: Một là, chủ thể nhà nước trong đó bao gồm ngoại giao truyền thống, ngoại giao nhà nước); Hai là, chủ thể nhân dân (ngoại giao nhân dân). Như vậy, cùng với ngoại giao kinh tế, ngoại giao chính trị, thì ngoại giao văn hóa là một trong ba nhiệm vụ của ngoại giao Việt Nam thời kỳ hội nhập. Ngoại giao văn hóa với tính mềm dẻo và linh hoạt của mình đóng vai trò vừa là ánh sáng tinh thần, vừa là biện pháp và mục tiêu của chính sách đối ngoại nước ta. Ngoại giao văn hóa góp phần quan trọng hỗ trợ hữu hiệu cho các trụ cột khác, tạo thành một chính thể chính sách đối ngoại hoàn chỉnh của Việt Nam trong thời kỳ đổi mới [97].

Thực hiện chủ trương “*Nâng cao hiệu quả các hoạt động đối ngoại, tiếp tục đưa các mối quan hệ quốc tế vào chiều sâu trên cơ sở giữ vững độc*

lập, tự chủ, phát huy tối đa nội lực, giữ gìn và phát huy bản sắc dân tộc; chủ động ngăn ngừa và giảm thiểu tác động tiêu cực của quá trình hội nhập quốc tế” [99], nội dung ngoại giao văn hóa cần được tiếp tục đổi mới, xác định cụ thể để phù hợp với từng khu vực, địa bàn, từng đối tượng khác nhau, tùy theo mối quan hệ của Việt Nam với các nước theo từng giai đoạn. Bên cạnh đó, nội hàm ngoại giao văn hóa là một trong những thành tố ngày càng được quan tâm, đầu tư, lên kế hoạch cẩn thận và trở thành nội dung dẫn đường trong các hoạt động đối ngoại của Lãnh đạo cấp cao, trong các đề án chính trị của các hoạt động trao đổi đoàn các cấp và trong chương trình làm việc của các cơ chế hợp tác song phương như: Ủy ban hỗn hợp, Ủy ban liên Chính phủ, Tham khảo Chính trị, Giao lưu giữa Bộ Ngoại giao Việt Nam với Bộ Ngoại giao các nước... Ngoại giao văn hóa cũng là một thành tố không thể thiếu của các đề án xây dựng quan hệ đối tác chiến lược, đối tác toàn diện hoặc kế hoạch phát triển quan hệ với các nước.

Tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng Cộng sản Việt Nam (2016) trong Báo cáo chính trị, đã chỉ rõ: *“Triển khai mạnh mẽ định hướng chiến lược chủ động và tích cực hội nhập quốc tế. Bảo đảm hội nhập quốc tế là sự nghiệp của toàn dân và cả hệ thống chính trị...; Hội nhập là quá trình vừa hợp tác vừa đấu tranh; chủ động dự báo, xử lý linh hoạt mọi tình huống, không để rơi vào thế bị động, đối đầu, bất lợi*” [67].

Đảng Cộng sản Việt Nam đã xác định một trong những nhiệm vụ trọng tâm của của toàn Đảng, toàn dân trong nhiệm kỳ này là:

Kiên quyết, kiên trì đấu tranh bảo vệ vững chắc độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ của Tổ quốc; giữ vững môi trường hòa bình, ổn định để phát triển đất nước; bảo đảm an ninh quốc gia, giữ gìn trật tự, an toàn xã hội. Mở rộng và đưa vào chiều sâu các quan hệ đối ngoại; tận dụng thời cơ, vượt qua thách thức, thực hiện hiệu quả hội nhập quốc tế trong điều kiện mới, tiếp tục nâng cao vị thế và uy tín của đất nước trên trường quốc tế [8].

Nhìn nhận từ yêu cầu chính sách hội nhập quốc tế, Báo cáo Chính trị tại Đại hội lần thứ XII của Đảng Cộng sản Việt Nam yêu cầu: “hội nhập kinh tế là trọng tâm, hội nhập trong các lĩnh vực khác phải tạo thuận lợi cho hội nhập kinh tế”. Thực chất, việc xác định hội nhập kinh tế là trọng tâm cũng có nghĩa là đặt lên hàng đầu việc thúc đẩy các tiến trình kinh tế từ sản xuất, trao đổi hàng hóa, các dịch vụ tài chính, ngân hàng của đất nước mở rộng quy mô, phát triển các mối quan hệ quốc tế, tham gia vào chuỗi giá trị chung toàn cầu, thông qua đó phát triển nền kinh tế của đất nước. Như vậy, hội nhập kinh tế là trọng tâm không chỉ phản ánh tính mục đích, thể hiện cốt lõi của lợi ích dân tộc mà còn chi phối vai trò và mối quan hệ qua lại giữa ba trụ cột ngoại giao - kinh tế, chính trị và văn hóa. Phù hợp với yêu cầu ấy, ngoại giao kinh tế cũng giữ vị trí quan trọng, là trọng tâm trong hoạt động ngoại giao. Mặt khác, khi coi ngoại giao kinh tế là trọng tâm không có nghĩa là hạ thấp vai trò của ngoại giao văn hóa. Ngược lại, với tính chất là yếu tố đóng vai trò sức mạnh mềm của quốc gia, chính văn hóa phải trở thành lực lượng dẫn đường, điều kiện cần thiết và các yếu tố tích cực cho việc thực hiện mục tiêu ngoại giao kinh tế, ngoại giao chính trị.

Xác định phát triển văn hóa là yếu tố cốt lõi để phát triển ngoại giao văn hóa ở Việt Nam. Đến Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XII, Đảng tiếp tục điều chỉnh, bổ sung hệ thống lý luận văn hóa và phản ánh định hướng giá trị chung trong xây dựng phát triển văn hóa đất nước thời kỳ CNH, HĐH và hội nhập quốc tế đó là “*Xây dựng nền văn hóa và 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. Văn hóa thực sự trở thành nền tảng tinh thần vững chắc của xã hội, là sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững và bảo đảm vững chắc Tổ quốc vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh*”. Đồng thời Nghị quyết khẳng định “xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc” gắn bó với vấn đề xây dựng

con người và chỉ rõ mối quan hệ không tách rời giữa văn hóa với kinh tế, chính trị tạo nên sự phát triển đồng bộ của ba lĩnh vực trên chính là điều kiện quyết định bảo đảm cho sự phát triển toàn diện và bền vững của đất nước. Điều đó có nghĩa là, Đảng ta đã xác định văn hóa trong quan hệ khăng khít với tất cả các thành tố và lĩnh vực quan trọng của đời sống xã hội và của sự phát triển đất nước.

Sau Đại hội lần thứ XI (2011) của Đảng Cộng sản Việt Nam, để tăng cường hoạt động đối ngoại, Bộ Chính trị ban hành “Chiến lược phát triển thông tin đối ngoại giai đoạn 2011-2020”. Tiếp đó, tháng 11/2013, Nghị quyết Ban Chấp hành 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 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, chỉ thị 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 ngoại giao văn hóa.

Trong năm 2013, Bộ Chính trị ban hành *Nghị quyết số 22-NQ/TW về Hội nhập quốc tế*, ngày 10/04/2013. Nghị quyết này đã chỉ rõ “đẩy mạnh hợp tác song 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 tới bạn bè quốc tế”.

3.3. QUÁ TRÌNH CHỈ ĐẠO THỰC HIỆN

3.3.1. Tiếp tục chỉ đạo hoàn thiện cơ chế, chính sách

Ngày 14/02/2011, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định ban hành *Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020*, góp phần hoàn thiện chính sách về ngoại giao văn hóa, tạo cơ sở và các điều kiện thuận lợi cho quá trình triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa. Chiến lược xác định rõ những mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp chủ yếu để phát triển ngoại giao văn hóa thành một trụ cột của nền ngoại giao toàn diện, hiện tại Việt Nam, đưa nước ta hội nhập ngày càng sâu rộng vào hệ thống quốc tế.

Bên cạnh ban hành *Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020*, nhằm tiếp tục hoàn thiện về thể chế, cơ sở pháp lý và đẩy mạnh triển khai trên thực tế về các hoạt động của ngoại giao văn hóa, Ban Bí Thư tiếp tục triển khai thực hiện 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” nhằm tôn vinh hình ảnh Bác Hồ và qua đó quảng bá hình ảnh một nước Việt Nam yêu chuộng hòa bình, đấu tranh cho độc lập dân tộc và tích cực hội nhập quốc tế; Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế tổ chức ngày Việt Nam ở nước ngoài (2/2011); Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tăng cường tham gia của Việt Nam vào UNESCO giai đoạn 2013 - 2018” (1/2013); Bộ Ngoại giao ban hành Thông tư hướng dẫn sử dụng biểu tượng quốc gia và nghi lễ Nhà nước trong việc tổ chức một số hoạt động đối ngoại tại Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài năm 2010, Kế hoạch Hành động của Bộ Ngoại giao triển khai Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2010 (4/2013)) được tất cả các đơn vị trong Bộ Ngoại giao và các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài 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 ... Cùng với đó, nhiều điều ước và thỏa thuận quốc tế đã được ký kết, tạo cơ sở pháp lý để triển khai các chương trình lớn cũng như hoạt động ngoại giao văn hóa cụ thể nhằm xúc tiến, làm sâu sắc sự hiểu biết lẫn nhau và xây dựng lòng tin, tăng cường quan hệ về mọi mặt, mang lại hiệu quả to lớn cho các nỗ lực làm bạn, đối tác tin cậy với các nước và thành viên có trách nhiệm trong cộng đồng quốc tế của Việt Nam.

Song song với việc xây dựng, hoàn thiện khung pháp lý và các biện pháp chính sách về ngoại giao văn hóa, việc xây dựng bộ máy, cơ chế thống nhất vận hành ngoại giao văn hóa cũng được chú ý. Lãnh đạo Bộ Ngoại giao, trực tiếp là đồng chí Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Phạm Bình Minh thường xuyên quan tâm đến công tác Ngoại giao văn hóa. Ban Chỉ đạo Ngoại giao Văn hóa của Bộ Ngoại giao được thành lập từ năm 2009 tiếp tục hoạt động tích cực. Trong giai đoạn 2011 – 2016, công tác cập nhật và trao đổi thông tin giữa các thành viên Ban Chỉ đạo được củng cố, giúp đưa ra các định hướng triển khai công tác ngoại giao văn hóa phù hợp với từng thời điểm. Cơ chế phối hợp giữa Bộ Ngoại giao với các bộ, ngành, địa phương để triển khai ngoại giao văn hóa được hình thành và mang lại kết quả tích cực.

Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 9/6/2014 về “*Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước*” đã khẳng định, văn hóa phải đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội và yêu cầu phải chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa. Nghị quyết số 33 đã đặt ra những yêu cầu, nhiệm vụ cho công tác hợp tác quốc tế về văn hóa, nâng tầm vóc, vị trí và vai trò của văn hóa đối ngoại lên một tầm cao mới. Nghị quyết đặt ra yêu cầu chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa, tăng cường và mở rộng hợp tác văn hóa, đa dạng các hình thức văn hóa đối ngoại, đưa quan hệ quốc tế về văn hóa đi vào chiều sâu và đạt hiệu quả thiết thực đồng thời tiếp nhận có chọn lọc tinh hoa văn hóa nhân loại để làm giàu thêm cho văn hóa dân tộc một cách bài bản, khoa học, đúng quy luật khách quan với các bước đi phù hợp.

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 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 này.

Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020 của Bộ Ngoại giao và Chiến lược Văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2023 của Bộ Văn hóa, Thể thao, du lịch được coi là hai văn bản chính quy thực hiện đường lối ngoại giao văn hóa của Việt Nam giai đoạn này nhằm hướng tới các hoạt động đa dạng và hiệu quả để quảng bá các giá trị văn hóa Việt Nam trên khắp thế giới. 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 tất cả các thành phần xã hội, nhân dân vào việc thúc đẩy mạnh mẽ hơn nữa các hoạt động Ngoại giao văn hóa. Đây cũng là hai văn bản thể hiện rõ chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam giai đoạn 2009-2020 như sau:

3.3.1.1. Mục tiêu trong xây dựng chính sách

Mục tiêu được xác định dựa trên văn bản *Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến 2020* là đẩy mạnh hoạt động ngoại giao văn hóa là: Một là, nhằm làm cho thế giới hiểu biết hơn về đất nước và con người Việt Nam; Hai là, 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; Ba là, nâng cao vị thế của đất nước trên trường quốc tế, tạo điều kiện phát triển kinh tế - xã hội; Bốn là, Các hoạt động của 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 hóa có hai

mục tiêu lớn: Một là: đưa các giá trị văn hóa Việt Nam ra thế giới làm nền tảng để phát triển các quan hệ hữu nghị tốt đẹp với các quốc gia trên thế giới; Hai là: tiếp thu các giá trị văn hóa tốt đẹp từ bên ngoài để phát triển văn hóa trong nước [40].

Trong *Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến 2020 tầm nhìn đến năm 2030*, các mục tiêu của hoạt động ngoại giao văn hóa 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 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 cũng 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 của toàn Đảng, toàn dân, của cả hệ thống chính trị dưới sự lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước, trong đó Đảng và 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 văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến 2020 tầm nhìn đến năm 2030 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, từ đó xây 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 tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc; phát triển theo hướng 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 đất nước.

3.3.1.2. Định hướng chính sách

Trong *Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến 2020 tầm nhìn đến năm 2030*, 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, 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.

Trong *Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến 2020 tầm nhìn đến năm 2030*, hoạt động ngoại giao văn hóa được thực hiện bởi tất cả các ban ngành, địa phương, các cấp. 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 triển khai nhiều chương trình hoạt động phong phú để hợp tác và ngoại giao văn hóa của riêng mình. Bộ Văn hóa 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 hóa đối ngoại hàng năm có sự gắn kết, bổ trợ với thông tin đối ngoại và ngoại giao văn hóa.

3.3.1.3. Phương thức và biện pháp thực thi chính sách

Trong Chiến lược Ngoại giao văn hóa, bên cạnh các chủ trương, 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 cũng được áp dụng gồm: *Một là*, đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho các hoạt động ngoại giao văn hóa; *Hai là*, bảo đảm nguồn lực cho ngoại giao văn hóa bằng các biện pháp như thành lập quỹ ngoại giao văn hóa do Bộ Ngoại giao quản lý; *Ba là*, gắn kết các hoạt động ngoại giao văn hóa với công tác về cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài; *Bốn*, Gắn kết ngoại giao văn hóa và ngoại giao Chính trị và kinh tế; *Năm*, Đẩy mạnh quảng bá hình ảnh Việt Nam; *Sáu là*, Đa dạng hóa các loại hình vận động công nhận danh hiệu quốc tế đối với các di sản văn hóa của Việt Nam.

Trong Chiến lược văn hóa 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: *Một*, 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 hóa 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 người Việt Nam tại các sự kiện văn hóa nghệ thuật quốc tế như EXOPO, Biennale, các liên hoan phim nổi tiếng...; *Hai*, 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; *Ba*, 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 trường quốc tế, *Bốn*, Thành lập một số trung tâm văn hóa 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; *Năm*, 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; *Sáu*, Hỗ trợ cộng đồng

người Việt Nam ở nước ngoài tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hóa từ trong nước; *Bảy*, Đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng 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; *Tám*, 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 của đất nước, *Chín*, Tạo điều kiện thuận lợi các nước, các tổ chức quốc tế, các cơ quan văn hóa, du lịch nước ngoài giới thiệu đất nước, văn hóa, con người, du lịch Việt Nam.

Đồng thời, 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 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 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.

3.3.2. Chỉ đạo ngoại giao văn hóa thông qua các hoạt động thông tin đối ngoại

Giai đoạn từ năm 2011 đến năm 2016, thông tin đối ngoại vẫn được coi là một nội dung quan trọng trong hoạt động ngoại giao văn hóa. Với xu thế toàn cầu hóa đang diễn ra một cách mạnh mẽ như hiện nay, hoạt động thông tin đối ngoại nói chung, trong đó đặc biệt là báo chí đóng vai trò vô cùng quan trọng trong đời sống xã hội.

Thực hiện “*Chiến lược phát triển công tác thông tin đối ngoại giai*

đoạn 2011-2020” của Bộ Chính trị, các bộ, ngành triển khai thực hiện các chiến lược thông tin đối ngoại, trong đó có đối ngoại văn hóa. Chiến lược của Bộ Chính trị là văn bản chỉ đạo quan trọng về công tác thông tin đối ngoại, trong đó đề ra các nhóm nhiệm vụ, giải pháp đồng bộ để khắc phục những hạn chế, yếu kém hiện nay, nhằm tạo ra bước phát triển đột phá trong công tác đổi mới, nâng cao chất lượng các hoạt động thông tin đối ngoại trong giai đoạn phát triển mới của đất nước.

Đồng thời, 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 bạn bè quốc tế và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài

Văn học nghệ thuật là một khía cạnh quan trọng của văn hóa. Thực hiện Nghị quyết số 23-NQ/TW ngày 16 tháng 6 năm 2008 của Bộ Chính trị về tiếp tục xây dựng và phát triển văn học, nghệ thuật trong thời kỳ mới”, năm 2011, Thủ tướng Chính phủ đã ra Quyết định Phê duyệt Đề án “*Xây dựng và rà soát các chế độ chính sách đối với các hoạt động văn học, nghệ thuật và văn nghệ sỹ; chế độ tài trợ, đặt hàng đối với các tác phẩm văn học, nghệ thuật; chính sách khuyến khích sáng tác trong các hoạt động văn học, nghệ thuật*”. Trong đó đã đánh giá thực trạng về chế độ, chính sách tài trợ, đặt hàng, khuyến khích sáng tác và các quỹ hỗ trợ sáng tạo trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật. Điều này tạo điều kiện sàng lọc các tác phẩm văn học thực sự có giá trị, mang đậm bản sắc dân tộc Việt Nam, phục vụ việc tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đến các nước trên thế giới.

Trong các kênh tuyên truyền nói chung thì sách, báo đối ngoại đóng vai trò quan trọng trong việc truyền bá hình ảnh của Việt Nam đến với thế giới. Sách báo có độ lan truyền rộng, ảnh hưởng lâu dài, rộng rãi. Nếu như các

Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài tuy tác động lớn đến thị giác của cư dân nước ngoài nhưng lại tốn kém, thì sách báo có giá thành rẻ hơn, thông điệp truyền đi qua những trang giấy cũng cụ thể hơn. Nhà văn hóa Hữu Ngọc nhấn mạnh tầm quan trọng của sách, báo, coi đó là “những công cụ hữu hiệu làm giàu cái vốn văn hóa cho ngoại giao, trong những vụ việc cụ thể và trong ngoại giao bình thường, bằng cách nâng uy tín đất nước và dân tộc lên”.

Năm 2011, Chính phủ đã ra Quyết định số 645/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Đề án “*Xây dựng chính sách thẩm định, quảng bá, thuế ưu đãi... đối với các tác phẩm văn học, nghệ thuật trong nước; văn hóa phẩm của Việt Nam đưa ra nước ngoài và giới thiệu tinh hoa văn học, nghệ thuật của thế giới vào Việt Nam; chính sách sưu tầm, chỉnh lý, bảo tồn, phát huy, quảng bá di sản văn học, nghệ thuật dân tộc và phát triển văn học, nghệ thuật quần chúng*”. Đề án này đã tạo điều kiện thuận lợi cho sự ra đời của nhiều tác phẩm có giá trị cao về tư tưởng và nghệ thuật; mang đậm tinh thần dân tộc, góp phần xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Các cuốn sách về Việt Nam ngày càng được xuất bản với nội dung phong phú, bằng nhiều thứ tiếng, trong đó chủ yếu là tiếng Anh. Các tờ tuần báo, nhật báo bằng tiếng Anh đã góp phần chuyển tải được nhanh, chính xác những thông tin của Việt Nam đến với thế giới. Ngoài ra đây cũng góp phần kết nối giữa cộng đồng người Việt trong nước và cộng đồng người Việt ở nước ngoài.

Ngoài ra Việt Nam tập trung quảng bá hình ảnh đất nước thông qua việc tôn vinh các danh nhân văn hóa như: Nguyễn Trãi, Nguyễn Du, Hồ Xuân Hương... và đặc biệt là Chủ tịch Hồ Chí Minh. Bộ Ngoại giao phối hợp với Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch và các cơ quan liên quan xây dựng một số ấn phẩm tuyên truyền nhằm quảng bá cho du lịch Việt Nam: tranh, ảnh sách báo, sản phẩm thủ công mỹ nghệ, đĩa DVD... và cung cấp cho các cơ quan đại diện

của Việt Nam ở nước ngoài để trưng bày, giới thiệu trong đó ưu tiên trước mắt cho một số địa bàn trọng điểm trong đó có Anh, Pháp, Đức,...

Trên tinh thần chiến lược, công tác thông tin đối ngoại đã được tăng cường và đổi mới phục vụ cho việc tuyên truyền, giới thiệu đường lối chính sách của Việt Nam, hình ảnh đất nước và con người Việt Nam với nhân dân thế giới nhằm tăng cường hiểu biết, tình hữu nghị, thông qua đó thúc đẩy hợp tác quốc tế.

3.3.3. Chỉ đạo công tác quảng bá hình ảnh Việt Nam

3.3.3.1. Xây dựng các cơ sở, công trình văn hóa, lịch sử Việt Nam ở nước ngoài

Các cơ sở, công trình văn hóa, lịch sử của Việt Nam ở nước ngoài thực sự trở thành cầu nối trong quan hệ văn hoá đối ngoại, góp phần tích cực vào thành công chung của hoạt động ngoại giao Việt Nam trên con đường hội nhập và phát triển. Trong những năm qua, các hoạt động ngoại giao đã lan tỏa mạnh mẽ thông qua việc triển khai mạnh mẽ Đề án “Tôn vinh Chủ tịch Hồ Chí Minh, Anh hùng giải phóng dân tộc, Nhà văn hóa kiệt xuất, ở nước ngoài”. Do vậy, nhiều tượng đài, các khu tưởng niệm, bảo tàng, công viên, đường phố... mang tên Hồ Chí Minh đã ra đời và được khánh thành ở nhiều quốc gia. Tháng 10/2011 lễ khánh thành Tượng Chủ tịch Hồ Chí Minh đã diễn ra tại Công viên ASEAN trong khu phố cổ Intramuros - thủ đô Manila. Ngày 30/8/2012, tượng đài Chủ tịch Hồ Chí Minh đã được khánh thành ở thủ đô Buenos Aires (Argentina) trong một buổi lễ trọng thể. Trước đó, ngày 29/8, Trung tâm Việt Nam - Argentina đã ra mắt tại thủ đô Buenos Aires nhằm quảng bá văn hóa Việt Nam tại quốc gia Nam Mỹ này, góp phần thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau giữa nhân dân hai nước.

Thông qua hình ảnh “Anh hùng giải phóng dân tộc” Hồ Chí Minh, thế giới sẽ hiểu rõ hơn truyền thống yêu nước và ý chí vì độc lập, tự do, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ của dân tộc Việt Nam, đồng thời xây dựng hình ảnh Việt Nam yêu chuộng hòa bình, tích cực hội nhập quốc tế. Qua

những sự kiện này, ngày càng có nhiều bạn bè quốc tế biết tới và yêu mến bản sắc văn hóa và danh nhân Việt Nam, đồng thời thắt chặt hơn mối quan hệ giữ Việt Nam và các nước, nâng cao hình ảnh của Việt Nam trên thế giới.

Trong khuôn khổ tuần lễ các hoạt động kỷ niệm 40 năm ký kết Hiệp định Paris về chấm dứt chiến tranh và lập lại hòa bình ở Việt Nam, chiều 23/3/2013, tại thành phố Choisy-Le-Roi diễn ra lễ khánh thành quảng trường “Hiệp định Paris” và cột “Biểu tượng vì Hòa bình”. Dưới chân cột biểu tượng là bia đá mang dòng chữ: “Từ năm 1968 đến năm 1973, Choisy-Le-Roi đã đón đoàn đại biểu Việt Nam Dân chủ Cộng hòa sang đàm phán và ký kết Hiệp định Paris về chấm dứt chiến tranh và lập lại hòa bình ở Việt Nam, ngày 27/1/1973. Choisy-Le-Roi vinh dự được đóng góp cho hòa bình” [34]. Biểu tượng này mang “dấu ấn đặc biệt” của tình đoàn kết hữu nghị gắn bó giữa Choisy-Le-Roi và Hà Nội cũng như giữa Pháp và Việt Nam.

Người Việt tin rằng đi lễ chùa không đơn giản để ước nguyện, cầu an mà đó còn là thời gian để mọi người tìm về với chốn tâm linh, gạt bỏ những muộn phiền, để lắng nghe tiếng lòng mình với những ý nghĩ tốt đẹp. Đây cũng là một nét văn hóa của người Á Đông nói chung. Vì vậy, phong tục đi chùa từ lâu đã trở thành yếu tố tâm linh gắn với văn hóa, tín ngưỡng của người Việt. Đối với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, những ngôi chùa Việt chính là nơi gặp gỡ, giao lưu thăm hỏi lẫn nhau của kiều bào. Ngoài ra, đây còn là nỗi niềm mà người Việt luôn muốn gửi gắm về quê hương, đất nước. Ngôi chùa của người Việt ở nước ngoài đã trở thành một góc tâm linh và văn hóa dân tộc. Ngày 21/08/2016 đã diễn ra lễ khởi công xây dựng chùa Phúc Lâm diễn ra tại vùng Potsdam Mittelmark, bang Brandenburg, Đức với sự tham gia của Hoà thượng Thích Thiện Nghĩa của chùa Từ Vân - Nha Trang cùng nhiều tăng ni ở các nước láng giềng. Đại đức Thích Thông Đạt, trụ trì chùa Phúc Lâm, trong bài phát biểu khai mạc buổi lễ, đã khẳng định tầm quan trọng của ngôi chùa trong việc góp phần giữ gìn văn hoá dân tộc và văn hoá

tâm linh Phật giáo. Trụ trì Thích Thông Đạt nói: "Chùa là mái nhà chung, vừa là nơi gửi gắm tâm tư, nguyện vọng, chia sẻ nỗi đau khổ trong kiếp sống, vừa là nơi gắn kết yêu thương, giữ gìn văn hoá truyền thống, đồng thời cũng là nơi đào tạo giá trị đạo đức cho mọi người, mọi thế hệ" [54]. Trong cuộc họp với ban phát triển của Hội đồng nhân dân Playford (Úc), đã cho phép Hội Phật giáo Việt Nam được xây dựng một ngôi chùa 3 tầng tại công viên Buckland. Đây là ngôi chùa thứ tư được xây dựng ở quận hạt Playford [104]. Cũng trong năm này, ngôi chùa Việt đầu tiên - chùa Đại Phước, cũng được khởi công xây dựng tại Myanmar. Không chỉ là một nơi sinh hoạt tín ngưỡng, không gian tâm linh mà còn là nơi để văn hóa Việt giúp bạn bè quốc tế thêm hiểu về lịch sử, nền văn hóa và nếp sống tinh thần từ lâu đời của người Việt Nam. Tham gia các hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế về văn hóa, nghệ thuật trong và ngoài nước.

3.3.3.2. Hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế về văn hóa, nghệ thuật trong và ngoài nước

Trong năm 2011 đã có nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa được tổ chức thành công ở nước ngoài như: Lễ hội châu Á do Việt Nam chủ trì tại Bỉ (tháng 2/2011), Tháng Việt Nam tại Pháp (tháng 5/2011), Lễ hội Việt Nam tại Nhật Bản (tháng 9/2011)... Ngoài ra, Bộ Ngoại giao chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch, Học viện Chính trị - Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh, Báo Nhân Dân và các đơn vị liên quan khác hỗ trợ Hội người Việt Nam tại Pháp tổ chức các hoạt động kỷ niệm 100 năm Bác Hồ đến nước Pháp (1911-2011) và 65 năm Bác Hồ thăm Pháp với tư cách là Nguyên thủ Quốc gia (1946-2011) bao gồm các hoạt động Triển lãm và Hội thảo về Bác tại Pháp (tháng 9/2011). Báo Thế giới và Việt Nam (cơ quan ngôn luận trực thuộc Bộ Ngoại giao) còn tổ chức các sự kiện quốc tế phục vụ ngoại giao kinh tế, chính trị, văn hóa, phục vụ mục tiêu quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam. Năm 2011, Báo đã phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam và Trung

ương Hội chữ thập đỏ Việt Nam tổ chức chương trình ca nhạc, giao lưu Gần hơn với Nhật Bản (tháng 3/2011) với mục đích quyên góp, ủng hộ nhân dân Nhật Bản sau thảm họa động đất và sóng thần khủng khiếp vào ngày 11/03/2011. Đại sứ Nhật Bản tại Việt Nam Yasuaki Tanizaki đã bày tỏ sự cảm kích của ông trước những tình cảm nồng ấm, sự ủng hộ chân thành mà Ban tổ chức cùng những người tham dự chương trình này đã dành cho Nhật Bản. Chương trình đã thể hiện được sâu sắc tình hữu nghị Việt Nam và tình cảm tốt đẹp của người dân hai nước [10].

Trong năm 2012, Việt Nam đã tổ chức nhiều Lễ hội Du lịch - Văn hóa Việt Nam tại một số nước như Nhật Bản, Hàn Quốc, Liên bang Nga... Đây là những hoạt động nhằm quảng bá hình ảnh, văn hóa Việt Nam đến các nước bạn. Lễ hội có các chương trình nghệ thuật biểu diễn, biểu diễn thời trang với trang phục truyền thống của Việt Nam, hội thảo du lịch, chương trình quảng bá cho khẩu hiệu du lịch mới của Việt Nam; trưng bày triển lãm ảnh về phong cảnh, đất nước và con người Việt Nam, Lễ hội ẩm thực Việt Nam, trưng bày các sản phẩm thủ công mỹ nghệ... [5]. Năm 2012, nhân kỷ niệm 40 năm thiết lập quan hệ ngoại giao đầy đủ giữa Việt Nam và Ấn Độ, đồng thời đánh dấu 5 năm thiết lập quan hệ “đối tác chiến lược” giữa hai nước, Hội phối hợp với Liên hiệp các tổ chức hữu nghị thành phố Hà Nội và Đại sứ quán Ấn Độ tại Việt Nam tổ chức chương trình giao lưu nghệ thuật Việt Nam - Ấn Độ do các nghệ sỹ của Nhà hát ca múa nhạc Việt Nam, Nhà hát Quân Đội và Hội nghệ sỹ Múa Việt Nam trình diễn [45]. Những hoạt động đó đã làm sâu sắc thêm mối quan hệ hữu nghị truyền thống của hai nước trong hơn 40 năm qua, nâng cao sự hiểu biết về đất nước, con người và những tiềm năng phát triển và hợp tác to lớn của nhau; khơi dậy tình cảm giữa hai nước; tạo sự tin cậy và gắn gũi hơn giữa hai quốc gia. Cũng trong năm này, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam phối hợp với Bộ Văn hóa và Thông tin Cộng hòa Kazakhstan, Đại sứ quán Việt Nam tại Kazakhstan tổ chức Những ngày Văn hóa Việt Nam tại

Kazakhstan. Trong khuôn khổ sự kiện, triển lãm ảnh với chủ đề “Việt Nam - Vẻ đẹp bất tận” đã giới thiệu hơn 90 bức ảnh về Việt Nam, đất nước, con người và mối quan hệ hữu nghị giữa hai nước Việt Nam - Kazakhstan trong 20 năm qua. Trước đó, những ngày Văn hóa Việt Nam tại Uzbekistan cũng đã diễn ra tại thủ đô Tashkent [56]. Nhân dịp Năm hữu nghị Việt Nam - Nhật Bản, kỷ niệm 40 năm thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước (21/9/1973 - 21/9/2013), hãng thông tấn Kyodo (Nhật Bản) và Thông tấn xã Việt Nam đã phối hợp tổ chức Triển lãm ảnh “Việt Nam - Nhật Bản: Đồng hành tiến tới chân trời mới”. Qua đây, lịch sử, văn hóa, cuộc sống của người Việt Nam được khắc họa rõ nét hơn. Từ đó góp phần quảng bá hình ảnh Việt Nam đến gần hơn với bạn bè quốc tế, đồng thời giúp nhân dân hai nước tăng cường hiểu biết lẫn nhau [47]. Được khởi động từ năm 2010 nhân kỷ niệm 60 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam - Trung Quốc và Năm hữu nghị Việt - Trung, Liên hoan tiếng hát hữu nghị Việt - Trung, cuộc thi ca hát diễn ra với quy mô quốc tế đã được Đài Phát thanh truyền hình Quảng Ninh phối hợp với cơ quan truyền thông 2 nước tổ chức thường niên, trở thành hoạt động văn hóa tô thắm tình hữu nghị bằng những giai điệu bạn bè. Đây là một sự kiện giao lưu văn hóa quốc tế đặc biệt, thể hiện tình hữu nghị tốt đẹp gắn bó lâu đời giữa nhân dân hai nước. Trong khuôn khổ cuộc thi, ngôn ngữ không còn là rào cản. Ngược lại, cùng với âm nhạc, nó đã trở thành cầu nối thể hiện tình yêu và sự hiểu biết văn hóa giữa nhân dân 2 nước.

Thông qua việc hợp tác quốc tế trong tổ chức sự kiện văn hóa, các hoạt động giao văn hóa sẽ góp phần tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau, củng cố quan hệ giữa nhân dân Việt Nam với các nước. Các đoàn biểu diễn nghệ thuật, đặc biệt nghệ thuật truyền thống đặc sắc của Việt Nam như múa rối nước, Nhã nhạc Cung đình Huế đã đem lại những hiểu biết chân thực và hấp dẫn về Việt Nam cho nhân dân thế giới. Có thể kể đến chuyến lưu diễn tại Áo và Xiôvakia của Đoàn nghệ thuật múa rối nước của Nhà hát múa rối Việt

Nam nhằm quảng bá loại hình nghệ thuật truyền thống độc đáo của Việt Nam với khán giả quốc tế [20] hoặc trong khuôn khổ “Những ngày Văn hóa Việt Nam tại Liên bang Nga” (2014), dàn nhạc Giao hưởng Việt Nam công diễn buổi đầu tiên tại Thủ đô Moscow, mở đầu cho đợt lưu diễn lần đầu tiên ở Liên bang Nga. Tất cả các sự kiện văn hóa Việt Nam tổ chức tại nước ngoài đều được nhân dân nước sở tại đón nhận tích cực. Hầu hết bạn bè quốc tế đều rất thích thú tìm hiểu về đất nước Việt Nam thông qua các cuộc triển lãm tranh, ảnh, mỹ thuật hay những festival giới thiệu về văn hóa, đất nước con người Việt Nam. Những buổi biểu diễn này đã để lại nhiều ấn tượng đẹp với nước bạn về một đất nước Việt Nam thân thiện và yêu chuộng hòa bình. Có thể kể đến cuộc thi và triển lãm ảnh nghệ thuật quốc tế lần thứ 7 tại Việt Nam năm 2013 do Hội Nghệ sĩ nhiếp ảnh Việt Nam (VAPA) tổ chức, với sự bảo trợ của Liên đoàn Nghệ thuật nhiếp ảnh quốc tế (FIAP). Sau bốn tháng phát động, Ban tổ chức nhận được 15.360 tác phẩm của gần 1.430 tác giả từ 51 quốc gia, vùng lãnh thổ gửi dự thi. Ban tổ chức đã chọn 250 tác phẩm để trưng bày triển lãm tại Hà Nội và các địa phương trong cả nước [3]. Cuộc thi và triển lãm này không những mang ý nghĩa giao lưu, nghệ thuật mà còn góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người, nền văn hóa Việt Nam đến với bạn bè quốc tế. Đối với festival, Việt Nam đã tổ chức rất nhiều festival như Festival di sản Quảng Nam (2013) có nhiều hoạt động văn hóa, nghệ thuật, hội thảo... đặc biệt là vòng chung kết cuộc thi hoa hậu các Dân tộc Việt Nam, hội thi hợp xướng quốc tế, không gian di sản văn hóa Việt Nam và ASEAN... hoặc đêm khai mạc Festival Huế (2014) với những làn điệu dân ca 3 miền như: nhã nhạc cung đình Huế, quan họ Bắc Ninh, đờn ca tài tử... cùng sự tham gia của các đoàn nghệ thuật nước ngoài như Nga, Trung Quốc, Hàn Quốc, Australia, Pháp, Nhật Bản... [36]. Có thể nói, âm nhạc chính là cái nôi của ngôn ngữ và là một thứ ngôn ngữ chung của toàn nhân loại. Với thế mạnh về giai điệu, lời ca đẹp, dễ đi vào lòng người, âm nhạc có khả năng kéo những tâm hồn đồng

điệu gần với nhau hơn, tạo ra “sợi dây liên kết” vô hình giữa con người với con người. Do vậy, những sự kiện âm nhạc luôn nhận được sự ủng hộ nhiệt tình không chỉ từ người Việt Nam mà còn từ bạn bè khắp năm châu. Năm 2014, Festival “Âm nhạc mới Á - Âu” lần thứ nhất tại Việt Nam do Hội Nhạc sĩ Việt Nam đã được tổ chức, diễn ra tại thủ đô Hà Nội và thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh. Tham dự Festival có gần 200 nhạc sĩ, nghệ sĩ biểu diễn, nhạc công từ hơn 30 nước. Cũng trong năm này, lễ hội âm nhạc quốc tế “Gió mùa 2014” (Monsoon Music Festival 2014) lần đầu tiên được tổ chức tại Hà Nội. Các nghệ sĩ đến từ các quốc gia: Việt Nam, Đan Mạch, Anh, Pháp, Bỉ, Hàn Quốc, Nhật Bản... cùng tạo nên bữa tiệc âm nhạc đa sắc màu cho lễ hội. Đây là dịp để du khách nước ngoài tìm hiểu, khám phá về một nét văn hóa thú vị của người Việt, một đất nước Việt Nam thân thiện, mến khách. Bên cạnh đó, việc hợp tác làm phim với nước ngoài không chỉ đem lại nguồn lợi về doanh thu mà còn có giá trị quảng bá hình ảnh Việt Nam, thu hút du lịch. Những bộ phim hợp tác với nước ngoài là phương thức hữu hiệu để giới thiệu những nét đẹp của văn hóa, đời sống, con người Việt Nam đến các quốc gia trên thế giới, giúp khán giả hiểu thêm về văn hóa Việt Nam. Điều này đã được khẳng định, khi các bộ phim hợp tác hầu hết được công chiếu ở cả hai nước. Chẳng hạn như dự án hợp tác của Đài Truyền hình Việt Nam phối hợp sản xuất với Đài TBS (Nhật Bản) với bộ phim Người cộng sự - The Partner đã trở thành điểm nhấn trong Năm Hữu nghị Việt - Nhật 2013. Hoặc tác phẩm điện ảnh hợp tác giữa hai nước Việt - Trung mang tên Tình xuyên biên giới. Ngoài ra, dự án phim hợp tác Việt - Hàn Tuổi thanh xuân đã gây được ấn tượng mạnh với khán giả trong nước và quốc tế. Phim không chỉ được công chiếu tại Việt Nam - Hàn Quốc, mà còn được phát sóng trên kênh Channel M, kênh truyền hình trả tiền hiện đang phủ sóng ở nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ như Singapore, Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Campuchia, Myanmar, Australia... Nổi bật có bộ phim Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh của đạo diễn Victor Vũ

được chọn giới thiệu trong khuôn khổ hoạt động của Liên hoan phim Cannes lần thứ 68, diễn ra từ ngày 13-24/5 tại Pháp mang đến hình ảnh một mảnh đất Phú Yên đẹp mộc mạc và hoang sơ. Tất cả những cơ hội này đều góp phần đưa hình ảnh Việt Nam đến một bộ phận không nhỏ công chúng thế giới bằng phương thức hết sức tinh tế. Không chỉ là nơi gắn kết những người làm phim, nơi Việt Nam có cơ hội gặp gỡ, cọ sát và cùng nhau phát triển những tinh hoa nghệ thuật thứ bảy, các nhà hoạt động điện ảnh trên toàn thế giới, Liên hoan phim Quốc tế Hà Nội còn góp phần quảng bá tới bạn bè quốc tế hình ảnh đất nước Việt Nam, đặc biệt là Thủ đô Hà Nội lịch lãm có bề dày ngàn năm văn hiến với cảnh quan tươi đẹp và thanh bình. Sự kiện còn góp phần thúc đẩy sự phát triển cho các ngành khác, đặc biệt là du lịch và dịch vụ.

Trong khuôn khổ Liên hoan Phim Quốc tế Hà Nội (HANIFF) 2016 đã diễn ra nhiều sự kiện song song bên lề như chương trình thăm quan Vịnh Hạ Long của các nghệ sỹ điện ảnh Việt Nam và quốc tế. Đoàn khách không khỏi trầm trồ trước vẻ đẹp kỳ vĩ của Vịnh Hạ Long. Nhiều người cho biết, họ chắc chắn sẽ trở lại Việt Nam, tới thăm Hà Nội, vịnh Hạ Long cùng với người thân của mình với tư cách là khách du lịch. Bên cạnh đó, đêm diễn thời trang ngoài trời của Nghệ nhân Áo dài Việt Nam - NTK Lan Hương và NTK Đỗ Trịnh Hoài Nam đã gây ấn tượng mạnh mẽ với khách nước ngoài, giúp tà áo dài Việt Nam trở nên gần gũi, thân thiết trong mắt bạn bè quốc tế. Những bộ trang phục trong bộ sưu tập không chỉ thành công trong việc chuyển tải những nét đẹp bình dị của Việt Nam, mà còn thể hiện cho tinh thần hội nhập, phát triển, giao thoa văn hóa nghệ thuật giữa các nước trên thế giới, giới thiệu những nét đẹp truyền thống của người Hà Nội, của Thủ đô nghìn năm văn hiến; qua đó đưa tà áo dài Việt không chỉ dành cho người Việt mà còn lan tỏa tới đông đảo bạn bè quốc tế. Không đơn thuần là trang phục truyền thống, mà Áo dài còn là một nét văn hóa nói lên nhân sinh quan và gói trọn tinh thần Việt. Áo dài còn là “sứ giả” quảng bá du lịch Việt. Và việc tổ chức Festival

Áo dài hàng năm đã góp phần không nhỏ vào việc thúc đẩy sự phát triển du lịch, quảng bá hình ảnh Việt Nam tiến xa. Festival Áo dài Hà Nội 2016 mang chủ đề “Tinh hoa áo dài” với hàng chục hoạt động ghi dấu ấn đã thu hút hơn 3 vạn lượt khách trong 3 ngày. Qua những không gian, hoạt động trong những ngày tổ chức sự kiện, Festival Áo dài Hà Nội không những góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc mà còn giới thiệu áo dài tới đông đảo nhân dân Thủ đô, khách du lịch trong nước và quốc tế. Đây cũng dịp để các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thời trang và doanh nghiệp du lịch của Thủ đô Hà Nội giao lưu, giới thiệu, hợp tác, ký kết... phát triển sản phẩm du lịch, thời trang và các lĩnh vực khác; đồng thời tạo cơ hội để du khách tham quan, trải nghiệm, tham gia trực tiếp vào các hoạt động trong khuôn khổ Festival. Qua các cuộc giao lưu, trao đổi nghệ thuật quốc tế, Việt Nam đã cho thấy sự phát triển ở lĩnh vực nghệ thuật, thể hiện rõ quan điểm văn hóa là nền tảng của xã hội, thấm sâu vào mọi mặt của đời sống con người và góp phần đưa hình ảnh đất nước, con người Việt Nam vươn ra xa hơn.

3.3.3.3. Ngoại giao văn hóa thông qua các chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài

Ngoại giao văn hóa ở nước ngoài luôn được các cơ quan đại diện ta ở nước ngoài coi là một trọng tâm công tác. Các cơ quan đại diện chủ động và tích cực tiến hành hàng loạt hoạt động có phong phú, hình thức đa dạng góp phần làm thế giới hiểu rõ, tôn trọng và yêu mến hơn đất nước, con người và văn hóa Việt Nam. 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 của ta tổ chức. Nhiều chương trình đã đi vào tâm trí của người dân sở tại, trở thành thương hiệu, được người dân sở tại hưởng ứng và tham gia tích cực như 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...Thành công của các sự kiện đã khẳng định chủ trương đúng đắn trong việc triển khai những hoạt động tổng hợp văn hóa, chính trị, kinh tế có trọng tâm, trọng điểm và trên tinh thần tiết kiệm nhằm góp phần thúc đẩy một cách thực chất và hiệu quả quan hệ toàn diện trên mọi lĩnh vực giữa Việt Nam với các nước.

Việt Nam đã tiến hành một loạt các hoạt động ngoại giao văn hóa với mức độ thường xuyên hơn tại các nước láng giềng gần gũi như Lào, Campuchia hay các hoạt động quy mô lớn sôi động tại Indonesia, Ấn Độ, Hàn Quốc, Pháp, Đức, Anh, Nga, Séc, Chi Lê, Úc,... đã thu hút sự quan tâm của các giới chính trị, kinh doanh, các tầng lớp xã hội khác, kiều bào ta ở sở tại và các hãng thông tấn báo chí. Ngoài ra, còn có các hoạt động hiệu quả khác như giới thiệu về Việt Nam đến bạn bè quốc tế qua các lễ hội truyền thống, các ngày lễ, ngày kỷ niệm lớn của dân tộc. Festival Huế, Lễ hội Hoa Đà Lạt, Lễ hội Cà phê Tây Nguyên... Có thể kể đến hơn 150 sự kiện diễn ra trong Năm chèo giữa hai nước Việt Nam - Pháp (2013) và hơn 120 sự kiện diễn ra trong năm Pháp - Việt Nam (2014). Những hoạt động này góp phần vào thành công chung của Năm hữu nghị Việt Nam-Pháp, Pháp-Việt Nam nhân kỷ niệm 40 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước. Một số hoạt động văn hóa, giáo dục như đêm Meeting-Galar-Dinner (2013); cuộc gặp mặt quốc tế lịch sử được tổ chức lần đầu tại Hà Nội vào năm 2013 với hơn 300 cựu học sinh Trường trung học Pháp Albert Sarraut; những nét đẹp độc đáo của “Tuần lễ văn hóa Việt Nam - Pháp” ở Nghệ An; “Mùa Thu Paris - Hà Nội”... Đây là những sự kiện, giao lưu, trao đổi, giới thiệu, khám phá, tìm hiểu về hai đất nước trên tất cả các lĩnh vực. Thông qua các sự kiện văn hóa, mối quan hệ giữa Việt Nam và Pháp ngày càng được thắt chặt hơn nữa. Như vậy, Những hoạt động này tạo nên hiệu ứng lan tỏa rộng rãi trong công chúng và trên nhiều lĩnh vực và có vai trò như “chất xúc tác” đã góp phần thúc đẩy quan hệ giữa Việt Nam với các nước, các tổ chức khu vực và quốc tế, giúp bạn bè

nước ngoài đất nước, con người, thành tựu, chủ trương chính sách, mong muốn của Việt Nam; đồng thời cũng góp phần giúp Việt Nam hiểu rõ hơn về bạn bè và đối tác của trên các lĩnh vực khác nhau.

3.3.3.4. Kết hợp các hoạt động ngoại giao văn hóa với các hoạt động đối ngoại

Các hoạt động ngoại giao văn hóa, lồng ghép trong những chuyến viếng thăm, trao đổi đoàn cấp cao như: của Tổng Bí Thư Nguyễn Phú Trọng đến các nước trên thế giới như: chuyến thăm Lào và Campuchia năm 2011; chuyến thăm Hoa Kỳ vào tháng 7/2015, Hàn Quốc, Nhật Bản... Trong khuôn khổ các chuyến thăm cấp cao, Tổng Bí thư Đảng ta cũng như các nhà lãnh đạo khác của đất nước luôn dành sự quan tâm thích đáng đến việc tổ chức các cuộc gặp gỡ, tiếp xúc, nói chuyện thân mật với kiều bào ta ở nước ngoài. Những sự kiện văn hóa, ẩm thực, Tuần văn hóa Việt Nam, Những ngày Văn hóa Việt Nam tại nước ngoài; Các chương trình quảng bá hình ảnh Việt Nam được tổ chức lồng ghép hỗ trợ hoạt động Ngoại giao chính trị trong các hoạt động Ngoại giao cấp Nhà nước và các chuyến thăm hữu nghị chính thức của Lãnh đạo Đảng và Nhà nước cũng như Lãnh đạo của nước bạn. Năm 2011, nhân dịp kỷ niệm 40 năm quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam - Đan Mạch, Thái tử Đan Mạch đã có chuyến thăm Việt Nam. Một số hoạt động văn hóa ý nghĩa với ý nghĩa thắt chặt hơn nữa tình hữu nghị giữa hai nước: Hội thảo Hợp tác trách nhiệm xã hội, Lễ hội Nghệ thuật đường phố, trận thi đấu cầu lông hữu nghị giữa tay vợt số 1 Việt Nam - Nguyễn Tiến Minh với Peter Gade (tay vợt hạng 4 thế giới) tại Nhà thi đấu Phan Đình Phùng (Thành phố Hồ Chí Minh)... Trong khuôn khổ chuyến thăm Việt Nam, Thái tử Đan Mạch Frederik còn dành thời gian đến Thư viện tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh để giao lưu, vẽ tranh và ân cần thăm hỏi các cháu thiếu nhi [52].

Năm 2015, Việt Nam đã tạo nên một tiếng vang lớn trong nền ngoại giao khi tổ chức thành công Đại hội đồng Liên minh Nghị viện Thế giới lần thứ 132 (IPU132). Sự kiện này đã thu hút sự tham gia của hơn 160 đoàn khách quốc tế,

bao gồm các Nghị viện Thành viên IPU, thành viên liên kết, các tổ chức và khách mời quốc tế. Tổ chức IPU-132 là sự kiện đối ngoại đặc biệt quan trọng của Việt Nam [1].

Các hoạt động này đã đóng vai trò tích cực trong việc thay đổi cách nhìn nhận của các đối tác quốc tế đối với Việt Nam. Các hoạt động giúp tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau, từ đó đưa đến sự thân thiện và cuối cùng là những cam kết tăng cường hợp tác, thúc đẩy tình hữu nghị.

3.3.3.5. Xây dựng thông điệp và thương hiệu quốc gia

Trong hơn 5 năm (2011-2016), Việt Nam luôn nỗ lực trong việc xây dựng thương hiệu sản phẩm và xuất khẩu thương hiệu ra nước ngoài. Chương trình Thương hiệu Quốc gia là chương trình của Chính phủ được khởi động từ năm 2003, với mục đích quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm (hàng hóa và dịch vụ). Đây là một chương trình xúc tiến thương mại dài hạn nhằm xây dựng, quảng bá hình ảnh quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm của Việt Nam trên thị trường trong và ngoài nước. Chương trình hướng tới mục tiêu xây dựng hình ảnh Việt Nam gắn với các giá trị Chất lượng - Đổi mới, Sáng tạo - Năng lực tiên phong. Năm 2016, 88 doanh nghiệp đạt danh hiệu Thương hiệu Quốc gia, trong đó có một số thương hiệu đã được thế giới biết đến như: Tổng công ty Cà phê Việt Nam (Vinacafe), Công ty May An Phước... [84]. Chương trình còn có các hoạt động khác nhằm quảng bá thương hiệu Việt Nam như Câu lạc bộ hàng Việt Nam chất lượng cao, chương trình “Truyền hình Thương hiệu quốc gia” và các hoạt động tham gia hội chợ, triển lãm lớn trên thế giới nhằm xúc tiến thương mại, mang hình ảnh Việt Nam ra toàn thế giới.

3.3.3.6. Quảng bá hình ảnh Việt Nam tới bạn bè quốc tế thông qua các hoạt động du lịch

Du lịch được xem là một ngành kinh tế mũi nhọn mang tính tổng hợp cao, đóng vai trò quan trọng đối với mỗi quốc gia trên thế giới hiện nay. Ngày

nay con người có mức sống cao, trình độ học vấn nâng cao thì du khách ở các quốc gia có nhu cầu khám phá, tìm hiểu các nền văn hóa khác mình thông qua con đường du lịch. Chính những khách du lịch là người mang các nét văn hóa, lối sống, phong tục tập quán, thói quen văn hóa Việt Nam tới các nước khác và từ các nước trên thế giới đến với Việt Nam. Theo nhà nghiên cứu Kristen Bound, ngoại giao văn hóa là sự tìm kiếm đũa từ khách du lịch. Du lịch luôn là một khía cạnh quan trọng khi làm ngoại giao văn hóa. Bởi khi khách nước ngoài đến Việt Nam, họ sẽ trực tiếp cảm nhận được hình ảnh Việt Nam cả về thiên nhiên, văn hóa, con người. Liên minh châu Âu từ lâu đã có sự hỗ trợ và hợp tác với Việt Nam trên lĩnh vực phát triển loại hình du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam.

Liên minh châu Âu đã hỗ trợ Tổng cục Du lịch, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thông qua Chương trình Phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (ESRT) trong giai đoạn 2011 - 2015, góp phần xây dựng năng lực và phát triển ngành du lịch Việt Nam theo định hướng có trách nhiệm với môi trường và xã hội. Năm 2013, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Phó Chủ tịch Ủy ban châu Âu, luận về việc tăng quan hệ và hợp tác trong lĩnh vực du lịch bền vững. Chương trình hợp tác thể hiện nỗ lực của Liên minh châu Âu nhằm thắt chặt quan hệ hợp tác kinh tế với các quốc gia trong khu vực ASEAN năng động, trong đó có Việt Nam. Hai bên đã nhất trí cùng nhau hợp tác để tiến tới: Thiết lập khung đối thoại định kỳ và trao đổi thông tin giữa các cơ quan phụ trách du lịch về các sáng kiến có liên quan trong lĩnh vực du lịch, đảm bảo sự phát triển bền vững và có tính cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch tại Liên minh châu Âu và Việt Nam. Trao đổi các bài học kinh nghiệm về phát triển du lịch bền vững giữa cơ quan phụ trách du lịch và các bên có liên quan tại châu Âu và Việt Nam, bao gồm giới học giả, những người có uy tín trong các lĩnh vực bảo tồn, phát huy di sản thiên nhiên và văn hóa, doanh nghiệp nhỏ và vừa, đào tạo, phát triển kỹ năng và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch. Ngoài ra, Việt

Nam còn tiến hành hoạt động ngoại giao văn hóa thông qua du lịch với các nước thành viên EU tiêu biểu là Pháp. Năm 2015, chương trình giới thiệu “Di sản văn hóa và phát triển du lịch ở Việt Nam” do Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại Pháp tổ chức là hoạt động khởi động chiến dịch quảng bá hình ảnh Việt Nam tại châu Âu, nhằm triển khai Kế hoạch tổng thể xúc tiến du lịch tại châu Âu giai đoạn 2015-2017 của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch. Đây là một sự kiện tầm cỡ và quy mô quy tụ nhiều doanh nghiệp lữ hành, khách sạn hàng đầu của Pháp và Việt Nam, đại diện các Hiệp hội Du lịch và lữ hành của hai nước, nhằm giới thiệu các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể của Việt Nam đã được UNESCO công nhận, cùng với các sản phẩm du lịch gắn với các di sản văn hóa ở Việt Nam. Mục tiêu là nhằm đón trước khuynh hướng và dòng khách dịch chuyển từ Pháp nói riêng và từ châu Âu nói chung tới Việt Nam, thu hút các nhà đầu tư trong lĩnh vực du lịch tại Pháp cũng như tại châu Âu đến Việt Nam.

3.3.4. Chỉ đạo công tác ngoại giao văn hóa thông qua công tác người Việt Nam ở nước ngoài

Người Việt Nam ở nước ngoài là một bộ phận quan trọng của Việt Nam, có vai trò to lớn trong khi thực hiện ngoại giao văn hóa với bất kỳ quốc gia, khu vực nào. Cộng đồng NVNONN nói chung luôn được xã hội sở tại nhìn nhận như là một hình ảnh thu nhỏ, một tấm gương phản chiếu hình ảnh Việt Nam. Người dân, nhà kinh doanh, người du lịch hay chính khách sở tại có ấn tượng, hình thành quan niệm hoặc định kiến, mặc cảm đầu tiên về Việt Nam thường thông qua hình ảnh thu nhỏ của Việt Nam này, tác động của hành vi, ứng xử, hoạt động văn hóa, xã hội, kinh tế, khoa học, chính trị... của những người Việt Nam sinh sống trong lòng xã hội đó. Có thể nói NVNONN là những người tiếp thị hình ảnh Việt Nam thường xuyên, thường trực, vừa có ý thức vừa thụ động, vừa trực quan vừa gián tiếp đối với nhân dân các nước/lãnh thổ nơi họ sinh sống, làm ăn, lao động hoặc học tập. Việc quảng bá hình ảnh Việt Nam được tiến hành qua nhiều kênh, dưới nhiều hình thức

nhưng thông qua cộng đồng NVNONN để bảo đảm sự tiếp nhận tích cực của xã hội sở về Việt Nam luôn là một phương thức rất hiệu quả. Việt Nam đã đề ra Nghị quyết số 36 của Bộ Chính trị và Chỉ thị 19/2008/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ về công tác người Việt Nam ở nước ngoài; tích cực hoàn thiện và thực hiện các chính sách lớn đối với người Việt Nam ở nước ngoài (Luật Quốc tịch sửa đổi, Luật Cư trú, vấn đề mua và sở hữu nhà tại Việt Nam, miễn thị thực, thành lập Hội Doanh nhân Việt Nam ở nước ngoài...).

Chỉ thị “*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*” nhấn mạnh một nhiệm vụ quan trọng của ngoại giao văn hóa Việt Nam là:

Đẩy mạnh công tác vận động, hỗ trợ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, với tư cách vừa là đối tượng hưởng thụ, vừa là chủ thể của hoạt động Ngoại giao Văn hoá, nhằm giữ gìn bản sắc văn hóa, truyền thống dân tộc và tham gia tích cực vào các hoạt động tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam ở nước sở tại [5].

Cộng đồng NVNONN có nhiều lợi thế trong công tác đối ngoại, bởi họ là lực lượng tuyên truyền, quảng bá nhanh và hiệu quả nhất về văn hóa, hình ảnh đất nước, con người Việt Nam ra thế giới thông qua các hoạt động văn hóa cộng đồng và hỗ trợ, tham gia các triển lãm, hội chợ quảng bá văn hóa, thương mại, du lịch của Việt Nam với thế giới, góp phần mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế, phát huy sức mạnh dân tộc, sức mạnh thời đại trong sự nghiệp xây dựng bảo vệ Tổ quốc. Họ chính là cầu nối quan trọng để Việt Nam mở rộng quan hệ hữu nghị hợp tác với các nước trong khu vực và thế giới. Trong khuôn khổ các hoạt động hướng tới kỷ niệm 21 năm thiết lập quan hệ hữu nghị Việt Nam - Hàn Quốc (22/12/1992 - 22/12/2013), Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam đã phối hợp với Bộ Ngoại giao Hàn Quốc, chính quyền thủ đô Seoul, Hiệp hội Du lịch Hàn Quốc, Hội Hàn kiều tại Thành phố Hồ Chí Minh và các cơ quan báo chí,

truyền thông của Việt Nam tổ chức chương trình biểu diễn nghệ thuật với chủ đề “Nỗi nhớ người thân và Người hàng xóm ân tình” [77]. Chương trình được tổ chức nhằm mang đến những tình cảm quê hương ấm áp khích lệ tinh thần người Việt xa quê, đồng thời góp phần quảng bá hình ảnh tốt đẹp về đất nước, con người Việt Nam đến người dân Hàn Quốc, qua đó thắt chặt thêm quan hệ hợp tác hữu nghị giữa hai nước. Trong vai trò là chủ thể của ngoại giao văn hóa, cộng đồng người Việt Nam ở các nước EU đã có nhiều hoạt động mang tính chất ngoại giao văn hóa như: Họ đã tiến hành tổ chức các sinh hoạt cộng đồng về văn hóa, văn nghệ, hội họa, tín ngưỡng, thể thao, xã hội, dạy và học tiếng Việt... Làm cho người dân nước sở tại có cơ hội được tiếp xúc trực tiếp với văn hóa Việt Nam.

Với tư cách là cầu nối, người Việt Nam ở nước ngoài thường tổ chức cho các đoàn thể văn hóa, nghệ thuật, phim ảnh trong nước ra nước ngoài biểu diễn cho kiều bào và người nước ngoài thưởng thức, qua đó quảng bá văn hóa Việt Nam cũng như đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước Việt Nam trong lĩnh vực văn hóa đối ngoại. Trong đó có thể kể đến các chương trình biểu diễn, quảng bá văn hóa dân tộc do sinh viên Việt Nam du học tại các nước tổ chức. Đêm văn hóa Việt Nam do Hội sinh viên Việt Nam tại Anh tổ chức nhiều năm là một sự kiện tiêu biểu, qua đó đã giới thiệu nhiều khía cạnh đặc sắc của văn hóa Việt Nam. Hội sinh viên Việt Nam tại Cassino, Italia đã nhiều lần tổ chức một loạt các hoạt động văn hóa nhằm giới thiệu nét văn hóa đặc sắc, hình ảnh đất nước và con người Việt Nam tới người dân địa phương và sinh viên quốc tế tại đây với các màn trình diễn áo dài, nhảy sạp, triển lãm ảnh Việt Nam, tổ chức quây thông tin giới thiệu về Việt Nam với nhiều tranh ảnh, sách báo về đất nước và con người Việt Nam và các thông tin về quan hệ hữu nghị Việt Nam-Italy. Nhận thức được cộng đồng người Việt ở Đức là một cộng đồng tương đối lớn và là cộng đồng người nước ngoài đông thứ ba ở bang Brandenburg, được đánh giá là một cộng đồng hội nhập tốt, có nhiều hoạt động

đóng góp cho nền văn hóa đa sắc tộc ở Đức nói chung và tại Potsdam nói riêng, năm 2013, Lễ hội Văn hóa châu Á chính thức được giao cho phía Việt Nam phối hợp với Hội Đào hữu nghị tổ chức. Đầu năm 2015, Đại sứ quán Việt Nam ở Italy tổ chức Tuần văn hóa Việt Nam tại thủ đô Rome, với nhiều hoạt động đa dạng và phong phú, như triển lãm ảnh về đất nước, con người, trình diễn thời trang, chiếu phim Việt Nam và tổ chức các hội thảo về thu hút đầu tư và quảng bá cơ hội hợp tác kinh tế giữa hai nước. Những hoạt động này vừa tạo ra những diễn đàn thu hút người Việt Nam ở nước ngoài tham gia, vừa góp phần giúp kiều bào gìn giữ truyền thống dân tộc, bản sắc văn hóa. Đây chính là chất xúc tác hiệu quả, thắt chặt tình cảm gắn bó của kiều bào đối với quê hương, nguồn cội. Ngày 13/2/2016, tại thành phố Nogent-sur-Marne, ngoại ô Paris, Hội người Việt Nam tại Pháp (UGVF) và Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại Pháp phối hợp với nhiều hội đoàn, đã tổ chức Tết cộng đồng mừng Xuân Bính Thân 2016 với chủ đề “Xuân trên bản làng”. Tại đây, Hội Kiến trúc sư Việt Nam và các hội đoàn khác tại Pháp đã tạo nên một không gian đậm sắc màu dân tộc trên diện tích gần 3.000m² tái hiện hình ảnh ngôi nhà rông đặc trưng của các dân tộc Tây Nguyên cùng khung cảnh vùng núi Tây Bắc. Bên cạnh đó là chương trình nghệ thuật đặc sắc với những ca khúc, điệu múa dân tộc được kết nối với truyền thuyết Lạc Long Quân và Âu Cơ nhằm gợi nhớ về nguồn gốc, dòng dõi đầy tự hào của người Việt [21]. Ngày 8/10/2016, Hội người Hà Nội tại Đức đã tổ chức kỷ niệm Ngày giải phóng Thủ đô và tổ chức Đại hội lần thứ IV nhiệm kỳ 2016-2018 của Hội người Hà Nội tại Đức. Hội Người Hà Nội tại Đức được đánh giá là một trong những hội đoàn có hoạt động tích cực trong cộng đồng. Hội cũng đã tổ chức một số sự kiện lớn trong năm cho các hội viên gặp gỡ, giao lưu nhằm tăng cường tình đoàn kết, chia sẻ trong cộng đồng người Hà Nội [75].

Cũng trong năm này, đoàn ca múa không chuyên của cộng đồng người Việt Nam tại Khu Hành chính Đặc biệt Macau đã tham dự hoạt động Giao lưu

văn hóa dân tộc Sắc màu nghệ thuật châu Á - 2016, được tổ chức tại khu sân khấu ngoài trời khu Trung tâm Văn hóa Hong Kong, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong. Đoàn đã đem đến cho chương trình giao lưu văn hóa dân tộc Sắc màu nghệ thuật châu Á - 2016 nhiều tiết mục đặc sắc như Múa ô - Gặp nhau trong rừng Mai, Múa sạp - Sòn đô sòn, Múa nón - Việt Nam đất nước tươi đẹp cùng những khúc hát dân ca trữ tình mang đậm bản sắc văn hóa truyền thống của dân tộc Việt Nam, được khán giả nhiệt liệt cổ vũ, bạn bè quốc tế ngợi ca và đánh giá cao [21]. Hoạt động Giao lưu văn hóa dân tộc “Sắc màu nghệ thuật châu Á - 2016” thu hút nhiều đoàn biểu diễn nghệ thuật đến từ 16 nước và vùng lãnh thổ thuộc châu Á tham gia biểu diễn. Thông qua những cuộc triển lãm hay lễ hội, festival, các hoạt động văn hóa nghệ thuật mà tinh hoa văn hóa dân tộc đã được gửi gắm đến rộng khắp nhân dân trên thế giới, đồng thời lưu giữ và bảo tồn bản sắc Việt. Một hình ảnh Việt Nam yêu chuộng hòa bình, đầm ấm, mộc mạc đã được thế giới biết đến và yêu quý. Một phần lớn kết quả này có được là nhờ cộng đồng NVNONN đã làm tốt công tác quảng bá, giới thiệu các giá trị văn hóa đặc sắc đến với nhân dân nước sở tại. Điều này đã tạo ấn tượng sâu sắc và tốt đẹp về hình ảnh Việt Nam, đồng thời thu hút người nước ngoài đến Việt Nam du lịch để khám phá văn hóa truyền thống và các giá trị đặc sắc của đất nước.

3.3.5. Ngoại giao văn hóa qua hợp tác với các tổ chức quốc tế

3.3.5.1. Tổ chức UNESCO

Ủy ban Quốc gia UNESCO của Việt Nam với Ban Thư ký thuộc Bộ Ngoại giao làm nòng cốt đã không ngừng đẩy mạnh và làm sâu sắc hơn các quan hệ hợp tác với tổ chức UNESCO, tổ chức được coi là “Tổ chức trí tuệ của thế giới”. Thông qua các mối quan hệ này chúng ta đã tận dụng được vai trò “Phòng thí nghiệm các ý tưởng” của UNESCO, tiếp thu các ý tưởng tiên tiến, các kiến thức và kinh nghiệm quý báu cũng như các sáng kiến trong lĩnh vực văn hóa, giáo dục, khoa học, thông tin, phục vụ đắc lực cho việc định

hướng, xây dựng các chính sách lớn của quốc gia, các văn bản luật pháp. Chúng ta cũng đã chú trọng trao đổi, học tập kinh nghiệm của thế giới về lĩnh vực văn hóa, tổ chức một số Hội nghị, hội thảo cấp quốc gia, khu vực và quốc tế về lĩnh vực văn hóa và hợp tác văn hóa.

Trong giai đoạn này việc vận động UNESCO công nhận các di sản văn hóa, thiên nhiên của Việt Nam vẫn là một định hướng lớn trong hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam. Năm 2013 tại UNESCO Việt Nam đã đạt được nhiều thành công. Thành công thứ nhất của Việt Nam tại UNESCO là năm 2013 là năm thứ 4 và là năm cuối cùng Việt Nam là thành viên Hội đồng chấp hành UNESCO và đã để lại dấu ấn “khá sâu sắc” của 4 năm hoạt động. Việt Nam đồng thời đã vận động có hiệu quả hồ sơ “đờn ca tài tử” được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể có giá trị tiêu biểu của nhân loại, tại cuộc họp Ủy ban Liên chính phủ Công ước 2003, tại Baku, Azerbaijan, đầu tháng 12 năm 2013. Để có được quyết định này, Việt Nam đã trải qua cả một quá trình dài xây dựng, sửa đổi, cũng như vận động và theo dõi hồ sơ này. Cao nguyên đá Đòng Văn được UNESCO tái công nhận tư cách thành viên mạng lưới Công viên địa chất toàn cầu. Các hoạt động và danh hiệu này không chỉ khẳng định, quảng bá một dân tộc Việt Nam với bề dày lịch sử, văn hóa, một đất nước Việt Nam với nhiều danh lam thắng cảnh, di sản thế giới, mà còn góp phần quan trọng kêu gọi, thu hút du lịch và đầu tư, thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội của địa phương và đất nước.

Thực hiện phương châm "là thành viên có trách nhiệm trong cộng đồng quốc tế", thời gian nay, Việt Nam đã thể hiện được vai trò chủ động và tích cực tại các diễn đàn văn hóa khu vực và trên thế giới. Bên cạnh đó, trong nhiệm kỳ nắm giữ các cương vị như thành viên Ủy ban Di sản thế giới, Phó Chủ tịch Ủy ban liên chính phủ Công ước 2005 của UNESCO, Phó Chủ tịch Ủy ban Chương trình ký ức thế giới khu vực châu Á Thái Bình Dương, đồng chủ trì Nhóm công tác văn hóa, thanh niên và thể thao tại Diễn đàn Đông Á-

Mỹ Latinh Việt Nam cũng đã tổ chức nhiều hoạt động hiệu quả phát huy tiếng nói, uy tín và vị thế của nước ta trên trường quốc tế.

Đây là kết quả của một quá trình nỗ lực phối hợp, hợp tác trong công tác xây dựng và bảo vệ hồ sơ của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao, các cơ quan liên quan, các chuyên gia của Việt Nam, UNESCO và đặc biệt của hai địa phương là Hà Tĩnh và Nghệ An. Việc UNESCO vinh danh Dân ca Ví, Giặm Nghệ Tĩnh cho thấy thế giới đánh giá cao loại hình nghệ thuật biểu diễn đặc sắc này của Việt Nam, góp phần quảng bá tích cực và hữu hiệu hình ảnh đất nước, con người, văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế. Đồng thời đây là một sự đóng góp quý báu của Việt Nam vào kho tàng di sản của Nhân loại.

Công tác chuẩn bị các hồ sơ để trình bày, giới thiệu và vận động tích cực để UNESCO cùng các quốc gia thành viên UNESCO công nhận các danh hiệu là những yếu tố không thể thiếu để góp phần nâng tầm và vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế, tăng sức lôi cuốn của Việt Nam đối với khách du lịch và doanh nhân các nước, thúc đẩy phát triển du lịch, kinh tế - xã hội và phát triển bền vững ở trong nước. Sự công nhận quốc tế đó còn có ý nghĩa thiết thực góp phần bảo tồn, gìn giữ và phát huy sự đa dạng, phong phú của nền văn hóa Việt Nam. Năm 2011, Di tích Thành Nhà Hồ (Thanh Hóa) được UNESCO công nhận là Di sản Văn hóa và Thiên nhiên Thế giới. Trong năm 2014, người dân Ninh Bình nói riêng và người dân Việt Nam nói chung đều vui mừng khi quần thể danh thắng Tràng An được đưa vào Danh mục Di sản Văn hóa và Thiên nhiên Thế giới. Trong năm 2016, sau một tháng làm việc liên tục tại ba địa danh là những di sản thế giới tại Việt Nam: Quần thể danh thắng Tràng An (Ninh Bình), Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh) và Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng (Quảng Bình), đoàn làm phim bom tấn của Hollywood - “Kong: Skull Island” đã đưa những cảnh đẹp, những hình ảnh hùng vĩ của đất nước Việt Nam lên màn ảnh nhỏ. Đây chính là cơ hội lớn để quảng bá

rộng rãi những hình ảnh đẹp của non nước Việt Nam, quảng bá hình ảnh về 3 di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới thông qua một bộ phim được phát hành trên toàn thế giới.

Từ năm 2011 đến năm 2016, Việt Nam đã được UNESCO công nhận 6 di sản văn hóa phi vật thể, bao gồm: hát Xoan (2011); tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương ở Phú Thọ (2012); đờn ca tài tử Nam Bộ (2013); dân ca Ví, Giặm Nghệ Tĩnh (2014); nghi lễ và trò chơi kéo co (2015); thực hành tín ngưỡng Thờ Mẫu Tam phủ của người Việt (2016). Đối với di sản tư liệu, Bia đá các khoa thi tiến sĩ triều Lê - Mạc (1442 - 1779) đã được đưa vào Danh mục Di sản Tư liệu thế giới. Lần lượt vào năm 2012 và năm 2014, Mộc bản chùa Vĩnh Nghiêm (Bắc Giang) và Châu bản triều Nguyễn đã được UNESCO công nhận là Di sản Tư liệu thuộc Chương trình Ký ức Thế giới khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Mới đây nhất, vào tháng 5/2016, “Thơ văn trên kiến trúc cung đình Huế” và “Mộc bản trường học Phúc Giang” (huyện Can Lộc, tỉnh Hà Tĩnh) cũng được công nhận là Di sản Tư liệu Thế giới. Vậy là tính đến nay, Việt Nam đã có 8 di sản thế giới tại Việt Nam, 11 di sản văn hóa phi vật thể, 6 di sản tư liệu và 9 khu dự trữ sinh quyển thế giới tại Việt Nam. Năm 2016 cũng là lần đầu tiên đại diện của Việt Nam, Phó Giáo sư, Tiến sĩ, Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu văn hoá nghệ thuật Việt Nam Nguyễn Thị Hiền đã vượt qua 2 ứng cử viên khác trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương để trở thành người Việt Nam đầu tiên được bầu vào Ban Tư vấn Di sản Văn hoá phi vật thể của UNESCO [37]. Đây là cơ hội khẳng định mạnh mẽ thông điệp Việt Nam mong muốn đóng góp một cách có trách nhiệm vào việc chung của thế giới, đồng thời giới thiệu năng lực, phẩm chất của con người Việt Nam. Đây cũng là dịp để Việt Nam thúc đẩy và làm sâu sắc thêm quan hệ song phương với một số quốc gia khác.

3.3.5.2. Tổ chức EU

Quan hệ Việt Nam - EU giai đoạn từ năm 2011 đến năm 2016 tiếp tục

được thúc đẩy trên nhiều mặt. Hai bên đã chính thức ký Hiệp định Đối tác và Hợp tác Toàn diện (PCA) và chính thức khởi động đàm phán Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU. Quan hệ hợp tác nhiều mặt giữa Việt Nam và các đối tác hàng đầu trong EU như Anh, Pháp, Đức, và đặc biệt là Italia đều được đẩy mạnh. Italia đã chính thức công nhận quy chế kinh tế thị trường của Việt Nam. Năm 2010, Việt Nam và EU đã ký tắt Hiệp định đối tác và hợp tác toàn diện (PCA) Việt Nam và EU. Năm 2012, Hiệp định này được ký chính thức, thay thế Hiệp định khung về hợp tác năm 1995. PCA ghi một dấu mốc mới, “một bước nhảy vọt về chất trong quan hệ đối tác song phương” ngày càng sâu rộng giữa Việt Nam - EU, bởi nó bao gồm rất nhiều lĩnh vực, từ quyền con người, môi trường và biến đổi khí hậu, khoa học và công nghệ, giao thông vận tải, du lịch, năng lượng, đến giáo dục và văn hóa,... PCA tạo cơ sở pháp lý để đẩy mạnh quan hệ hợp tác đối tác bình đẳng, lâu dài, ổn định và hợp tác toàn diện giữa Việt Nam và EU.

EU tiếp tục là nhà cung cấp viện trợ không hoàn lại lớn nhất của Việt Nam và đứng thứ hai trong cung cấp nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA). Thông qua các kế hoạch chiến lược hợp tác song phương, nguồn ODA của EU dành cho Việt Nam, chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực, như phát triển nông thôn, phát triển nguồn nhân lực, y tế, giáo dục, hỗ trợ kỹ thuật, cải cách hành chính, tư pháp, ngân hàng, tài chính và hội nhập kinh tế quốc tế. Các chương trình hợp tác phát triển giúp Việt Nam thúc đẩy cải cách toàn diện và phát triển bền vững, góp phần tích cực vào quá trình phát triển kinh tế - xã hội và trong quá trình đạt các Mục tiêu Phát triển thiên niên kỷ (MDGs). Về hợp tác chuyên ngành, quan hệ hai bên đã mở rộng sang nhiều lĩnh vực, như văn hóa, giáo dục - đào tạo, biến đổi khí hậu, khoa học - công nghệ, an ninh - quốc phòng... Đó là những dẫn chứng cho thấy quan hệ đối tác và hợp tác toàn diện Việt Nam - EU ngày càng đi vào thực chất và hiệu quả.

Trong giai đoạn từ năm 2011 đến năm 2016, các Chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài vẫn được tổ chức ở nhiều nước châu Âu tiêu biểu như

Đức, Pháp... Qua các hoạt động đó, những sản vật mang đậm văn hóa Việt đã được nhân dân châu Âu, EU biết đến.

Tuần văn hóa Việt Nam tại Pháp do Trung tâm văn hóa Việt Nam tại Pháp tổ chức với sự phối hợp của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch với hàng loạt các hoạt động như biểu diễn nhạc dân tộc, võ cổ truyền, chiếu phim Việt Nam... Qua đó văn hóa Việt Nam đã được giới thiệu đến nhân dân Pháp. Bên cạnh đó, các hoạt động giới thiệu sản phẩm kinh doanh bên lề cũng thu hút được sự quan tâm của người Pháp. Trong sự kiện “Tuần Văn hóa Việt Nam tại Đức” (2011), cùng với các hoạt động văn hóa còn diễn ra việc giới thiệu hình ảnh tại gian hàng của tổng cục trong sự kiện, gặp gỡ giữa doanh nghiệp Việt Nam - Đức và gặp doanh nghiệp Việt kiều Đức, Hội thảo chuyên ngành Thủy sản, Chè, Cà phê, bất động sản... tại Berlin và một số Thành phố khác.

Từ năm 2001, Việt Nam liên tục tham gia Liên hoan bia Quốc tế tổ chức vào tháng 8 hàng năm tại Berlin góp phần quan trọng, tích cực cho việc Quảng bá hình ảnh Việt Nam, Thương hiệu bia Việt Nam, Văn hóa Nghệ thuật Việt Nam với thế giới nói chung, với Đức và các nước EU khác nói riêng. Đây cũng là ngày hội lớn cho cộng đồng người Việt và bạn bè nước ngoài tại Cộng hòa liên bang Đức, góp phần tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau, giao lưu văn hóa và thương mại. Trong tuần văn hóa Việt Nam được tổ chức tại các quốc gia trên, còn có Hội chợ liên quan đến không chỉ sản phẩm công, nông nghiệp... Thông qua ngoại giao văn hóa, văn hóa Việt Nam đã nâng cao vị thế ngoại giao và qua hoạt động chính trị ngoại giao đã nâng cao hình ảnh văn hóa dân tộc, hai hoạt động gắn kết với nhau, nâng cao nhau, tạo cho Việt Nam có vị thế vững chắc cả về ngoại giao và văn hóa.

Cùng với việc tiếp tục vận động UNESCO công nhận các di sản thế giới, Việt Nam cũng thực hiện ngoại giao văn hóa thông qua một số kênh hợp tác quốc tế khác như Tổ chức Pháp ngữ. Quan hệ Việt Nam - Pháp từ trước đến nay được đánh giá là có thế mạnh về văn hóa, giáo dục và hiện đây vẫn là

một ưu tiên trong quan hệ hai nước. Hàng năm, Pháp duy trì ngân sách hợp tác văn hóa, khoa học, kỹ thuật dành cho Việt Nam trị giá khoảng 10 triệu euro. Thông qua các cuộc họp hai năm một lần của Ủy ban hỗn hợp về hợp tác văn hóa - khoa học kỹ thuật Việt - Pháp, hợp tác trong lĩnh vực này càng ngày càng phát triển. Hai bên đã thành lập Trung tâm trao đổi văn hóa với Pháp. Năm 2013 là năm triển khai việc thực hiện thỏa thuận giữa Việt Nam với OIF về việc đào tạo tiếng Pháp cho cán bộ công chức và cán bộ Ngoại giao cao cấp làm việc trong các tổ chức quốc tế tại Việt Nam. Thỏa thuận này được ký kết trong khuôn khổ Hội nghị Thượng đỉnh Pháp ngữ lần thứ 14 tại Cộng hòa Dân chủ Công-gô vào tháng 10 năm 2012. Tổ chức Pháp ngữ và Việt Nam đang trao đổi để tiến tới việc thành lập một Viện nghiên cứu và Giảng dạy Pháp ngữ và Châu Phi tại Việt Nam. Viện này được lập ra sẽ tạo nên một bước phát triển mới trong quan hệ giữa Việt Nam và tổ chức Pháp ngữ, đồng thời khẳng định vị trí và sự quan tâm của Việt Nam tại tổ chức này. Năm 2013, Việt Nam là Chủ tịch của Ủy ban Chương trình và Hợp tác, có vai trò không nhỏ trong việc xác định cơ sở và các ý tưởng lớn cho quá trình soạn thảo khung chiến lược trung hạn trong 8 năm tiếp theo của Tổ chức Pháp ngữ và chương trình hoạt động trong 4 năm tiếp theo của tổ chức này.

3.3.5.3. Tổ chức ASEAN

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, trong giai đoạn này 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. Mục tiêu của Việt Nam tiếp tục là đối tác tin cậy, chủ động tham gia vào các hoạt động hợp tác của ASEAN cũng như 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 phồn vinh nói chung và Cộng đồng Văn hóa - Xã hội ASEAN nói chung. 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 các hành động sai trái của Trung Quốc tại biển Đông, 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 hóa - Xã hội ASEAN là: “xây dựng một cộng đồng các nước chung sống hòa thuận, đoàn kết và sẻ chia. 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”.

Trong giai đoạn này, 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). Nội dung hoạt động chủ yếu của Ủy ban này có thể kể đến như các tác phẩm văn hóa, 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, 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 hoạt động 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 nghị chuyên đề... nên đã góp phần thúc đẩy hợp tác về văn hóa 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 hòa 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 bản sắc dân tộc”.

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 như: “Liên hoan nghệ thuật ASEAN” tại Việt Nam (2014), “Chương trình Đại đoàn kết ASEAN” tại Việt Nam năm 2014, “Liên hoan nghệ thuật truyền thống ASEAN” tại Việt Nam (2015)... Các hoạt động giao lưu văn hóa này không chỉ 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. 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 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 chú ý của cộng đồng quốc tế. Trong giai đoạn này cũng như trong định hướng lâu dài, hoạt động ngoại giao văn hóa đa phương nói chung và với ASEAN nói riêng sẽ 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 lĩnh vực nghệ thuật nghe nhìn và biểu diễn.

Tiểu kết Chương 3

Đến năm 2016, tròn 30 năm đổi mới đất nước bước vào giai đoạn phát triển, thế và lực đất nước được nâng cao trên trường quốc tế. Trong xu thế của thế giới, Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng, toàn diện thì ngoại giao văn

hóa ngày càng có vai trò quan trọng về quảng bá về đất nước, con người Việt Nam đến bạn bè quốc tế.

Giai đoạn 2011-2016 là giai đoạn Đảng Cộng sản Việt Nam đã có đường lối chủ trương về ngoại giao văn hóa được ngày càng bổ sung hoàn thiện qua hai Đại hội của Đảng (Đại hội lần thứ XI (2011) và Đại hội lần thứ XII (2016), xây dựng và ban hành Chiến lược Ngoại giao văn hóa năm 2020, Chiến lược Văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn 2030. Đây là hai văn bản định hình cho ngoại giao văn hóa Việt Nam trong thời kỳ mới. Chiến lược này nhấn mạnh sự cần thiết phải tăng cường tích cực hội nhập về quốc tế trong lĩnh vực văn hóa để thúc đẩy các giá trị văn hóa Việt Nam trên thế giới dựa trên tinh hoa văn hóa của con người để phát triển văn hóa Việt Nam một cách toàn diện nâng cao vị thế quốc tế và bảo vệ quốc gia. Nhiệm vụ trọng tâm là đến năm 2020 phát triển các mô hình và đa dạng các hoạt động, đồng thời nâng cao hiệu quả của các hoạt động ngoại giao văn hóa.

Giai đoạn 2011-2016, Đảng Cộng sản Việt Nam đã có sự phát triển trong tư duy lý luận, đã đề ra chủ trương về ngoại giao văn hóa phù hợp thực tiễn, tình hình trong nước và quốc tế. Dưới sự chỉ đạo của Đảng, ngoại giao văn hóa giai đoạn 2011-2016 đạt thành tựu quan trọng là cơ sở để Đảng, Nhà nước và nhân dân tiếp tục xây dựng, hoàn thiện chủ trương, cơ chế, chính sách ngoại giao văn hóa ở các giai đoạn sau. Tuy nhiên, để thực hiện thành công đường lối của Đảng còn phụ thuộc nhiều các yếu tố bên trong và bên ngoài, do vậy những kết quả của ngoại giao văn hóa giai đoạn 2011-2016 bên cạnh thành tựu vẫn những hạn chế, bất cập.

Chương 4

NHẬN XÉT VÀ KINH NGHIỆM

4.1. MỘT SỐ NHẬN XÉT

4.1.1. Ưu điểm

Thứ nhất, Đảng Cộng sản Việt Nam nhận thức đúng vị trí, vai trò của ngoại giao văn hóa, đề ra chủ trương chính sách phù hợp với tình hình mới

Trong giai đoạn 2006-2016, ngoại giao văn hóa có nhiều điều kiện thuận lợi để vươn lên như giai đoạn hiện nay. Bối cảnh quốc tế hòa bình, ổn định với xu thế tất yếu của giao lưu văn hóa là cơ sở khiến việc tăng cường áp dụng ngoại giao văn hóa trở thành nhu cầu tất yếu. Về nội tại, với vị thế đất nước ngày càng được nâng cao và có một nền văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc, nhiều di sản văn hóa vật thể và phi vật thể nổi tiếng. Đặc biệt, ngoại giao văn hóa được các cấp lãnh đạo quan tâm và quyết tâm đẩy mạnh. Đó là những nền tảng để ngoại giao văn hóa giai đoạn 2006-2016 phát triển, có nhiều đóng góp vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ đất nước cũng như đóng góp một phần vào việc bảo vệ và duy trì hòa bình của toàn nhân loại.

Đây là giai đoạn đánh dấu sự phát triển vượt bậc trong tư duy của Đảng Cộng sản Việt Nam khi ngày càng nhận thức rõ vai trò và tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa, đặt ngang hàng cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế trong tổng thể chiến lược đối ngoại Việt Nam khi cụm từ ngoại giao văn hóa lần đầu tiên được nhắc đến trong Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng Cộng sản Việt Nam (2006) và ngoại giao văn hóa chính thức trở thành một trong ba trụ cột chính của ngoại giao toàn diện Việt Nam tại Hội nghị lần thứ 25 của Bộ Ngoại giao (2006). 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. Đến Đại hội lần thứ XI của Đảng Cộng sản Việt Nam, ngoại giao văn hóa đã chính thức được ghi

nhận trong Văn kiện của Đảng. Đây chính là những văn bản pháp lý quan trọng, góp phần nâng cao nhận thức về ngoại giao văn hóa, xác định rõ không chỉ vị trí vai trò, mà sâu sắc hơn là mục tiêu, nhiệm vụ và các giải pháp chủ yếu để phát triển chính sách ngoại giao văn hóa sát với thực tiễn đặt ra.

Có thể nói, ngoại giao văn hóa đóng vai trò hết sức quan trọng trong tổng thể chính sách đối ngoại nói chung và ngoại giao Việt Nam nói riêng. Ngoại giao văn hóa 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 như ngoại giao kinh tế và ngoại giao chính trị, tạo thành một chỉnh thể chính sách đối ngoại, phát huy tốt nhất sức mạnh của dân tộc và kết hợp hiệu quả với sức mạnh thời đại. Trong giai đoạn này, ngoại giao văn hóa đã trở thành một trụ cột hữu hiệu của ngoại giao Việt Nam hiện đại. Ba trụ cột của ngoại giao Việt Nam bao gồm ngoại giao văn hóa, ngoại giao chính trị, ngoại giao kinh tế gắn bó với nhau trong mối quan hệ hữu cơ chặt chẽ, bổ sung và hỗ trợ cho nhau, tạo thành một chỉnh thể chính sách đối ngoại góp phần to lớn trong phát huy tốt sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại.

Thứ hai, công tác chỉ đạo ngoại giao văn hóa bảo đảm có trọng tâm, trọng điểm, phù hợp với từng thời điểm cụ thể

Để thúc đẩy sự phát triển của Ngoại giao văn hóa, trong quá trình chỉ đạo thực hiện, Đảng đã kịp thời bổ sung những chủ trương, chính sách mới, cụ thể về công tác ngoại giao văn hóa phê chuẩn nhằm tạo ra môi trường thuận lợi hơn cho các Bộ, Ban, Ngành... cùng tham gia các hoạt động ngoại giao văn hóa trong và ngoài nước. Ví dụ như để thực hiện Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020, Bộ trưởng Bộ Ngoại giao đã ký Quyết định số 777/QĐ-BNG ngày 2/4/2013 ban hành “Kế hoạch hành động của Bộ Ngoại giao triển khai chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020,” nêu cụ thể các yêu cầu, nội dung công việc của các đơn vị trong Bộ Ngoại giao và các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài, tích cực phục vụ chủ trương “chủ động và tích cực hội

nhập quốc tế”. Nhiều Bộ, ngành, địa phương đã xây dựng kế hoạch hành động để thực hiện Chiến lược.

Đặc biệt *Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020* và *Chiến lược Văn hóa đối ngoại Việt Nam đến năm 2020 và 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 hóa để thúc đẩy các giá trị văn hóa Việt Nam trên thế giới dựa trên tinh hoa của văn hóa 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 hóa Việt Nam thông qua các hoạt động của văn hóa truyền thống như Ngày văn hóa, Tuần văn hóa Việt Nam, lễ hội văn hóa và du lịch nước ngoài, các chương trình, các sự kiện nghệ thuật. 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 đưa lại. Ngoại giao văn hóa nhận được sự quan tâm và tham gia của toàn xã hội. Có thể nói đây là cú huých cho hoạt động ngoại giao văn hóa Việt Nam thay đổi cả chất 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 chủ động hơn.

Chính nhờ đường lối đúng đắn, sự chỉ đạo sát sao của lãnh đạo Đảng và Nhà nước, nội dung văn hóa được đưa vào nhiều đề án hoạt động đối ngoại. Sự phối hợp ngày càng chặt chẽ hơn giữa các Ban, Bộ, Ngành cũng là một trong những đóng góp quan trọng vào sự thành công của công tác ngoại giao văn hóa.

Thứ ba, hoạt động ngoại giao văn hóa đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng

Dưới sự chỉ đạo sát sao của Đảng, sự phối hợp giữa các bộ, ban, ngành và địa phương liên quan, cùng với sự tập trung đầu tư các nguồn lực để phát triển ngoại giao văn hóa, từ năm 2006 đến năm 2016 nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa đã được triển khai đồng bộ cả ở trong và ngoài nước. Các hoạt động này đa dạng, phong phú về hình thức và đạt được nhiều thành tựu, trên một số nội dung cơ bản sau.

Một là, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, xây dựng thông điệp và thương hiệu quốc gia, nâng cao uy tín Việt Nam trên trường quốc tế

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. Đồng thời, khái niệm ngoại giao văn hóa đã trở nên phổ biến, gần gũi với từng người dân, mọi tầng lớp trong xã hội.

Các hoạt động ngoại giao văn hóa như giao lưu văn hóa nghệ thuật quốc tế trong và ngoài nước, đăng cai tổ chức những sự kiện văn hóa quốc tế, chương trình *Ngày Việt Nam* ở nước ngoài... được chú trọng trong những năm qua, góp phần to lớn vào việc quảng bá hình ảnh đất nước ra bạn bè quốc tế, chiếm được tình cảm yêu mến của các nước và tạo một vị thế mới cho Việt Nam. Đặc biệt, những thành tựu của công cuộc đổi mới và phát triển đất nước như: môi trường chính trị ổn định, hòa bình, người dân thân thiện và hiếu khách, nhiều danh lam thắng cảnh, di sản văn hóa, lễ hội truyền thống đặc sắc... là những hình ảnh thường xuyên được thông tin, tuyên truyền, quảng bá đã thu hút được sự quan tâm của nhiều nước trên thế giới.

Chương trình *Tuần văn hóa Việt Nam, Ngày Việt Nam* và *Trại hè Việt Nam* ở nước ngoài được tổ chức hàng năm tại nhiều quốc gia trên thế giới đã góp

phần tích cực trong việc quảng bá, giới thiệu hình ảnh về đất nước, con người và văn hóa Việt Nam. Chương trình *Ngày Việt Nam* là tổng hợp các hoạt động về chính trị, ngoại giao, kinh tế, văn hóa. Bản sắc văn hóa Việt Nam được giới thiệu thông qua các hoạt động trưng bày, triển lãm văn hóa phẩm, tác phẩm nghệ thuật, biểu diễn nghệ thuật, chiếu phim, hội thảo, tọa đàm, âm thực... Trong đó, âm thực Việt Nam với các món ăn nổi tiếng lâu đời với kỹ thuật chế biến tinh xảo và câu kỳ bằng nhiều nguyên liệu nổi tiếng của từng vùng miền trong cả nước là một trong những thế mạnh để Việt Nam khai thác nhằm quảng bá hình ảnh đất nước thông qua ngoại giao văn hóa.

Những hoạt động ngoại giao văn hóa trong giai đoạn này 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 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.

Thông điệp quốc gia hay thương hiệu địa phương thường được gắn với hình ảnh du lịch quốc gia. Qua những chương trình, hoạt động cụ thể, ngoại giao văn hóa chuyển tải tới bạn bè quốc tế hình ảnh về một đất nước Việt Nam yêu chuộng hòa bình, thân thiện, cởi mở, một dân tộc Việt Nam anh dũng, bất khuất, nhân văn, một lịch sử hào hùng, một nền văn hóa đậm đà bản sắc, một quốc gia có nhiều di sản văn hóa, thiên nhiên, nhiều phong cảnh đẹp...

Hai là, hỗ trợ, hợp tác với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế

Bằng chính các hoạt động của mình, ngoại giao văn hóa giai đoạn này đã chứng minh rõ nét vai trò quan trọng trong mối quan hệ tương hỗ với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế.

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 cũng góp vào nền tảng 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 hóa 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.

Ngoại giao văn hóa bước đầu gắn kết với ngoại giao chính trị, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước con người, văn hóa Việt Nam và tăng cường hiểu biết giữa của bạn bè quốc tế, tạo dựng lòng tin cho việc xây dựng mối quan hệ hữu nghị lâu dài. Trong các chuyến thăm của lãnh đạo cấp cao các nước đến Việt Nam cũng như của Việt Nam đến các nước thì các sự kiện văn hóa đều được lồng ghép tổ chức, mở đường cho các hợp tác trên nhiều lĩnh vực. Đặc biệt, những thành tựu của công cuộc đổi mới đưa đến hình ảnh một đất nước hòa bình ổn định, con người thân thiện, mến khách, cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ; nền văn hóa của đất nước có lịch sử hàng ngàn năm văn hiến với nhiều di sản văn hóa dân tộc, lễ hội truyền thống đặc sắc,... là những hình ảnh thường xuyên được thông tin, tuyên truyền, quảng bá, thu hút sự quan tâm của nhiều nước trong khu vực cũng như trên thế giới.

Với vai trò Chủ tịch ASEAN 2010 của Việt Nam đã được phát huy trong việc tổ chức nhiều hoạt động quảng bá, không chỉ tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa các nước thành viên ASEAN, mà còn giới thiệu hình ảnh Việt

Nam với thế giới. Trên cương vị thành viên Hội đồng chấp hành UNESCO (2009 - 2013), Việt Nam đã góp phần quan trọng vào việc ký kết Hiệp định hợp tác khung giữa ASEAN và UNESCO. Năm 2013, Việt Nam là một trong 22 nước ứng cử và được bầu vào Ủy ban Liên chính phủ Công ước 1972 (nhiệm kỳ 2013 - 2017). Ngoài ra, Tuần văn hóa Việt Nam, Ngày văn hóa Việt Nam,... ở nhiều quốc gia đã trở thành hoạt động ngoại giao văn hóa quan trọng của Việt Nam ra thế giới.

Ngoại giao văn hóa trong ngoại giao đa phương ngày càng được thể hiện rõ thông qua việc điều phối các hoạt động ngày càng chủ động và tích cực của Việt Nam trên các tổ chức, diễn đàn đa phương nói chung như Liên Hợp Quốc, ASEAN, APEC, ASEM, Diễn đàn Đông Á - Mỹ Latinh FEALAC, Tổ chức Pháp ngữ... và các tổ chức, diễn đàn về văn hóa nói riêng như UNESCO, Liên minh các nền văn minh...

Vai trò của Việt Nam ở các diễn đàn này không chỉ dừng lại ở sự tham dự và hoàn thành “tròn vai” mà còn là những đóng góp thực chất về mặt ý tưởng, kinh nghiệm thông qua việc đưa ra các sáng kiến, xây dựng, điều chỉnh các “luật chơi”, đóng góp vào các Công ước, dự thảo văn kiện quan trọng..., được các nước ủng hộ và đánh giá cao. Trong ASEAN, Việt Nam đã tích cực đóng góp vào quá trình xây dựng và hình thành Cộng đồng Văn hóa-Xã hội ASEAN bằng việc học hỏi kinh nghiệm từ Liên minh châu Âu; trong FEALAC, ta đã đưa ra sáng kiến thành lập “Mạng lưới các thành phố văn hóa của FEALAC”... Đặc biệt, tại diễn đàn UNESCO - tổ chức văn hóa lớn nhất hành tinh - ngoại giao văn hóa đã và đang phát huy vai trò của mình trong trong sự phối hợp chặt chẽ với các trụ cột ngoại giao khác trong khuôn khổ UNESCO.

Không chỉ trong các lĩnh vực văn hóa, giáo dục, khoa học và thông tin mà còn các vấn đề liên quan đến dân chủ nhân quyền, chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ và phát triển kinh tế, nhất là trong giai đoạn Việt Nam đang đảm

đương trọng trách là thành viên Ủy ban Di sản thế giới (2013-2017) và thành viên Hội đồng Chấp hành UNESCO (2015-2019). Nổi bật là việc Việt Nam đã sử dụng vị trí thành viên Ủy ban Di sản thế giới để góp phần tích cực giải tỏa căng thẳng giữa Nhật Bản và Hàn Quốc xung quanh hồ sơ của Nhật Bản trình UNESCO năm 2015 và hỗ trợ một số quốc gia như Australia, Singapore, Thái Lan trong các vấn đề bảo vệ di sản thế giới, nâng cao vị thế và tiếng nói của Việt Nam trên trường quốc tế, đồng thời tăng cường quan hệ của Việt Nam với các nước.

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 tạo nên 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. Trong 5 năm (2011-2016), việc tổ chức thành công nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa đa dạng về hình thức, phong phú về mặt nội dung như phối hợp tổ chức các lễ hội, sự kiện văn hóa lớn định kỳ và thường niên. Trong đó có thể liệt kê một số hoạt động tiêu biểu là: Lễ hội Trà quốc tế Thái Nguyên, Lễ hội Giỗ tổ Hùng Vương Phú Thọ; các lễ hội Festival ở Huế hay ở Bến Tre; Các Lễ hội Hoa diên ra Đà Lạt, Hà Giang; hay các lễ hội ẩm thực, các giải thể thao như 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... đã thực sự có sức hút, được sự tham gia tích cực của Ngoại giao đoàn và bạn bè quốc tế. Các hoạt động ngoại giao văn hóa trên đã đóng góp trực tiếp vào công tác giới thiệu, quảng bá, thu hút đầu tư, phát triển du lịch, mở rộng cơ hội hợp tác, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam ra các nước và nâng cao năng lực hội nhập quốc tế của các địa phương nói riêng và cả nước nói chung.

Hiệu quả hoạt động của ngoại giao văn hóa ở Việt Nam đối với kinh tế không còn là vô hình mà là hữu hình, hết sức cụ thể, đóng góp to lớn vào sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, đóng góp thiết thực vào sự phát triển kinh tế của các địa phương, đặc biệt là các địa phương sở hữu những di sản văn hóa. 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, thiết thực góp phần vào công tác xóa đói giảm nghèo. Qua đó, du lịch và đầu tư ngày càng được thúc đẩy, đóng góp vào sự phát triển kinh tế xã hội địa phương cũng như đất nước. Việc giới thiệu những di sản văn hóa ra bên ngoài đã thu hút sự quan tâm của các nước trên thế giới.

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 kinh tế và ngoại giao văn hóa.

Ba là, tiếp thu các giá trị nhân văn, khoa học tiên bộ và ngăn chặn cái xấu, phi văn hóa trong quá trình giao lưu để xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc

Nói đến ngoại giao văn hóa là nói đến hai chiều trao đổi, chi phối lẫn

nhau: Chiều thứ nhất, đưa các giá trị văn hóa Việt Nam đến với thế giới; chiều thứ hai, tiếp nhận các giá trị văn hóa tích cực của các dân tộc, quốc gia trên thế giới. Ngoại giao văn hóa là một bộ phận của hoạt động ngoại giao nhưng có quan hệ chặt chẽ, gắn bó hữu cơ, với toàn bộ các hoạt động kinh tế, văn hóa và đối ngoại của đất nước. Đảng, Nhà nước ta chủ trương chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa trên cơ sở sức mạnh tổng hợp của toàn hệ thống chính trị và toàn dân; đồng thời vừa hợp tác vừa đấu tranh để tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại và ngăn chặn những giá trị văn hóa độc hại, những biểu hiện văn hóa tiêu cực.

Nghị quyết số 33-NQ/TW, ngày 9/6/2014 của Hội nghị lần thứ 9, Ban Chấp hành Trung ương khóa XI “*Về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước*” đã chỉ ra một trong những nhiệm vụ trọng tâm là cả nước chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại. Nghị quyết chỉ rõ: “*Chủ động mở rộng hợp tác văn hóa với các nước, thực hiện đa dạng các hình thức văn hóa đối ngoại; đưa các quan hệ quốc tế về văn hóa đi vào chiều sâu, đạt hiệu quả thiết thực; tiếp nhận có chọn lọc tinh hoa văn hóa thế giới, làm phong phú thêm văn hóa dân tộc*” [66, tr.149].

Thông qua các hoạt động ngoại giao văn hóa, nền văn hóa Việt Nam ngày càng phát triển trở nên phong phú khi tiếp thu có chọn lọc các giá trị, tinh hoa văn hóa và tri thức của các nước trên thế giới từ đó góp phần nâng cao chất lượng đời sống tinh thần của nhân dân. Bên cạnh đó, thông qua các hoạt động ngoại giao đã chuyển tải nhiều ý tưởng và chương trình lớn của Liên hợp quốc và UNESCO vào các chương trình hành động quốc gia, như xây dựng xã hội học tập, xã hội thông tin, giáo dục cho mọi người,...

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, thực hiện chủ trương hội nhập quốc tế, ngoại giao văn hóa đã có đóng góp hết sức tích cực giúp đất nước tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa và tri thức của các nước trên thế giới, làm giàu cho văn hóa Việt.

Điều này được thể hiện qua sự đón nhận hết sức nhiệt tình của công chúng Việt Nam đối với các đoàn văn hóa, nghệ thuật của các nước vào Việt Nam như sự kiện Lễ hội hoa anh đào Nhật Bản (thường niên), Những ngày châu Âu tại Việt Nam, Liên hoan âm nhạc châu Âu tại Việt Nam, Những ngày văn hóa Nga tại Việt Nam, Năm Pháp tại Việt Nam, Ngày quốc tế Yoga Ấn Độ, đoàn Ballet danh tiếng Talarium Et Lux của Nga đến Việt Nam trình diễn vở “Hò Thiên Nga”, đoàn nghệ thuật tinh Vân Nam, Trung Quốc vào biểu diễn tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh nhân dịp kỷ niệm 65 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước...

Thêm vào đó, Ủy ban Quốc gia UNESCO của Việt Nam với Ban Thư ký thuộc Bộ Ngoại giao làm nòng cốt đã không ngừng đẩy mạnh và làm sâu sắc hơn các quan hệ hợp tác với tổ chức UNESCO, tổ chức được coi là “Tổ chức trí tuệ của thế giới”. Thông qua các mối quan hệ này chúng ta đã tận dụng được vai trò “Phòng thí nghiệm các ý tưởng” của UNESCO, tiếp thu các ý tưởng tiên tiến, các kiến thức và kinh nghiệm quý báu cũng như các sáng kiến trong lĩnh vực văn hóa, giáo dục, khoa học, thông tin, phục vụ đắc lực cho việc định hướng, xây dựng các chính sách lớn của quốc gia, các văn bản luật pháp. Chúng ta cũng đã chú trọng trao đổi, học tập kinh nghiệm của thế giới về lĩnh vực văn hóa, tổ chức một số Hội nghị, hội thảo cấp quốc gia, khu vực và quốc tế về lĩnh vực văn hóa và hợp tác văn hóa.

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 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 quê hương đất nước của người Việt Nam ở nước ngoài.

4.1.2. Về hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, trong giai đoạn 2006-2016, ngoại giao văn hóa vẫn còn một số tồn tại, bất cập. Trong đó đáng chú ý là một số nội dung sau:

Thứ nhất, công tác quảng bá hoạt động ngoại giao văn hóa còn chưa được chú trọng

Thời gian từ năm 2006 đến năm 2016, công tác quảng bá hình ảnh Việt Nam thông qua các hoạt động ngoại giao văn hóa đã được Đảng đề ra chủ trương và chỉ đạo thực hiện, có thời kỳ rất chú trọng đặt trọng tâm trong tổng thể chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước. Hàng loạt các sự kiện văn hóa lớn được tổ chức tại các nước đã thu hút sự quan tâm của người dân các nước sở tại. Tuy nhiên, công tác quảng bá hoạt động ngoại giao văn hóa còn chưa được chú trọng đúng với vị trí và tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa. So với một số nước trong khu vực, công tác quảng bá hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam vẫn còn những hạn chế nhất định, đầu tư chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của một quốc gia dân tộc có bề dày lịch sử văn hóa hàng nghìn năm.

Mặc dù chiến tranh đã lùi xa, hòa bình ổn định chính trị là lợi thế của Việt Nam trong nhiều thập niên qua, nhưng ở đâu đó trên thế giới vẫn quen với Việt Nam là một đất nước “anh hùng trong chiến đấu” nhưng đất nước vẫn trong tình trạng nghèo nàn, lạc hậu, mà chưa thực sự biết đến hình ảnh mới của một quốc gia đang đổi mới vươn lên mạnh mẽ từng ngày và là một điểm đến thân thiện, an toàn với nhiều chính sách cởi mở, thông thoáng đối với các nhà đầu tư. Trong khi đó, hành lang pháp lý về bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, những quy định trong hợp tác quốc tế ở lĩnh vực văn hóa vẫn chưa được hoàn thiện, biểu hiện trên thực tế là sự xuống cấp của một số công trình văn hóa hoặc việc tiếp thu tràn lan văn hóa ngoại. Một số công tác nhằm quảng bá, tuyên truyền hình ảnh đất nước còn chưa được triển khai thường xuyên, mạnh mẽ, sâu rộng và tiềm lực “xuất khẩu văn hóa Việt” ra nước ngoài vẫn còn hạn chế. Do vậy, mức độ ảnh hưởng của vị thế, sức mạnh quốc gia của Việt Nam đến với các nước chưa mang lại nhiều hiệu quả như kỳ vọng.

Trong hội nhập toàn cầu và giao lưu quốc tế, để bạn bè quốc tế có thể hiểu đúng về Việt Nam, phụ thuộc rất nhiều vào trình độ quảng bá văn hóa của Việt Nam. Làm sao để hình ảnh đất nước ta ngày càng lớn hơn trong mắt bạn bè quốc tế đòi hỏi sự nỗ lực không chỉ của riêng ngành Ngoại giao văn hóa mà còn là của cả cộng đồng.

Thứ hai, cơ chế quản lý, sự chỉ đạo chưa đồng bộ, thống nhất

Trước hết, có thể nhận định từ năm 2006 đến năm 2016, Việt Nam chưa có một chiến lược ngoại giao văn hóa tổng thể mang tính bền vững, chưa có kế hoạch cụ thể cho từng thời kỳ, từng địa bàn, từng khu vực theo một định hướng cụ thể của Đảng và Nhà nước. Có nhiều kế hoạch, hoạt động của ngoại giao văn hóa trong giai đoạn 2006-2016 còn mang tính tự phát, ngắn hạn, không theo định hướng tổng thể quốc gia và còn chưa được sự đầu tư, nghiên cứu đúng mức.

Mặt khác, đến năm 2016, Việt Nam chưa xây dựng được thương hiệu văn hóa quốc gia. Điều này khiến các hoạt động ngoại giao văn hóa Việt Nam còn lúng túng, tản mạn, sự phối hợp không phải lúc nào cũng thực sự chặt chẽ và hiệu quả giữa các bộ, ngành, địa phương, đoàn thể và doanh nghiệp trong quản lý và triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa. Cơ chế chỉ đạo và quản lý về ngoại giao văn hóa vẫn chưa thực sự thống nhất từ Trung ương đến các bộ, các ngành và các địa phương. Do đó, việc xác định nhiệm vụ của mỗi cơ quan, đặc biệt là sự phối hợp giữa các ban, ngành trong hoạt động ngoại giao văn hóa nhiều lúc còn chưa có hiệu quả dẫn đến tình trạng chồng chéo, tự phát, phân tán, thậm chí là đùn đẩy trách nhiệm lẫn nhau giữa các cơ quan trong ngoại giao văn hóa. 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 nước nhưng do cơ chế hợp tác không rõ ràng, hoạt động của cả hai bộ không hiệu quả dẫn đến sự chồng chéo và lãng phí. Sự phối hợp giữa các Bộ, Ngành, địa phương, giữa trong và ngoài nước (các cơ quan đại diện 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 chùng chéo tự phát, phân tán, thậm chí đùn đẩy trách nhiệm lẫn nhau trong các cơ quan hoạt động ngoại giao văn hóa.

Những chương trình của tuần văn hóa thường công kênh với rất nhiều đơn vị tham gia trong chương trình này bao gồm: Cục Hợp tác quốc tế chủ trì, phối hợp với Nhà hát 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 bảo 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 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 [206]. 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 cho công tác hậu cần.

Thứ ba, nguồn lực cho ngoại giao văn hóa còn hạn chế

Giai đoạn trước 2006, Đảng Cộng sản Việt Nam và Nhà nước Việt Nam hầu như chỉ tập trung vào hai lĩnh vực là ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, nên các cán bộ của Việt Nam thường chỉ trang bị kiến thức kỹ năng liên quan đến chính trị và kinh tế, mà chưa thực sự có ý thức về những kiến thức văn hóa. Rất đúng với ý kiến cho rằng: “Chỉ riêng trong hoạt động tại UNESCO, có những người rất giỏi về địa chất, am hiểu 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” [35].

Một thực tế cho thấy kỹ năng và trang bị kiến thức về văn hóa của cán bộ ngoại giao của Việt Nam giai đoạn này vẫn chưa thực sự đáp ứng hết được yêu cầu phát triển cũng như vị trí của ngoại giao văn hóa. Cũng chính vì đội

ngũ cán bộ còn hạn chế nên kết quả 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 Việt Nam 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 Việt Nam.

Bên cạnh đó, các đề xuất và xây dựng chiến lược đối với từng địa bàn, khu vực tại các nước sao cho phù hợp với từng khu vực sao cho phù hợp với thói quen, thị hiếu, phong tục tập quán của các 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 kinh phí cho lĩnh vực ngoại giao văn hóa còn hạn hẹp, đầu tư chưa đúng mức. Giai đoạn 2006-2016, nguồn lực chính cho ngoại giao văn hóa vẫn chủ yếu từ ngân sách Nhà nước, do vậy rất hạn hẹp. Việc xã hội hóa các hoạt động quảng bá, giới thiệu văn hóa Việt Nam ra nước ngoài còn rất khiêm tốn, hay nói cách khác việc đa dạng văn hóa các chủ thể tham gia thực hiện ngoại giao văn hóa còn hạn chế. Các cơ chế khuyến khích động viên để thu hút xã hội hóa từ khu vực doanh nghiệp phi nhà nước cho ngoại giao văn hóa cũng như việc xây dựng cơ chế, chế độ, chính sách khuyến khích xã hội hóa hoạt động ngoại giao văn hóa chưa theo kịp với thực tiễn.

Kinh phí của các hoạt động ngoại giao văn hóa trong giai đoạn này vẫn chủ yếu dựa vào nguồn kinh phí của Nhà nước. Mặc dù đã có những chính sách xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa nhằm kêu gọi sự tham gia của các doanh nghiệp nhưng những hoạt động mang tính ngoại giao văn hóa có sự tham gia của các doanh nghiệp theo định hướng đường lối của Đảng và chính sách Chính phủ, tiêu biểu như “Duyên dáng Việt Nam”, “Hoa hậu Hoàn vũ Việt Nam” hay xây dựng thương hiệu Cà phê Trung Nguyên... còn chưa phổ biến và liên tục.

Một số nguồn tài trợ chính của chương trình, dự án liên quan đến bảo tồn, giới thiệu quảng bá hay hợp tác song phương cơ liên quan đến văn hóa Việt Nam đã đi đến giai đoạn kết thúc. Điều này cũng đặt ra thách thức đặt ra đối với Việt Nam là làm thế nào duy trì và tiếp tục phát triển dựa trên nền tảng những kết quả đã đạt được.

Thứ tư, hoạt động ngoại giao văn hóa chưa tương xứng với tiềm năng

Trong thời gian này, các hoạt động ngoại giao văn hóa được đánh giá là có nhiều tiến bộ, nhưng sự tăng tiến đó nhìn chung chưa đáp ứng được yêu cầu đặt ra của đất nước. Các sản phẩm văn hóa ngoại giao còn hạn chế về chất lượng và số lượng, chúng ta đang dựa trên cái có sẵn ít sáng tạo. Dù biết rằng phải dựa vào cái mình có, lĩnh vực mình có ưu thế mà chưa quan tâm đến sở thích, thị hiếu của các nước trên thế giới.

Bên cạnh đó, các hoạt động ngoại giao văn hóa còn nặng nề về hình thức cứng nhắc, chưa xác định được mục đích, đối tượng của từng loại hình khán giả, của từng địa bàn khác nhau... 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 vẫn còn nhiều ý kiến trái chiều. Với tất cả sự đan xen hòa quyện của nền văn hóa trong quá khứ, hiện tại và tương lai, việc lựa chọn cho mình một đặc trưng riêng của văn hóa Việt Nam thể hiện bản sắc riêng của văn hóa nước nhà trong các hoạt động ngoại giao văn hóa cũng đặt ra một bài toán khó cần giải quyết.

Việt Nam cũng chưa tạo ra được nhiều hoạt động, nhiều chương trình mang tính đột phá nhằm thu hút sự quan tâm lớn của 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 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 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. thêm vào đó, nội dung các hoạt động còn đơn điệu, thiếu tính sáng tạo, trùng lặp và chưa thực sự sâu sắc, thiếu tính cạnh tranh trên trường quốc tế.

4.1.3. Nguyên nhân của ưu điểm và hạn chế

4.1.3.1. Nguyên nhân ưu điểm

Hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam giai đoạn 2006-2016 của Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu nhất là trong việc xây dựng, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam đến bạn bè thế giới. Có được những thành công này, trước hết:

Thứ nhất, nguyên nhân khách quan

Đó là do sự phát triển của công nghệ thông tin và các phương tiện truyền thông trong bối cảnh toàn cầu hóa đất nước hội nhập ngày càng sâu rộng thì vai trò của ngoại giao văn hóa vô cùng quan trọng trong việc mở đường cho các quốc gia xích lại gần nhau. Cho nên hầu như tất cả các nước trên thế giới trong đó có Việt Nam đã chú trọng đầu tư phát triển ngoại giao văn hóa hơn các giai đoạn trước.

Thứ hai, nguyên nhân chủ quan

Thành công của ngoại giao văn hóa Việt Nam trong giai đoạn này nhờ vào việc Đảng và Nhà nước đã nhận thức được tầm quan trọng của công tác ngoại giao văn hóa. Nhiều văn bản đã được ban hành nhằm vạch ra những kế hoạch, định hướng nhằm nâng cao hiệu quả, chất lượng của các hoạt động ngoại giao văn hóa. Công tác ngoại giao văn hóa từ năm 2006-2016 là những thành tựu quan trọng để đặt cơ sở, niềm tin cho những bước tiếp theo.

Công tác tuyên truyền cho các hoạt động văn hóa đã được triển khai

thực hiện tốt với nhiều tin bài có chất lượng, phản ánh trung thực và sinh động, quảng bá hình ảnh đất nước, giúp cho dư luận trong và ngoài nước hiểu hơn về quan hệ Việt Nam với các nước đối tác.

Bên cạnh đó, một trong những nguyên nhân rất quan trọng là Bộ Chính Trị, Ban Bí thư, và các cơ quan tham mưu trong ngành đối ngoại đã có những quyết định sáng suốt, chỉ đạo sâu sát, chặt chẽ, kịp thời.

4.1.3.2. Nguyên nhân hạn chế

Thứ nhất, về nguyên nhân khách quan:

Việc coi ngoại giao văn hóa là một trong ba trụ cột của ngoại giao là chủ trương tương đối mới, mới bước đầu triển khai nên còn nhiều bỡ ngỡ, phải vừa làm vừa rút kinh nghiệm. Hơn nữa đó mức độ tác động và ảnh hưởng của các hoạt động ngoại giao văn hóa cần nhiều thời gian để xác định nên rất khó đánh giá chính xác ngay thành công, thất bại, do đó khó đưa ra những điều chỉnh kịp thời. Bên cạnh đó, những hoạt động ngoại giao văn hóa ở Việt Nam còn gặp nhiều hạn chế là do Việt Nam vẫn còn thiếu một chiến lược quốc gia dài hạn về ngoại giao văn hóa, các chiến lược đã ban hành còn thiếu nhiều mảng. Điều đó cũng xuất phát từ việc Ngoại giao văn hóa là một lĩnh vực, khái niệm mới, nội hàm đang trong giai đoạn xác định, nhận thức về tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa chưa cao, chưa có một văn bản có tính định hướng chung của Đảng, Nhà nước làm cơ sở cho việc thống nhất nhận thức về nhiệm vụ, cơ chế phối hợp và triển khai các hoạt động giữa các Bộ, ngành, giữa Trung ương và địa phương. Đối với một số địa bàn nước ngoài, chúng ta gặp nhiều khó khăn trong việc triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa do sự cách biệt về vị trí địa lý, ngôn ngữ (đặc biệt tại các địa bàn ít sử dụng các ngôn ngữ quốc tế phổ thông). Ý thức của một bộ phận cộng đồng người Việt Nam làm việc, sinh sống ở nước ngoài còn chưa cao, gây nên những tác động không tốt đối với việc xây dựng, quảng bá hình ảnh Việt Nam ở nước ngoài. Hành động chống phá của các nhóm phản động cũng gây khó khăn cho các hoạt động của ngoại giao văn hóa.

Thứ hai, về nguyên nhân chủ quan:

Bước ngoặt trong nhận thức về tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa, xem ngoại giao văn hóa là trụ cột của ngoại giao, chưa thấu đáo đồng đều đối với tất cả, ở mọi lúc và mọi nơi. Nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa vẫn bị coi là hoạt động bên lề. Chưa có sự đầu tư thích đáng để khai thác các tác động bề sâu, lâu dài được tạo nên từ chiều văn hóa dân tộc.

Mặt khác, Việt Nam cũng chưa thật sự chú trọng việc đào tạo chuyên sâu đội ngũ cán bộ để có thể thực hiện triển khai công tác này, cũng như nghiên cứu và đánh giá tình hình thực tế của công tác để có thể rút ra những kinh nghiệm và định hướng trong tương lai. Đa phần cán bộ làm công tác ngoại giao văn hóa tại các cơ quan đại diện là cán bộ ngoại giao kiêm nhiệm, kiến thức chưa thật sự chuyên sâu về văn hóa, lại kiêm nhiệm nhiều công tác khác nên chưa có điều kiện để nghiên cứu thị hiếu cũng như đánh giá sự hiểu biết về văn hóa Việt Nam của nước sở tại để từ đó có những kiến nghị mang tính tham mưu, định hướng triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa phù hợp. Bên cạnh đó, cơ chế chỉ đạo và quản lý thống nhất về các hoạt động liên quan đến ngoại giao văn hóa từ trung ương đến các Bộ, ngành và các địa phương trong và ngoài nước chưa thật sự đồng bộ dẫn đến tình trạng nhiều hoạt động tự phát, phân tán, chồng chéo lẫn nhau. Nhiều kiến nghị, sáng kiến của cơ quan đại diện về các hoạt động ngoại giao văn hóa báo cáo về trong nước không được đáp ứng, phản hồi thích đáng dẫn đến nhiều hiệp định về giao lưu, hợp tác văn hóa đã được ký kết nhưng không được cụ thể hóa và một số cơ hội tài trợ về lĩnh vực văn hóa do đối tác đề xuất bị bỏ lỡ.

4.2. MỘT SỐ KINH NGHIỆM

4.2.1. Nâng cao nhận thức của toàn Đảng, toàn dân về ngoại giao văn hóa và không ngừng bổ sung, hoàn thiện đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước Việt Nam về ngoại giao văn hóa phù hợp thực tiễn

Trong thời kỳ đổi mới, đặc biệt giai đoạn 2006-2016, Đảng Cộng sản Việt Nam đã hoạch định đường lối, quan điểm và chú trọng bổ sung, phát

triển lý luận về ngoại giao văn hóa, bao gồm từ khái niệm, vị trí vai trò, nội hàm, mục tiêu, nhiệm vụ, phương hướng, giải pháp những nội dung cơ bản của ngoại giao văn hóa trong tổng thể nền ngoại giao tiến tiến mang đậm đà bản sắc dân tộc Việt Nam. Đồng thời Đảng cũng ban hành nhiều chủ trương và chỉ đạo sát sao nhằm gắn kết ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị, ngoại giao kinh tế và công tác về người Việt Nam ở nước ngoài nhằm tạo sức mạnh tổng hợp của công tác ngoại giao Việt Nam. Tạo nhận thức chung và đồng thuận trong lãnh đạo các cấp, các ngành, các địa phương, vùng miền về sự cần thiết và tầm quan trọng của công tác ngoại giao văn hóa; nhằm đưa công tác ngoại giao văn hóa trở thành một nhiệm vụ thường xuyên của mọi cơ quan từ Trung ương đến địa phương và của toàn xã hội. Chủ trương của Đảng Cộng sản Việt Nam giai đoạn 2006-2016 về phát triển ngoại giao văn hóa là kim chỉ nam định hướng cho công tác triển khai thực hiện các đề án, chính sách và các chương trình cụ thể ngoại giao văn hóa ở từng cấp độ. Trên cơ sở đó, các cấp ngành và người dân có suy nghĩ đúng đắn về vị trí vai trò, chức năng nhiệm vụ hoạt động ngoại giao văn hóa. Đây chính là cơ sở để ngoại giao văn hóa có được kết quả quan trọng.

Từ việc phân tích, xem xét những vấn đề then chốt, đột phá để thực hiện thành công *Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030* cũng như quá trình chỉ đạo thực hiện các hoạt động ngoại giao văn hóa từ năm 2006-2016, để đảm bảo đổi mới toàn diện và đồng bộ, Đảng phải sớm nhận thức hoàn thiện cơ chế, chính sách, xây dựng vững chắc các hành lang pháp lý cũng để tạo điều kiện thuận lợi cho công tác triển khai các hoạt động thực tế. Đồng thời đề ra chủ trương cho từng thời kỳ về ngoại giao văn hóa chính là cơ sở cho quá trình xây dựng chính sách, triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa một cách có hệ thống và chuyên môn hóa cao.

Ngoại giao văn hóa không phải là vấn đề riêng của Bộ Ngoại giao, ngành văn hóa, ngành du lịch, một vài địa phương mà là nhiệm vụ chung của

các tổ chức Đảng, cơ cấp cơ quan nhà nước từ trung ương đến địa phương, các doanh nghiệp cũng như toàn thể nhân dân Việt Nam và kiều bào ở nước ngoài dưới sự quản lý thống nhất của Nhà nước. Toàn Đảng, toàn dân, các cấp, các ngành nhận thức sâu sắc vai trò của công tác ngoại giao văn hóa nhằm phát 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. Đồng thời lồng ghép các hoạt động ngoại giao văn hóa vào các hoạt động chính trị chính thức của quốc gia qua đó giúp giảm sức căng hay tính nhạy cảm, cùng với đó, tầm vóc và hiệu quả của các chương trình văn hóa trong các hoạt động chung sẽ được nâng lên. Sự nhìn nhận đúng đắn về vai trò và tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa tạo nên nền tảng cần thiết để đẩy mạnh hoạt động ngoại giao văn hóa, đúng như Đảng đã nhận định là ngoại giao văn hóa chính là nền tảng tinh thần của hoạt động đối ngoại cùng với ngoại giao chính trị giữ vai trò định hướng, ngoại giao kinh tế là nền tảng vật chất.

Trong đổi mới, nâng cao nhận thức về vị trí vai trò của ngoại giao văn hóa, thì Đảng Cộng sản Việt Nam đã luôn quan tâm chỉ đạo xây dựng hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách về ngoại giao văn hóa một cách toàn diện, đồng bộ trên cơ sở phù hợp với pháp luật của Nhà nước và sự triển khai đường lối đối ngoại của Đảng; điều chỉnh, bổ sung chính sách ngoại giao văn hóa cho phù hợp với thực tiễn phát triển của đất nước và với cam kết quốc tế. Là đơn vị chủ trì trong các hoạt động ngoại giao văn hóa, thực hiện chủ trương của Đảng Cộng sản Việt Nam, Bộ Ngoại giao xây dựng và hoàn thiện các cơ chế phối hợp liên bộ, liên ngành để có thể xác định nội dung, phương hướng, phân công trách nhiệm, triển khai góp phần trong công tác ngoại giao văn hóa. Ngày 12/09/2008, một thỏa thuận giữa hai Bộ về triển khai ngoại giao văn hóa đã được ký kết, có thể coi đây là hình mẫu để xây dựng và tiếp tục hoàn thiện cơ

ché hợp tác giữa các Bộ, ngành. Ngoài ra, ngoại giao văn hóa còn đòi hỏi có sự phối hợp giữa Trung ương với địa phương, giữa địa phương với nhau, theo một chiến lược chung mà người chủ trì là Bộ Ngoại giao.

Bên cạnh đó, để hoàn thiện lý luận về ngoại giao văn hóa, Đảng Cộng sản Việt Nam đã luôn chú trọng công tác nghiên cứu chiến lược, dự báo những xu hướng phát triển của văn hóa và ngoại giao văn hóa trong khu vực và trên thế giới tác động đến Việt Nam, thông qua các hội thảo, hội nghị, tọa đàm, trao đổi cấp quốc gia, khu vực và quốc tế. Từ đó, điều chỉnh, bổ sung quan điểm, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam và xây dựng cơ chế, chính sách của Nhà nước liên quan đến ngoại giao văn hóa. Trong giai đoạn 2006-2016, Chính phủ Việt Nam đã ban hành “*Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*” nhưng tính đến năm 2016, Việt Nam vẫn chưa có một chiến lược cụ thể mang tầm vóc quốc gia về quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới, nghĩa là vẫn đang thiếu một cơ quan 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 hạn, tầm dài hạn trong thực hiện quyền lực mềm của văn hóa ở thời kỳ này. Tăng cường gắn công tác ngoại giao văn hóa với kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm; lồng ghép hoạt động ngoại giao văn hóa trong triển khai Chiến lược phát triển văn hóa, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam với mục tiêu tạo tính cộng hưởng trong mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương.

Trong 10 năm (2006 - 2016), thế giới có nhiều thay đổi trên các phương diện kinh tế, chính trị, khoa học kỹ thuật, văn hóa xã hội. Nhận thức được sự tác động của các nhân tố bên trong và bên ngoài đến chính sách ngoại giao văn hóa, Đảng Cộng sản Việt Nam không ngừng nghiên cứu, nắm bắt xu thế mới của ngoại giao văn hóa là việc gia tăng số lượng các khu vực, quốc gia và thành phố có chương trình ngoại giao văn hóa năng động. Tính chất

các chương trình ngoại giao văn hóa được thay đổi theo ảnh hưởng của mạng internet và sự tăng cường trao đổi, liên kết giữa người dân với người dân. Các nước tiến hành nhiều hoạt động hơn hoạt động quảng bá các ngành sáng tạo nghệ thuật và luôn nỗ lực trong việc đưa ra một hình ảnh tích cực của đất nước mình ra thế giới [106]. Do đó, chú trọng cả về nội dung chương trình đào tạo về ngoại giao văn hóa bám theo các chủ đề, với những mục đích sâu rộng theo hướng hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng [192] bắt kịp với xu thế của thời đại. Đây là những quan điểm cơ bản của Đảng về ngoại giao văn hóa được xây dựng, bổ sung và phát triển.

Cuối cùng, và có thể là điều có ý nghĩa quyết định nhất, đó là xây dựng đội ngũ cán bộ làm công tác ngoại giao văn hóa có đủ bản lĩnh chính trị, năng lực chuyên môn, phẩm chất đạo đức ngang tầm với yêu cầu và nhiệm vụ mới đúng như Chủ tịch Hồ Chí Minh đã từng dạy: “Cán bộ là cái gốc của mọi công việc”. Trong quá trình chỉ đạo thực hiện ngoại giao văn hóa của Việt Nam giai đoạn 2006-2016, Đảng có những chủ trương, biện pháp thích hợp đảm bảo tính chuyên nghiệp từ con người, tổ chức, phương thức, hình thức trên cơ sở cách làm phù hợp, linh hoạt, sáng tạo với từng quốc gia, từng địa bàn, khu vực trên thế giới. Đội ngũ cán bộ ngoại giao văn hóa từng bước được tiêu chuẩn hóa, vừa có phẩm chất chính trị tốt, nắm vững và vận dụng nhuần nhuyễn đường lối đối ngoại của Đảng; có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ và ngoại ngữ giỏi. Bên cạnh đó, tăng cường xây dựng những nhóm chuyên gia có trình độ học thuật cao trong các lĩnh vực văn hóa. Các cán bộ ngoại giao văn hóa phải thực hiện sứ mệnh là “những 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 mặt 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 thông điệp và hình ảnh Việt Nam đầy đủ hơn. Từ năm 2006 đến năm 2016, Đảng và các bộ, ngành quan tâm chỉ đạo

thực hiện từng bước công tác quy hoạch, tuyển chọn vào các chức danh phù hợp với vị trí việc làm cũng như tiêu chuẩn về kiến thức văn hóa dân tộc cũng như trên thế giới và năng lực quản lý.

Nâng cao nhận thức về ngoại giao văn hóa của toàn Đảng, của nhân dân, của các cấp, các ngành, công tác nghiên cứu học thuật và giáo dục phổ cập về ngoại giao văn hóa đóng vai trò quan trọng: *“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 đại sứ văn hóa của Việt Nam”* [214, tr.109]. Chú trọng xây dựng các kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ đủ năng lực để có thể vào làm việc tại các tổ chức quốc tế và khu vực, các cơ quan trọng tài, tư vấn quốc tế. Chú trọng đào tạo, xây dựng đội ngũ chuyên gia giỏi trên một số lĩnh vực trọng yếu. Xây dựng đội ngũ cán bộ theo hướng phổ cập và chuyên sâu là một chủ trương đúng đắn của Đảng Cộng sản Việt Nam nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển của ngoại giao văn hóa, cũng như tương xứng với vị trí, vai trò, tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa đối với ngoại giao Việt Nam.

4.2.2. Thực hiện trương xã hội hóa công tác ngoại giao văn hóa

Trong quá trình triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa, Đảng Cộng sản Việt Nam xác định rõ ngoài các nguồn kinh phí được bố trí từ ngân sách Nhà nước, các Quỹ Ngoại giao văn hóa do Bộ Ngoại giao quản lý theo các quy định của Nhà nước và trên cơ sở cân đối với các quỹ hiện có của Bộ Ngoại giao. 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. Chủ trương xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa nhất quán của Đảng Cộng sản Việt Nam được thể hiện qua việc xây dựng các cơ chế, chính sách khuyến khích sự tham gia của các tổ chức xã hội, doanh nghiệp (trong và ngoài nước) mở rộng các hoạt động đầu tư trong lĩnh vực hoạt động ngoại giao văn hóa.

Quán triệt quan điểm công tác ngoại giao văn hóa là trách nhiệm của toàn hệ thống chính trị và nhân dân, Đảng đã chỉ ra sự cần thiết của sự vào cuộc tích cực các ban ngành, đoàn thể, các tổ chức, doanh nghiệp và nhân dân trong công tác này. Để có thêm nguồn lực đầu tư cho các hoạt động ngoại giao văn hóa, phải đẩy mạnh công tác xã hội hóa nhằm đa dạng nguồn lực cho ngoại giao văn hóa, trong đó quan trọng nhất là tăng cường sự tham gia của các doanh nghiệp.

Quá trình chỉ đạo thực hiện chủ trương xã hội hóa của Đảng Cộng sản Việt Nam được cụ thể hóa những quy định rõ ràng về trách nhiệm, cũng như quyền lợi của các chủ thể doanh nghiệp khi tham gia vào các hoạt động ngoại giao văn hóa; các chính sách gắn trách nhiệm của doanh nghiệp với cộng đồng, gắn hoạt động của doanh nghiệp với các tiêu chuẩn khắt khe về môi trường, hỗ trợ cộng đồng trên nhiều phương diện như sử dụng công nghệ cao, sạch, thân thiện môi trường. Giúp các doanh nghiệp nâng cao ý thức và trách nhiệm của mình trong việc tham gia các hoạt động ngoại giao văn hóa [231, tr.10].

Từ chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước, các Bộ, Ban, ngành, đặc biệt là Bộ Ngoại giao đã có nhiều hình thức hỗ trợ, định hướng, chỉ đạo các doanh nghiệp... về ngoại giao văn hóa để có hiệu quả và tránh đi chệch đường lối của Đảng và Nhà nước. Kịp thời thành lập các quỹ khen thưởng, trao tặng các danh hiệu cho những doanh nghiệp có thành tựu xuất sắc trong lĩnh vực ngoại giao văn hóa. Đây là động lực thúc đẩy sự đóng góp nhiều hơn vào các hoạt động ngoại giao văn hóa.

Ngành ngoại giao phối hợp tốt với các ngành chức năng sử dụng có hiệu quả 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. Các địa phương cần có kế hoạch cụ thể để sử dụng hiệu quả một phần nguồn ngân sách địa phương cho các hoạt động ngoại giao văn hóa định kỳ và đột xuất tại địa phương; bên cạnh đó cần lồng ghép với tổ chức hoạt động lễ hội quốc gia ở địa phương và

xây dựng hồ sơ cho các danh hiệu quốc tế. Xây dựng các chương trình sử dụng quỹ nhằm tạo điều kiện cho các văn nghệ sỹ, học giả, nhà văn hóa, nhà báo... Thực hiện có hiệu quả chủ trương xã hội hóa hoạt động ngoại giao văn hóa đã góp phần giảm tải cho ngân sách Nhà nước vừa phát huy vai trò của các cá nhân, doanh nghiệp trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước.

4.2.3. Phát huy tinh thần chủ động, sáng tạo của các bộ ngành, địa phương và toàn dân trong quán triệt và vận dụng đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước về ngoại giao văn hóa

Bám sát chủ trương, đường lối của Đảng, việc đẩy mạnh các hoạt động ngoại giao văn hóa tại nước ngoài, đặc biệt tại các địa bàn, trọng tâm là các nước lớn, các nước láng giềng và các nước ASEAN nhằm tranh thủ các điều kiện hợp tác trên các lĩnh vực kinh tế, chính trị và xã hội, được các bộ ngành, nhiều địa phương chú trọng. Tăng cường hợp tác trên lĩnh vực ngoại giao văn hóa tại các diễn đàn song phương và đa phương như UNESCO, ASEAN, ASEM, EAS, Tổ chức Pháp ngữ, Liên Hợp quốc... góp phần quảng bá hình ảnh Việt Nam với các nước, làm cho các mối quan hệ này sâu sắc, ổn định và bền vững là một trong những mục tiêu chính của ngoại giao văn hóa.

Trong chỉ đạo công tác ngoại giao văn hóa, để đẩy mạnh các hoạt động ngoại giao ở nước ngoài, 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. Đồng thời, các nhà nghiên cứu cũng tư vấn 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 các hoạt động ngoại giao văn hóa.

Việc xây dựng được những sản phẩm văn hóa chất lượng, có sức lan

tỏa và tính quốc tế đã tạo ra cho các hoạt động ngoại giao văn hóa bộ công cụ đắc lực. Bên cạnh đó, công tác xuất bản và phổ biến ra nước ngoài các tác phẩm nghệ thuật có giá trị, chất lượng, các ấn phẩm của các nhà văn, nhà thơ, nhà nghiên cứu có tên tuổi, giới thiệu phong tục tập quán, lễ hội, trang phục các dân tộc Việt Nam, danh lam thắng cảnh, làng nghề truyền thống, các tác phẩm trên các lĩnh vực điện ảnh, âm nhạc, hội họa, mỹ thuật, nhiếp ảnh, kiến trúc. Muốn làm tốt điều đó, việc sử dụng và khai thác sức lan tỏa của các phương tiện và công nghệ thông tin, truyền thông hiện đại, truyền thông đa phương tiện, xây dựng các Website riêng của các Hội nghệ thuật là rất quan trọng... Thông qua các phương tiện và công nghệ truyền thông đó, ngoại giao văn hóa phát huy được vai trò giới thiệu về đất nước, văn hóa và con người Việt Nam bằng nhiều ngôn ngữ; xây dựng các chương trình truyền hình vệ tinh bằng một số tiếng nước ngoài, giúp bạn bè quốc tế có cơ hội tiếp cận và hiểu hơn về Việt Nam.

Trong hoạch định và vận dụng chủ trương, chính sách ngoại giao văn hóa của Đảng và Nhà nước, các Bộ, Ban, Ngành đã linh hoạt, sáng tạo trong việc xây dựng các chương trình 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 các 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.

Nâng cao hiệu quả của các hoạt động thông tin, truyền thông. Chất lượng và hiệu quả của hoạt động ngoại giao văn hóa cũng phụ thuộc không

nhỏ vào mạng lưới truyền thông đối ngoại, chính vì vậy đẩy mạnh công tác truyền thông đối ngoại là việc rất quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả của các hoạt động ngoại giao văn hóa xây dựng những tài liệu hướng dẫn công tác triển khai hoạt động ngoại giao văn hóa cho các cán bộ đại diện cơ quan đang học tập và công tác ở nước ngoài. Những tài liệu sẽ là cẩm nang hướng dẫn cho cán bộ và các cơ quan ngoại giao triển khai ngoại giao văn hóa được hiệu quả và thành công.

Những tài liệu ấn phẩm tuyên truyền và quảng bá về đất nước cho bạn bè quốc tế cần được đầu tư xây dựng phong phú hơn, chuyên nghiệp hơn về cả hình thức lẫn nội dung đặc biệt là được thiết kế sao cho phù hợp với từng địa bàn, từng đối tượng khác nhau mà ngoại giao văn hóa hướng đến. Mọi thông tin phải luôn được cập nhật kịp thời, đầy đủ và chính xác trên các phương tiện thông tin đại chúng. 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 quốc tế 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 hóa Việt Nam trên website của Bộ và các cơ quan đại diện tại nước ngoài [224, tr.230-235].

Triển khai kế hoạch và các hoạt động cụ thể nhằm quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam với bạn bè quốc tế về một dân tộc có bề dày văn hóa đặc sắc, lịch sử hào hùng, một đất nước có sức sống mãnh liệt, giàu tiềm năng, đang vươn lên và đạt nhiều thành tựu trong đổi mới. Đồng thời, tăng cường giới thiệu con người Việt Nam thông qua hình ảnh các anh hùng dân tộc, danh nhân văn hóa cũng như những nét đẹp tiêu biểu của con người Việt Nam cần cù lao động, thân thiện, yêu chuộng hòa bình. Đối

với việc tổ chức các sự kiện văn hóa lớn ở trong và ngoài nước, cần có sự phối hợp giữa các cơ quan chủ quản với các công ty quảng bá chuyên nghiệp, các công ty chuyên về truyền thông có uy tín. Với kinh nghiệm về quảng bá của mình, họ sẽ góp phần giúp cho các hoạt động ngoại giao văn hóa được biết đến nhiều hơn, thu được nhiều thành công hơn.

Trong nước, Bộ Ngoại giao cần tăng cường hỗ trợ địa phương trong mọi việc tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm, lễ hội văn hóa địa phương, hoặc các sự kiện văn hóa có yếu tố nước ngoài do địa phương tổ chức.

4.2.4. Xây dựng chiến lược ngoại giao văn hóa, hoàn thiện hệ thống pháp luật, chế độ, chính sách ngoại giao văn hóa trong công tác về cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài

Trong quá trình chỉ đạo thực hiện các hoạt động ngoại giao văn hóa, Đảng Cộng sản Việt Nam luôn tăng cường thúc đẩy mạnh mẽ hoạt động ngoại giao văn hóa thông qua cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, coi đây là vấn đề vừa có tính khoa học, chiến lược, căn bản lâu dài, vừa có tính thực tiễn, khả thi, cần và có thể thực hiện ngay với những hình thức thiết thực, linh hoạt và các tiếp cận vừa nhất quán, đồng bộ, vừa tinh tế, với các bước đi phù hợp với các đặc thù của từng địa bàn có người Việt Nam sinh sống. Tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách, kiện toàn tổ chức để đẩy mạnh các hoạt động và hình thức quảng bá hình ảnh Việt Nam thông qua cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, nâng cao hiệu quả hoạt động ngoại giao văn hóa trong cộng đồng Việt Nam ở nước ngoài.

Bám sát chủ trương chỉ đạo của Đảng, các cơ quan chủ chốt trong hoạt động ngoại giao văn hóa như Bộ Văn hóa, Thể thao, Du lịch; Bộ Thông tin và Truyền thông; Bộ Ngoại giao / Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài đã định hình một cơ chế điều phối giữa cơ quan quản lý về thông tin truyền thông, văn hóa và cơ quan chuyên trách về người Việt Nam ở nước ngoài, trên cơ sở phân công rõ ràng, hợp tác chặt chẽ theo đúng chức năng,

nhiệm vụ để thúc đẩy công tác quảng bá hình ảnh thông qua người Việt Nam ở nước ngoài. Trên cơ sở cơ chế đó, Đảng Cộng sản Việt Nam chỉ đạo sự phối hợp của các cơ quan, tổ chức khác nhau như cơ quan báo chí, truyền thống, các tổ chức văn hóa, nghệ thuật, các cơ quan đại diện Việt Nam, các hội đoàn của người Việt Nam ở nước ngoài... Chiến lược quảng bá hình ảnh quốc gia xác định rõ mục đích với các mục tiêu cụ thể các vấn đề: khái niệm và nội dung hình ảnh Việt Nam, phương thức cách thức quảng bá, người tổ chức thực hiện, tham gia, vai trò của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

Thông qua các hoạt động thực tiễn, các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài không ngừng tăng cường phát huy vai trò của mình trong việc nghiên cứu, chọn lọc những kinh nghiệm, bài học của các nước để tham mưu, cố vấn cho các cơ quan trong nước về hoạch định chính sách và tổ chức các hoạt động ngoại giao văn hóa và việc tổ chức hoạt động văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài. Hàng năm, các cơ quan đại diện cần xây dựng kế hoạch cụ thể về nội dung và dự trù kinh phí để triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa.

Đảng Cộng sản Việt Nam cũng chú trọng xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật, chế độ, chính sách nhằm tạo điều kiện thuận lợi, động viên, hoàn thiện Quy chế khen thưởng kiêu bào có thành tích trong phát triển cộng đồng và xây dựng đất nước, đồng thời đẩy mạnh công tác nghiên cứu nhằm xây dựng các chế độ, chính sách hỗ trợ về thông tin, tài chính, nhân lực. Điều đó đã khuyến khích kịp thời người Việt Nam ở nước ngoài đóng góp vào sự nghiệp quảng bá hình ảnh đất nước., góp phần để các tổ chức hội đoàn và cá nhân kiêu bào đẩy mạnh hoạt động quảng bá hình ảnh Việt Nam tại địa bàn sinh sống

Đảng Cộng sản Việt Nam luôn xác định, mỗi một người Việt Nam và mỗi người Việt Nam ở nước ngoài chính là hình ảnh thu nhỏ của Việt Nam tại nước ngoài. Chú trọng ban hành các chiến lược, giải pháp để xây dựng cộng

đồng người Việt Nam ở nước ngoài; quan tâm và đầu tư hơn nữa cho việc phát triển cộng đồng về mọi mặt, cả chính trị, kinh tế - văn hóa, cả vật chất và tinh thần nhằm xây dựng các cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài ổn định, đoàn kết, văn minh, thành đạt, duy trì bản sắc văn hóa, truyền thống dân tộc và hướng về quê hương.

Quán triệt Nghị quyết số 36/NQ-TW ngày 26 / 3 / 2004 của Bộ Chính trị về Công tác đối với người Việt Nam ở nước ngoài, nhằm hỗ trợ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài với vai trò vừa là chủ thể, vừa là đối tượng hưởng thụ, duy trì và quảng bá bản sắc văn hóa dân tộc tại các nước sở tại; quan tâm, tạo điều kiện để cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, được tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hóa lành mạnh từ trong nước để giữ gìn và phát huy truyền thống văn hóa Việt Nam trong gia đình và sinh hoạt cộng đồng người Việt Nam đồng thời thông qua các hoạt động ngoại giao văn hóa để quảng bá, giới thiệu bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam với người dân nước sở tại. Trong giai đoạn 2006-2016, Đảng Cộng sản Việt Nam đã chỉ đạo các bộ, Ban, ngành liên quan xây dựng nhiều mô hình hoạt động văn hóa thiết thực trong cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài , đáng chú ý như:

- Đẩy mạnh tầm quan trọng của việc phổ biến tiếng Việt ở nước ngoài; tích cực triển khai Đề án “*Hỗ trợ việc dạy và học tiếng Việt cho người Việt Nam ở nước ngoài*” trước hết triển khai thí điểm tại Lào, Căm-pu-chia, Nga, Séc, Mỹ và Canada...nhằm gìn giữ và phát triển việc sử dụng tiếng Việt và quảng bá văn hóa Việt Nam. Truyền bá tiếng Việt là con đường cơ bản nhất để duy trì, phát triển và phát huy tinh thần Việt, văn hóa Việt, hình ảnh của quốc gia Việt Nam. Tiếng Việt là sợi dây bền chắc gắn bó giữa những người Việt trong người Việt Nam ở nước ngoài, giữa người Việt Nam ở trong nước và ngoài nước. Tăng cường triển khai và thực hiện đồng bộ, thống nhất các hoạt động nhằm giúp đồng bào ở nước ngoài duy trì, sử dụng, truyền bá tiếng Việt, từ các địa bàn thí điểm, trọng điểm đến mở rộng hơn về quy mô địa lý.

- Chính phủ phê duyệt thành lập và quản lý hoạt động của các trung tâm văn hóa, nhà văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài theo đề án “Xây dựng Trung tâm văn hóa Việt Nam ở nước ngoài”. Trên cơ sở thực hiện thí điểm các hoạt động để tổng kết rút kinh nghiệm về mô hình khai thác và quản lý các nhà văn hóa của Việt Nam tại Lào và Pháp tiếp tục mở rộng ra một số địa bàn trọng điểm.

- Đảng Cộng sản Việt Nam còn chú trọng củng cố, tổ chức các hội đoàn người Việt Nam ở nước ngoài, các hội đoàn Việt Nam, các hiệp hội nghề nghiệp, các tổ chức xã hội, các câu lạc bộ văn hóa, nghệ thuật, Tiếng Việt, doanh nhân, khoa học, câu lạc bộ cho từng cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Vận động, động viên các tổ chức đó đưa việc xây dựng hình ảnh Việt Nam, thông qua các hoạt động thông tin văn hóa, nếp sống văn minh hàng ngày vào tôn chỉ mục đích của mình; động viên, khuyến khích và hướng dẫn các hội đoàn xác định quảng bá hình ảnh Việt Nam là nhiệm vụ lớn, thường xuyên và quan trọng của tổ chức, gắn với nhiệm vụ giữ gìn bản sắc văn hóa, truyền thống dân tộc, duy trì, truyền bá tiếng Việt và với các hoạt động cộng đồng khác.

4.2.5. Gắn kết chặt chẽ ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị, ngoại giao kinh tế; giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc

Với ngoại giao chính trị. Trong quá trình thực hiện, Đảng Cộng sản Việt Nam luôn chỉ đạo chú trọng nâng cao hàm lượng văn hóa trong các chuyến thăm chính thức của các Lãnh đạo cấp cao thông qua việc tặng “chất liệu văn hóa” cho các bài phát biểu; đưa vào lịch trình chuyến đi các hoạt động thăm công trình văn hóa tiêu biểu của đối tác; chú trọng tổ chức các hoạt động sự kiện kết hợp yếu tố văn hóa - kinh tế, đa dạng về hình thức, đặc sắc về chất lượng nhân các chuyến thăm của các nguyên thủ quốc gia đến các nước. Các hoạt động ngoại giao văn hóa lồng ghép trong những chuyến viếng thăm đoàn cấp cao như giao lưu văn hóa nghệ thuật, giới thiệu văn hóa Việt

Nam hay một món quà nhỏ mang ý nghĩa văn hóa, rõ ràng đã đóng vai trò tích cực trong việc thay đổi cách nhìn nhận của các đối tác quốc tế đối với Việt Nam. Các hoạt động giúp tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau, từ đó đưa đến sự thân thiện và kết quả cuối cùng là những cam kết tăng cường hợp tác, thúc đẩy tình hữu nghị.

Đồng thời tăng cường tổ chức các chương trình ngoại giao văn hóa cho đoàn Ngoại giao, đại biểu các Hội nghị quốc tế lớn tổ chức ở Việt Nam thăm các địa phương, tiếp xúc với các sản phẩm tiêu biểu của văn hóa Việt Nam để tìm hiểu trực tiếp các nét văn hóa truyền thống và các sản phẩm văn hóa đặc sắc của chúng ta. Là thành viên của nhiều cơ chế hợp tác đa phương, Đảng Cộng sản Việt Nam cùng các Bộ, Ngành liên quan chú trọng công tác chuẩn bị và kế hoạch để có thể tận dụng và phát huy hiệu quả công tác ngoại giao văn hóa trong cơ chế đa phương, trong đó đáng chú ý nhất là các cơ chế đối với các tổ chức quốc tế như: ASEAN, ASEM, APEC, UNESCO.

Như vậy, các hoạt động ngoại giao văn hóa đã góp phần thắt chặt hơn nữa mối quan hệ chính trị với các nước, góp phần xóa nhòa những bất đồng chính trị, góp phần vào hòa bình, ổn định và nâng cao vị thế của đất nước. Ngày nay, toàn cầu hóa đã khiến thế giới của chúng ta phụ thuộc nhau hơn. Một quốc gia sẽ không thể phát triển nếu đứng ngoài xu thế chung của toàn thế giới hoặc tách mình đứng biệt lập. Vì vậy, hội nhập là yêu cầu cần thiết và để hội nhập thì cần phải “biết mình, biết người”, phải làm cho bên ngoài hiểu về mình cũng như tìm hiểu về các quốc gia khác để đạt được những mẫu số chung trong quan điểm cũng như trong quan hệ hợp tác. “Ngôn ngữ” của ngoại giao văn hóa là ngôn ngữ dễ thấm thấu và dễ đi vào lòng người bởi đó là ngôn ngữ dễ truyền đạt bằng những cách dễ hiểu, nhẹ nhàng nhưng không kém hiệu quả. Chính vì thế mà các nhà ngoại giao coi nó là một dạng [76, tr.192].

Với ngoại giao kinh tế. Trong hoạt động kinh tế, ngoại giao văn hóa có

thể có những cách thức đóng góp khác nhau tuy thâm lắng nhưng không kém phần hiệu quả cho sự phát triển của đất nước. Đó là thông qua mối quan hệ chính trị bền chặt với các đối tác quan trọng mà ngoại giao văn hóa góp phần tạo dựng nhiều cơ hội hợp tác kinh tế giữa ta và các đối tác. Hoạt động ngoại giao văn hóa như như quảng bá hình ảnh đất nước đã thu hút số lượng lớn khách du lịch và củng cố lòng tin cho các nhà đầu tư tại Việt Nam như cuộc thi bắn pháo hoa quốc tế tại Đà Nẵng, các cuộc thi sắc đẹp do Việt Nam đăng cai tổ chức...

Hàng năm, việc tổ chức các chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài, hay các sự kiện văn hóa nhân dịp các sự kiện quan trọng như: kỷ niệm năm chẵn, năm tròn ngày thiết lập quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam và các nước; ngày Quốc khánh hay các sự kiện nhân dịp các chuyến thăm của Lãnh đạo cấp cao Việt Nam đến các nước và Lãnh đạo cấp cao các nước đến Việt Nam cần phải được triển khai dựa trên khảo sát nhu cầu và điều kiện của thực tế. Từ đó, triển khai hiệu quả các hoạt động ngoại giao văn hóa góp phần đưa quan hệ Việt Nam với các nước đi vào chiều sâu, bền vững, tăng cường tình hữu nghị, sự hiểu biết, tin cậy lẫn nhau, giữa nhân dân các nước với Việt Nam. Tổ chức tốt các hoạt động ngoại giao văn hóa sẽ phát huy vai trò hỗ trợ các lĩnh vực ngoại giao kinh tế như: vận động thu hút đầu tư nước ngoài, khách du lịch quốc tế, trao đổi thương mại, tạo điều kiện mở rộng quan hệ hợp tác trên các lĩnh vực kinh tế. Tuy nhiên, trong bối cảnh nền kinh tế đất nước còn nhiều khó khăn, các chương trình ngoại giao văn hóa cần triển khai có trọng tâm, trọng điểm, tránh tràn lan, lãng phí, phải tuân thủ phục vụ mục tiêu đối ngoại và phù hợp với tình hình, đặc biệt tập trung vào các địa bàn đối tác chiến lược như ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ, Hoa Kỳ... để tăng cường quan hệ hữu nghị và hợp tác.

Giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc và tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại.

Để thực hiện hiệu quả công tác tác ngoại giao văn hóa, Đảng Cộng sản Việt Nam luôn xác định 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. Là một đất nước có bề dày lịch sử dựng nước và giữ nước hào hùng cùng nền văn hóa đa dạng, đậm đà bản sắc dân tộc, Việt Nam có tiềm năng to lớn để xây dựng và triển khai chính sách ngoại giao văn hóa xứng tầm với vị thế của đất nước, cũng như đóng góp quan trọng, hiệu quả vào quá trình hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng trong những năm tới. Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2030 đã đặt mục tiêu:

sử dụng công cụ văn hóa trong ngoại giao nhằm đưa quan hệ Việt Nam với các đối tác đi vào chiều sâu, ổn định, bảo đảm lợi ích quốc gia, dân tộc; tạo lập và giữ vững môi trường hòa bình, ổn định, huy động nguồn lực bên ngoài, biến điều kiện thuận lợi, vị thế đất nước thành nguồn lực để phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời dùng các biện pháp ngoại giao để tôn vinh các giá trị, vẻ đẹp của văn hóa Việt Nam, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại, qua đó khơi dậy khát vọng phát triển đất nước, tăng cường sức mạnh mềm, nâng cao vị thế đất nước [207].

Đảng đã nhận thức đúng về vị trí của văn hóa ngày càng được các quốc gia nhìn nhận là nhân tố đóng vai trò quan trọng, là nguồn lực nội sinh và là động lực phát triển, bảo vệ quốc gia trong tình hình mới. Theo đó, các hoạt động ngoại giao văn hóa dưới sự lãnh đạo của Đảng nhằm phát huy và chuyển tải tối đa những giá trị mang ý nghĩa sâu sắc, nhân văn, nhân bản của nét đẹp, truyền thống văn hóa dân tộc và thời đại vào các hoạt động đối ngoại, để văn hóa thực sự có những đóng góp toàn diện, hiệu quả, thực chất hơn đối với việc triển khai các mục tiêu, nhiệm vụ đối ngoại.

Ngoại giao văn hóa là một hoạt động có tính cạnh tranh rất cao. Một số nước có truyền thống ngoại giao văn hóa lâu đời như Hoa Kỳ, Nhật Bản và

gần đây là EU và Trung Quốc. Chính việc nở rộ các hoạt động giao lưu, trao đổi văn hóa càng khiến người dân quốc tế khó tính hơn trong việc lựa chọn những giá trị ấn tượng thu hút sự quan tâm và yêu thích 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. 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.

Trong giai đoạn 2006-2016, để đáp ứng yêu cầu của thực tiễn, Đảng Cộng sản Việt Nam đã chú trọng hoạch định các chủ trương chiến lược nhằm giữ gìn các giá trị cốt lõi đặc trưng văn hóa của dân tộc, lựa chọn đưa vào các hình thức hoạt động ngoại giao văn hóa thích hợp. Để hoàn thiện và phong phú hơn kho tàng văn hóa, tri thức của Việt Nam, cùng với việc đưa tinh hoa văn hóa của Việt Nam ra thế giới cần tăng cường công tác nghiên cứu, tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa, tri thức tiên tiến của thế giới vào Việt Nam trên cơ sở kế thừa và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Bên cạnh đó, đấu tranh chống lại những sản phẩm văn hóa không lành mạnh từ bên ngoài xâm nhập vào Việt Nam; phản bác kịp thời, hiệu quả những luận điệu sai trái, xuyên tạc của các thế lực chống phá nhà nước thông qua việc tuyên truyền không đúng sự thật về Việt Nam, về các lãnh tụ, danh nhân của đất nước, về lịch sử của dân tộc, về đất nước và con người Việt Nam

Phát huy hơn nữa vai trò của bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam đối với sự phát triển kinh tế, đặc biệt là trong các ngành, nghề để thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương nói riêng và của đất nước nói chung. Mặt khác tăng cường triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa vào các lĩnh vực có thế mạnh của Việt Nam như các lĩnh vực về du lịch và tổ chức các cuộc triển lãm quốc tế, tiếp thị các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, các sản vật địa phương, văn học, nghệ thuật của nước ta đến với bạn bè quốc tế.

Mặt khác để quảng bá hình ảnh Việt Nam trên trường quốc tế, thì việc nâng cao xây dựng hình ảnh quốc gia phù hợp với văn hóa Việt Nam là việc hết sức quan trọng. Để thực hiện được điều đó, trong quá trình chỉ đạo thực hiện các sự kiện ngoại giao văn hóa cần tiến hành quy hoạch, tạo dựng bản sắc riêng cho các lễ hội, các hoạt động văn hóa văn nghệ cấp quốc gia và quốc tế được tổ chức định kỳ tại các địa phương trong cả nước...nên phù hợp với chủ trương, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam và phong tục, tập quán, văn hóa của Việt Nam và với thông lệ quốc tế.

Tiểu kết chương 4

Trong giai đoạn 2006 - 2016, ngoại giao Việt Nam đã gặt được nhiều thành công với sự đóng góp của ba chân kiềng: ngoại giao kinh tế, ngoại giao chính trị, ngoại giao văn hóa. Những hoạt động ngoại giao văn hóa đã đem lại những thành tựu lớn cho ngoại giao Việt Nam đặc biệt trong thời kỳ đổi mới. Từ khi thực hiện chính sách đổi mới, đổi mới toàn diện, theo đúng lộ trình, phù hợp với quy luật đã khẳng định tính đúng đắn trong đường lối của Đảng. Từ kinh nghiệm ngoại giao văn hóa của các nước, kinh nghiệm hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam trong những giai đoạn trước, Đảng và Nhà nước ta đã nhanh chóng đưa ra đường lối, chính sách phù hợp để thúc đẩy ngoại giao văn hóa ngày càng phát triển.

Sau một thập kỷ tập trung triển khai chính sách ngoại giao văn hóa, Việt Nam đã đạt được những thành công nhất định trong việc quảng bá hình ảnh đất nước và con người ra thế giới, đồng thời cũng hỗ trợ và hợp tác tích cực cho các hoạt động ngoại giao kinh tế và ngoại giao chính trị. Nhờ đó, ngoại giao văn hóa đã tạo được những tác động tích cực cả trong nước như việc bảo tồn và phát huy các giá trị truyền thống và cải thiện được mối quan hệ với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đã đạt được, hoạt động ngoại

giao văn hóa trong giai đoạn này vẫn tồn tại những hạn chế nhất định như hiệu quả chưa cao, chưa đáp ứng nhu 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.

Trước xu thế mới của thời đại, và phát huy hơn nữa ngoại giao văn hóa, 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 giai đoạn này. Bên cạnh đó, cần tiếp tục nâng cao nhận thức về ngoại giao văn hóa nhằm phát huy được sức mạnh tổng hợp của mọi lực lượng, mọi nguồn lực của đất nước; Nâng cao chất lượng, hiệu quả các hoạt động ngoại giao văn hóa và đẩy mạnh xã hội hóa các hoạt động ngoại giao văn hóa, 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 cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

KẾT LUẬN

Sau khi nghiên cứu đề tài “*Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa từ năm 2006 đến năm 2016*”, luận án đã đạt được những kết quả sau:

1. Trên cơ sở khảo sát những công trình nghiên cứu tiêu biểu về văn hóa, ngoại giao văn hóa, sự giao lưu văn hóa và văn hóa đối ngoại, quá trình Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo ngoại giao văn hóa qua từng giai đoạn lịch sử để thấy được tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa về kinh tế, chính trị và làm giàu bản sắc văn hóa Việt Nam. Đồng thời thấy được ngoại giao văn hóa là vấn đề đã, đang và sẽ nhận được nhiều sự quan tâm, nghiên cứu của các học giả trong và ngoài nước. Sự phối kết hợp chặt chẽ, nhuần nhuyễn giữa ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế tạo thành ba chân kiềng vững chắc, góp phần tạo sức mạnh tổng hợp cho ngoại giao Việt Nam hiện đại nhằm thực hiện một mục tiêu chung là góp phần đắc lực vào công cuộc xây dựng và bảo vệ tổ quốc xã hội chủ nghĩa, công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước, tiến tới thực hiện hóa mục tiêu “Dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh”.

2. Luận án đã làm rõ hơn những yếu tố tác động đến Đảng Cộng sản Việt Nam hoạch định đường lối ngoại giao văn hóa giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2016 cũng như trình bày một cách hệ thống đường lối của Đảng và chính sách của Nhà nước về ngoại giao văn hóa từ năm 2006 - 2016 và những hoạt động tiêu biểu thực hiện chủ trương thông qua các văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc của Đảng lần thứ X, XI, XII, Văn kiện của Đảng và Nhà nước về Ngoại giao văn hóa, phát triển văn hóa, văn hóa đối ngoại, các Nghị quyết của các hội nghị ngành ngoại giao Việt Nam từ năm 2006 đến năm 2016.

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

Trong hơn 30 năm thực hiện đường lối đổi mới, Việt Nam đã thể hiện một tư duy linh động và có rất nhiều thay đổi nhằm chủ động hòa nhập vào cộng đồng thế giới, từ đó xây dựng được hình ảnh mới, vị thế mới hỗ trợ cho việc ổn định và phát triển đất nước. Trong đường lối đối ngoại rộng mở, đa phương hóa, đa dạng hóa với tinh thần Việt Nam là bạn, là đối tác tin cậy của các nước trong cộng đồng quốc tế, phấn đấu vì hòa bình, hợp tác và phát triển, ngoại giao văn hóa đóng vai trò hết sức quan trọng trong nền ngoại giao toàn diện của Việt Nam. Ngoại giao văn hóa vừa là nền tảng tinh thần, vừa là biện pháp và mục tiêu của chính sách đối ngoại Việt Nam, phát huy tốt nhất sức mạnh dân tộc.

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 ngoại giao văn hóa có vai trò quan trọng 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. Các hoạt động của ngoại giao văn hóa được triển khai trong một thời gian nhất định, nhằm đạt được những mục tiêu về phát triển kinh tế, chính trị, văn hóa, đối ngoại, được xác định bằng các hình thức văn hóa đa dạng khác nhau như: nghệ thuật, lịch sử, tư tưởng, truyền thống, ẩm thực, tác phẩm văn học, phim, tranh ảnh...

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 của Đảng Cộng sản Việt Nam và tại Hội nghị Ngoại giao 25 (11/2006), ngoại giao văn hóa chính thức trở thành một trong ba trụ cột chính của ngoại giao toàn diện Việt Nam. Đến Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI của Đảng Cộng sản Việt Nam, ngoại giao văn

hóa chính thức được đưa vào văn kiện của Đảng cùng với sự ra đời của Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020 và Chiến lược văn hóa 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 hóa, xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ và các giải pháp chủ yếu để phát triển chính sách ngoại giao văn hóa.

3. Trong hơn 10 năm, từ năm 2006 đến năm 2016, các hoạt động ngoại giao văn hóa, các hoạt động ngoại giao văn hóa Việt Nam được tiến hành với nhiều hình thức đa dạng cả trong và ngoài nước. Trong đó, các hoạt động ngoại giao văn hóa được thể hiện một cách rõ nét nhất qua các công tác như: (1) Công tác thông tin truyền truyền; (2) Xây dựng các cơ sở, các công trình văn hóa, lịch sử Việt Nam tại nước ngoài; (3) Tham gia các hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế về văn hóa, nghệ thuật và trong và ngoài nước; (4) Kết hợp các hoạt động ngoại giao văn hóa với các hoạt động đối ngoại; (5) Xây dựng thông điệp và thương hiệu quốc gia; (6) Công tác người Việt Nam ở nước ngoài; (7) Quan hệ với UNESCO và các thể chế hợp tác khác về văn hóa; (8) Quảng bá hình ảnh Việt Nam đến bạn bè quốc tế thông qua các hoạt động du lịch.

Những nội dung hoạt động là quảng bá hình ảnh Việt Nam thông qua các hoạt động trao đổi văn hóa và các chương trình biểu diễn nghệ thuật bằng các chương trình giao lưu, biểu diễn mang hình ảnh 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.

4. Việc tổ chức thành công nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa với các hình thức đa dạng đã góp phần củng cố quan hệ giữa Việt Nam với các nước trên thế giới, gìn giữ môi trường hòa bình, ổn định, nâng cao uy tín, vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế, đẩy mạnh quảng bá hình ảnh đất nước, tôn vinh những giá trị văn hóa và hình ảnh đất nước con người Việt Nam trên thế giới và tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại.

Tuy nhiên có thể thấy rằng, việc thực hiện triển khai đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước về ngoại giao văn hóa, từ kết quả trong thực tiễn vẫn còn số hạn chế, bất cập, đáng chú ý là đến năm 2016 vẫn chưa tạo ra được những thay đổi căn bản, rõ rệt hoạt động ngoại giao văn hóa. Thực trạng này dẫn đến một số hoạt động ngoại giao văn hóa bị phân tán, dàn trải, thiếu chiều sâu, hiệu quả không được như tiềm năng và mong muốn.

Để thực hiện tốt công tác ngoại giao văn hóa, cần chú trọng nhiều vấn đề, trong đó có một số nội dung căn bản như: nâng cao nhận thức về ngoại giao văn hóa ở các cấp, các ngành để thấy rõ tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa; cần có cơ chế điều phối cấp quốc gia để huy động sức mạnh tổng lực của nhân dân trong nước và kiều bào ở nước ngoài đối với ngoại giao văn hóa, gắn kết chặt chẽ NVNONN với người Việt Nam ở trong nước; bồi dưỡng đào tạo xây dựng đội ngũ cán bộ làm công tác ngoại giao văn hóa chuyên nghiệp, hiện đại đáp ứng được những yêu cầu của hình thức mới; nâng cao hơn nữa chất lượng các hoạt động ngoại giao văn hóa thông qua việc ứng dụng những thành tựu của cách mạng khoa học, kỹ thuật, công nghệ hiện đại để đa dạng hóa hình thức quảng bá, xúc tiến hình ảnh đất nước, con người Việt Nam với bạn bè quốc tế. Để ngoại giao văn hóa thực sự là trụ cột vững chắc của ngoại giao toàn diện Việt Nam, cần có lối đi riêng, một lộ trình cụ thể phù hợp với xu thế của thời đại và năng lực hiện có mà không đánh mất bản sắc văn hóa dân tộc. Đặc biệt, tuyên truyền nâng cao nhận thức mỗi người dân hãy là một đại sứ, một nhà ngoại giao văn hóa tích cực, sôi nổi, có hiệu quả nhất.

Cùng với tầm nhìn phát triển đất nước đến năm 2030 và năm 2045, Đại hội lần thứ XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam (2021) đã đề ra chủ trương: “Xây dựng nền ngoại giao toàn diện, hiện đại với ba trụ cột là đối ngoại đảng, ngoại giao nhà nước và đối ngoại nhân dân” [68, tr.162]. Đây là một chủ trương lớn, phản ánh sự trưởng thành của nền ngoại giao Việt Nam, đồng thời

cũng là yêu cầu vừa cấp bách, vừa mang tính chiến lược, lâu dài đối với công tác đối ngoại nói chung, trong đó có ngoại giao văn hóa. Bám sát các mục tiêu và nhiệm vụ đã đặt ra, đồng thời linh hoạt, sáng tạo trong ý tưởng và biện pháp triển khai, ngoại giao văn hóa sẽ tiếp tục phát huy vai trò quan trọng và có những đóng góp lớn, góp phần nâng tầm và lan tỏa các giá trị Việt Nam đến cộng đồng quốc tế.

**DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC
ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

1. Trần Minh Trường, Dương Thị Mai Hoa (2021), “Tu tưởng ngoại giao Hồ Chí Minh với việc hoạch định đường lối đối ngoại của Đảng thu hút ngoại lực và xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ”, *Tạp chí Lịch sử Đảng*, (4), tr.40-44.
2. Dương Thị Mai Hoa (2021), “Ngoại giao văn hóa trong kỷ nguyên mới góp phần nâng cao sức mạnh, vị thế Việt Nam trên trường quốc tế”, *Tạp chí Lịch sử Đảng*, (7), tr. 76-81.
3. Lường Thị Lan, Dương Thị Mai Hoa (2023), “Chủ tịch Hồ Chí Minh - Người đặt nền móng quan hệ Việt Nam - Liên Xô”, *Tạp chí Lịch sử Đảng*, (5), tr.81-86.
4. Dương Thị Mai Hoa (2023), “Ngoại giao văn hóa góp phần thực hiện chính sách tích cực, chủ động hội nhập quốc tế”, tại trang <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/ngoi-giao-van-hoa-gop-phan-thuc-hien-chinh-sach-tich-cuc-chu-dong-hoi-nhap-quoc-te-p27896.html>, ngày truy cập 2-10-2023.
5. Dương Thị Mai Hoa (2023), “Cultural diplomacy contributes to implementing positive policies and proactive international integration” (Ngoại giao văn hóa góp phần thực hiện chính sách tích cực, chủ động hội nhập quốc tế), Vol-39 - Dec, 2023.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Tiếng Việt

1. Mỹ An, Đỗ Thoa (2015), *Việt Nam và dấu ấn IPU 132*, <http://infonet.vn/viet-nam-va-dau-an-ipu-132-post161384.info>, [truy cập ngày 11/04/2023].
2. Hoàng Tuấn Anh (2012), *Xây dựng nhân cách văn hóa: Những bài học kinh nghiệm trong lịch sử Việt Nam*, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
3. Nguyễn Hải Anh (2013), *Nghiên cứu hoàn thiện chính sách văn hóa đối ngoại của Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Cục Hợp tác quốc tế, Bộ Văn hóa Thể thao Du lịch, Hà Nội.
4. Nguyễn Hải Anh (2015), *Ngoại giao văn hóa trong quan hệ quốc tế đương đại*, Luận án Tiến sĩ Quan hệ quốc tế, Học viện Ngoại giao, Hà Nội.
5. Phạm Ngọc Anh (2015), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam: Hội nhập quốc tế và lợi ích quốc gia*, tại trang <http://www.tapchicongsan.org.vn/Home/PrintStory.aspx?distribution=35898&print=true>, [truy cập ngày 15/8/2023].
6. Ban Chấp hành Đảng Cộng sản Việt Nam (1998), *Nghị quyết số 03-NQ/TW về Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc*, Hà Nội.
7. Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2011), *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*, tại trang <http://chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/NuocCHXHCNVietNam/ThongTinTongHop/noidungvankiendaihoi dang?categoryId=10000716&articleId=10038382>, [truy cập ngày 23/6/2022].
8. 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].

9. 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].
10. Báo Nhân dân điện tử (2014), *Phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế*, tại trang http://www.nhandan.com.vn/mobile/_mobile_chinhtri/_mobile_tintucsukien/item/23703102.html, [truy cập ngày 13/6/2023].
11. Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2015), *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*, Hà Nội.
12. Hoàng Chí Bảo (2012), *Giao thoa văn hóa và chính sách Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
13. Đỗ Thanh Bình, Văn Ngọc Thành (đồng chủ biên) (2012), *Quan hệ quốc tế thời hiện đại - những vấn đề mới đặt ra*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
14. Lê Thanh Bình (2009), “Đào tạo cán bộ truyền thông quốc tế và hoạt động ngoại giao văn hóa phù hợp với xu thế hội nhập và hoàn cảnh nước ta”, *Tạp chí Thông tin Đối ngoại*, (11), tr.21-26.
15. Lê Thanh Bình (2010) (chủ biên), *Một số vấn đề về quản lý Nhà nước kinh tế văn hóa giáo dục trên thế giới và Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
16. Lê Thanh Bình (2011), *Giáo trình Quan hệ công chúng Chính phủ trong văn hóa đối ngoại*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
17. Lê Thanh Bình (2012), *Giao thoa văn hóa và chính sách ngoại giao Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
18. Lê Hải Bình (2015), *Việt Nam và Campuchia phối hợp tốt để kiểm soát tình hình biên giới*, tại trang <http://thanhvien.vn/thoi-su/viet-nam-vacampuchia-phoi-hop-tot-de-kiem-soat-tinh-hinh-bien-gioi-588660.html>, [truy cập ngày 13/6/2022].

19. Bộ Ngoại giao (2000), *Ngoại giao thời đại Hồ Chí Minh*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
20. Bộ Ngoại giao Việt Nam (2003), *Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Dy Niên trả lời phỏng vấn Tuần báo Quốc tế về quan hệ Việt Nam - Châu Phi*,
tại trang
http://www.mofahcm.gov.vn/vi/mofa/cs_doingoai/pbld/ns04081814260714,
[truy cập ngày 3/8/2023].
21. Bộ Ngoại giao (2008), *Ngoại giao văn hóa vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
22. Bộ Ngoại giao (2008), *Chỉ thị 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*, Hà Nội.
23. Bộ Ngoại giao (2009), *Ngoại giao văn hóa, kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn Việt Nam*, Vĩnh Phúc.
24. Bộ Ngoại giao (2009), *Ngoại giao văn hóa và đóng góp của cộng đồng doanh nghiệp*, Nha Trang.
25. Bộ Ngoại giao (2010), *Ngoại giao Việt Nam 2010*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
26. Bộ Ngoại giao, Ban chỉ đạo công tác ngoại giao văn hóa (2010 - 2016), *Báo cáo tổng kết công tác ngoại giao văn hóa năm 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016*, Hà Nội.
27. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch - Bộ Ngoại giao (2008), *Thỏa thuận hợp tác giữa Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Bộ Ngoại giao trong lĩnh vực văn hóa đối ngoại (giai đoạn 2008 - 2015)*, Hà Nội.
28. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Cục Hợp tác quốc tế (12/2009), *Báo cáo công tác hợp tác quốc tế năm 2009, phương hướng nhiệm vụ năm 2010*, Hà Nội.

29. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), *Phát biểu của Thứ trưởng Hồ Anh Tuấn tại Lễ khai mạc Hội thảo “Văn hóa đối ngoại trong thế giới hội nhập”*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, Hà Nội.
30. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Cục Quan hệ quốc tế (1995 - 2015), *Báo cáo công tác hợp tác quốc tế năm 1995 - 2015*, Hà Nội.
31. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2014), *Báo cáo kết quả công tác 2014, phương hướng nhiệm vụ 2015*, Hà Nội.
32. Bộ Ngoại giao, Vụ văn hóa đối ngoại và UNESCO (2008), *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*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
33. Nguyễn Mạnh Cầm (1993), “Trên đường triển khai chính sách đối ngoại theo định hướng mới”, *Tạp chí Công sản*, (4).
34. Phạm Sanh Châu (2008), *Báo cáo dẫn đề: Ngoại giao Văn hóa Việt Nam những khởi đầu thuận lợi để hướng tới tương lai, Ngoại giao văn hóa - Vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
35. Phạm Sanh Châu (2012), *Hoạt động Ngoại giao văn hóa Việt Nam trong hai thập kỷ đầu của thế kỷ XXI*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Vụ Văn hóa đối ngoại và UNESCO, Bộ Ngoại giao, Hà Nội.
36. Đinh Thị Vân Chi (2017), *Văn hóa góp phần giúp thế giới xích lại gần nhau*, tại trang <http://huc.edu.vn/chi-tiet/1207/Van-hoagop-phan-giup-the-gioi-xich-lai-gan-nhau.html>, [truy cập ngày 13/6/2022].
37. Bạch Ngọc Chiến (2008), *Vai trò của truyền thông trong công tác ngoại giao văn hóa*, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia, Nxb Thế giới, Hà Nội.
38. Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam (2009), *Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020, ban hành kèm theo Quyết định số 581/QĐ-TTg ngày 6/5/2009 của Thủ tướng Chính phủ*, Hà Nội.

39. Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam (2010), *Quyết định Số: 33/2010/QĐ-TTg ngày 2/4/2010 về Quy chế tổ chức ngày Việt Nam ở nước ngoài*, Hà Nội.
40. Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam (2011), *Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020, ban hành kèm theo Quyết định số 208/QĐ-TTg ngày 14/2/2011 của Thủ tướng Chính phủ*, Hà Nội.
41. Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam (2015), *Chiến lược văn hóa đối ngoại đến năm 2020, ban hành kèm theo Quyết định số 210/QĐ-TTg ngày 8/5/2015 của Thủ tướng Chính phủ*, Hà Nội.
42. Nguyễn Trọng Chuẩn, Phạm Văn Đức, Hồ Sĩ Quý (2001), *Tìm hiểu giá trị văn hóa truyền thống trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
43. Nguyễn Trọng Chuẩn, Nguyễn Văn Huyền (2002), *Giá trị truyền thống trước thách thức của toàn cầu hóa*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
44. Nguyễn Trọng Chuẩn (2006), *Những vấn đề toàn cầu trong hai thập niên đầu của Thế kỷ XXI*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
45. Daron Acemoglu, James A. Robinson (2013), *Tại sao các quốc gia thất bại*, Nxb Trẻ, thành phố Hồ Chí Minh.
46. Nguyễn Văn Dân (2006), *Văn hóa và sự phát triển trong bối cảnh toàn cầu hóa*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
47. Bích Diệp (2014), "45 quốc gia công nhận Quy chế kinh tế thị trường đối với Việt Nam", tại trang <http://www.nhandan.com.vn/kinhte/tintuc/item/22784002-45-quoc-gia-cong-nhan-quy-che-kinh-te-thi-truong-doivoi-viet-nam.html> [truy cập ngày 4/4/2022].
48. Đỗ Quý Doãn (2009), "Thông tin truyền thông và việc đẩy mạnh ngoại giao văn hóa", *Tạp chí Cộng sản*, (797), tr.42-47.

49. Phan Thị Kim Dung (2012), “Vài nét giao lưu văn hóa ASEAN - Trung Quốc và Việt Nam trong lĩnh vực thư viện”, *Tạp chí Thư viện Việt Nam*, (19), tr.36-39.
50. Nguyễn Tấn Dũng (2010), *Phát biểu của Thủ tướng tại Hội thảo Quốc tế Việt Nam - Châu Phi lần thứ II*, tại trang http://www.vietnamembassy-cambodia.org/vi/vnemb.at/nr070521165843/nr070521170351/news_object_view?newsPath=/vnemb.vn/tin_hddn/ns100817145603, [truy cập ngày 15/8/2023].
51. Phạm Đức Dương (2000), *Văn hóa Việt Nam trong bối cảnh Đông Nam Á*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
52. Lê Thị Duyên (2013), *Chủ trương của Đảng và Nhà nước Việt Nam về ngoại giao văn hóa từ năm 1986 đến năm 2011*, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.
53. Dương Danh Dy (2008), *Một vài nhận thức ban đầu về ngoại giao văn hóa của Trung Quốc*, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia, Nxb Thế giới, Hà Nội.
54. Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (2007), *ASEAN: 40 năm nhìn lại và hướng tới*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
55. Đại học Văn hóa Hà Nội (2010), *Văn hóa trong thế giới hội nhập*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học, Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
56. Đại học Văn hóa Hà Nội, Cục Quan hệ quốc tế (2011), *Văn hóa đối ngoại trong thế giới hội nhập*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học, Hà Nội.
57. Đảng Cộng sản Việt Nam (1998), *Văn kiện Đại hội Hội nghị lần thứ 5 Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
58. Đảng Cộng sản Việt Nam (2001), *Nghị quyết số 07-NQ/TW ngày 27/11/2001 của Bộ Chính trị về hội nhập kinh tế quốc tế*, Hà Nội.
59. Đảng Cộng sản Việt Nam (2008), *Văn kiện Đại hội Đảng thời kỳ đổi mới và hội nhập*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

60. Đảng Cộng sản Việt Nam (2009), *Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương Khóa X*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
61. Đảng Cộng sản Việt Nam (2010), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc thời kỳ đổi mới khóa VI, VII, VIII, IX, X*, phần I, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
62. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
63. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội (Bổ sung, phát triển năm 2011)*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
64. Đảng Cộng sản Việt Nam (2014), *Văn kiện Hội nghị lần thứ 9 Ban Chấp hành Trung ương khóa XI*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
65. Đảng Cộng sản Việt Nam (2015), *Báo cáo tổng kết một số vấn đề lý luận - thực tiễn qua 30 năm đổi mới (1986-2016)*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
66. Đảng Cộng sản Việt Nam (2015), *Các nghị quyết của Trung ương Đảng 2011-2015*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
67. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Văn phòng Trung ương Đảng, Hà Nội.
68. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
69. Lê Thị Ngọc Diệp (2008), *Tính hai mặt của tôn cầu hóa trong quá trình giao lưu và tiếp biến văn hóa*, tại trang <http://www.vanhoahoc.edu.vn>, [truy cập ngày 15/8/2023].
70. Francois Jullien (2010), *Tính khả tri của văn hóa*, Nxb Lao động, Hà Nội.
71. Đỗ Hương Giang (2009), "Hợp tác văn hóa, thông tin và giáo dục trong ASEAN trong thế kỷ XXI", *Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á*, (6), tr.21-32.

72. Nguyễn Hoàng Giáp (Chủ biên) (2013), *Một số vấn đề chính trị quốc tế trong giai đoạn hiện nay*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
73. Trần Văn Giàu (1980), *Giá trị truyền thống của các dân tộc Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
74. Thạch Hà (2009), “Ngoại giao văn hóa: Trung Quốc quảng bá quốc gia như thế nào?”, *Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế*, (77), tr.173-183.
75. Trần Thị Thu Hà (2009), *Ngoại giao văn hóa và vai trò của nó đối với chính trị Việt Nam từ 1986 đến nay*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
76. 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.
77. Trần Thị Thúy Hà (2010), *Hoạt ngoại giao văn hoá của Đảng và Nhà nước Việt Nam từ năm 1986 đến năm 2009*, Luận văn Thạc sĩ Lịch sử Đảng, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.
78. Võ Văn Hải (2011), "Đẩy mạnh ngoại giao văn hóa trong hội nhập quốc tế", *Tạp chí Quân đội Nhân dân*, số ra ngày 26/11/2011.
79. Đức Hải (2012), "Phát triển mạnh mẽ sau 5 năm gia nhập WTO", *Báo điện tử Chính phủ*, tại trang <http://baochinhphu.vn/Kinh-te/Phat-trien-manh-me-sau-5-nam-gia-nhap-WTO/129951.vgp>, [truy cập ngày 3/6/2023].
80. Võ Văn Hải (2015), *Đẩy mạnh ngoại giao văn hóa trong hội nhập quốc tế*, tại trang <http://dafo.danang.gov.vn/vn/1320-day-manh-ngoai-giao-van-hoa-trong-hoi-nhap-quoc-te.html>, [truy cập ngày 15/2/2023].
81. Trần Phương Hoa (2005), “Quan hệ văn hóa Việt Nam - Liên minh châu Âu”, *Tạp chí Văn hóa dân gian*, (5), tr.27-31.
82. Hoàng Thị Hoa (2015), *Đổi mới và phát triển đối ngoại nhân dân trong những năm tới*, tại trang <http://www.vietnamplus.vn/doi-moi-vaphat-trien-doi-ngoai-nhan-dan-trong-thoi-ky-hoi-nhap/349617.vnp>, [truy cập ngày 15/3/2022].

83. Dương Phú Hiệp (chủ biên) (2010), *Tác động của toàn cầu hóa đối với sự phát triển văn hóa và con người Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
84. Trương Duy Hòa (chủ biên), (2013), *Hiện thực hóa cộng đồng ASEAN. Bối cảnh tác động và những vấn đề đặt ra*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Viện Nghiên cứu Đông Nam Á, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
85. Học viện Hợp tác Quốc tế (1997), *ASEAN và sự hội nhập của Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
86. Học viện Quan hệ Quốc tế (2001), *Ngoại giao Việt Nam từ thuở dựng nước đến trước cách mạng tháng 8 năm 1945*, Học Viện Quan hệ Quốc tế, Hà Nội.
87. Học viện Quan hệ Quốc tế (2007), *Chính sách đối ngoại Việt Nam*, tập I, Nxb Thế giới, Hà Nội.
88. Học viện Quan hệ Quốc tế (2007), *Chính sách đối ngoại Việt Nam*, tập II, Nxb Thế giới, Hà Nội.
89. Trần Hoàn (1995), “Giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc là cơ sở mở rộng cánh cửa giao lưu với các nước”, *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, (9), tr.5-7.
90. Lê Thị Như Hồng (2012), *Giao lưu văn hóa Việt Nam - Nhật Bản ở thành phố Đà Nẵng hiện nay*, Luận văn Thạc sĩ chuyên ngành Văn hóa học, Học viện Chính trị - Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
91. Mai Hồng (2009), “Cộng đồng doanh nghiệp và sự nỗ lực thúc đẩy ngoại giao văn hóa”, *Toàn cảnh sự kiện - dư luận*, (78), tr.175-186.
92. Vũ Dương Huân (2002), *Ngoại giao Việt Nam hiện đại vì sự nghiệp Đổi mới (1975-2002)*, Học viện Quan hệ quốc tế, Hà Nội.
93. Vũ Dương Huân (2006), “Nét mới của ngoại giao thế kỷ 21 và những vấn đề đặt ra cho Việt Nam”, *Tạp chí Nghiên cứu quốc tế*, (67), tr.21-33.
94. Vũ Dương Huân (2006), “Phong cách dân tộc Mỹ, Nga trong đàm phán quốc tế”, *Tạp chí Nghiên cứu quốc tế*, (64), tr.85-95.

95. Vũ Dương Huân (2007), “Vài suy nghĩ về ngoại giao văn hóa”, *Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế*, (71), tr.13-24.
96. Vũ Dương Huân (2008), *Nhân tố văn hóa trong ngoại giao: Lý luận và thực tiễn*, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia, Nxb Thế giới, Hà Nội.
97. Vũ Dương Huân (2009), *Ngoại giao và công tác ngoại giao*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
98. Vũ Dương Huân (2015), *Ngoại giao và công tác ngoại giao*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
99. Bùi Văn Hùng (2011), *Ngoại giao Việt Nam trong thời kỳ đổi mới và hội nhập quốc tế*, Nxb Tư pháp, Hà Nội.
100. Đặng Thị Thu Hương (2009), "Ngoại giao văn hóa và truyền thông văn hóa đối ngoại trong bối cảnh hội nhập quốc tế", *Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế*, (76), tr.79-90.
101. Nguyễn Thị Hương (2009), “Dự báo về xu thế và quan điểm phát triển văn hóa Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020”, *Tạp chí Lý luận Chính trị*, (19), tr.69-73.
102. Nguyễn Thái Yên Hương (2011), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam: Lý luận và thực tiễn thời kỳ hội nhập*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học, Hà Nội.
103. Nguyễn Thái Yên Hương, Tạ Minh Tuấn (2011), *Các vấn đề nghiên cứu về Hoa Kỳ*, Nxb Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.
104. Trịnh Thúy Hương (2013), *Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo hoạt động đối ngoại trên lĩnh vực văn hóa từ năm 1996 đến năm 2006*, Luận án Tiến sĩ, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.
105. Trịnh Thúy Hương (2012), “Ngoại giao văn hóa trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế”, *Tạp chí Lịch sử Đảng*, (4), tr.45-49.
106. Cao Vũ Huyền (2012), “Ngoại giao văn hóa trong thời kỳ hội nhập”, *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, (336), tr.25-29.

107. Nguyễn Thị Thanh Huyền (2015), *Ngoại giao nhân dân theo tư tưởng Hồ Chí Minh*, tại trang http://www.mofahcm.gov.vn/21vi/mofa/bng_vietnam/nr150526110835/ns150721103720, [truy cập ngày 10/10/2023].
108. Joseph Nye (2013), *Việt Nam có nhiều lợi thế tạo "sức mạnh mềm"*, tại trang <http://www2.vietnamnet.vn/chinhtri/2007/11/755223/>, [truy cập ngày 10/11/2023].
109. John Kerry (2015), *Ngoại trưởng Mỹ lên tiếng về vấn đề Biển Đông tại Hà Nội*, tại trang <http://nld.com.vn/thoi-su-trongnuoc/ngoi-truong-my-len-tieng-ve-van-de-bien-dong-tai-ha-noi20150807134208651.htm>, [truy cập ngày 5/10/2023].
110. Phạm Trường Khang (2010), *Các sứ thần Việt Nam*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.
111. Nguyễn Khánh (2008), *Ngoại giao văn hóa và Văn hóa ngoại giao*, in trong *Ngoại giao văn hóa vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
112. Phạm Gia Khiêm (2007), “Đẩy mạnh triển khai thực hiện thắng lợi đường lối, chính sách đối ngoại Đại hội X của Đảng”, *Tạp chí Cộng sản*, (13), tr.133.
113. Phạm Gia Khiêm (2007), “Vươn lên tầm cao ngoại giao khu vực và thế giới”, *Tuần báo Thế giới và Việt Nam*, (40+41), tr.15-17.
114. Phạm Gia Khiêm (2007), *Quan hệ đặc biệt Việt Nam - Lào, những chặng đường vinh quang và thắng lợi vẻ vang*, tại trang <http://www.nhandan.com.vn/chinhtri/tin-tuc-su-kien/item/5176102-.html>, [truy cập ngày 15/8/2023].
115. Phạm Gia Khiêm (2008), "Ngoại giao Việt Nam 2007 - một năm nhìn lại", *Tạp chí Thông tin đối ngoại*, (46), tr.3-5.

116. Phạm Gia Khiêm (2009), “Đẩy mạnh công tác ngoại giao văn hóa nhằm góp phần thực hiện thắng lợi đường lối đối ngoại của Đảng”, *Tạp chí Thông tin đối ngoại*, (62).
117. Phạm Gia Khiêm (2009), “Tiếp tục triển khai thành công đường lối đối ngoại của Đại hội Đảng lần thứ X”, *Tạp chí Lịch sử Đảng*, (33), tr.5-9.
118. Phạm Gia Khiêm (2009), “Ngoại giao Việt Nam hiện đại trong thời kỳ hội nhập”, *Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế*, (1), tr.7-16.
119. Phạm Gia Khiêm (2009), *Ngoại giao Việt Nam tiếp tục vững tin bước vào năm 2010*, tại trang <http://www.mofahcm.gov.vn/en/mofa/nr140319210702/ns140319235723/>, [truy cập ngày 8/8/2023].
120. Phạm Gia Khiêm (2010), *Ngoại giao Việt Nam - 65 năm đồng hành cùng đất nước*, tại trang <http://www.vietnamplus.vn/ngoai-giao-viet-65-namdong-hanh-cung-datnuoc/60077.vnp>, [truy cập ngày 5/6/2023].
121. Phạm Gia Khiêm (2012), *Nền ngoại giao toàn diện Việt Nam trong thời kỳ hội nhập*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
122. Vũ Khiêu (1987), *Góp phần nghiên cứu cách mạng tư tưởng văn hóa*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
123. Vũ Khiêu, Trần Đình Nghiê, Trần Hoàng, Nguyễn Phúc Khánh (2000), *Phác thảo chân dung văn hóa Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
124. Khoa Văn hoá xã hội chủ nghĩa - Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh (2000), *Giáo trình lý luận văn hoá và đường lối văn hoá của Đảng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
125. Nguyễn Văn Kim (2016), *Tiếp biến và Hội nhập văn hóa ở Việt Nam*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
126. Trần Lê (2022), *Bình Nhưỡng: Âm vang dàn nhạc giao hưởng New York*, tại trang <http://nhipcauthegioi.hu/Viet-Nam-The-gioi/binh-nhuong-am-vang-dan-22-nhac-giao-huong-new-york-1219.html>, [truy cập ngày 3/6/2023].

127. Hoàng Liên (2005), *Biểu hiện sinh động ở tầm cao mới của quan hệ hữu nghị hợp tác Việt Nam - Trung Quốc*, tại trang http://www.nhandan.com.vn/mobile/_mobile_tshs/_mobile_theodongthoi-su/item/4622902.html, [truy cập ngày 10/12/2022].
128. Lê Hoàng Diễm Linh (2018), *Quảng bá hình ảnh Việt Nam trong hoạt động ngoại giao văn hóa hiện nay*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
129. Phương Loan (2008), *Cuộc đua trình diễn vẻ đẹp “Tâm hồn quốc gia”*, Tuần Việt Nam, tại trang <http://tuanvietnam.vietnamnet.vn/cuoc-duatrinh-dien-ve-dep-tam-hon-quoc-gia>, [truy cập ngày 13/6/2023].
130. Nguyễn Quốc Lộc, Nguyễn Công Khanh, Nguyễn Thị Kim Yén, Đào Ngọc Tú (2010), *Các nước Đông Nam Á*, Nxb Văn hóa Văn nghệ, thành phố Hồ Chí Minh.
131. Hoàng Minh Lợi (chủ biên) (2013), *Đối sách của các quốc gia và vùng lãnh thổ ở Đông Bắc Á về sự gia tăng quyền lực mềm*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
132. Lưu Văn Lợi (2000), *Ngoại giao trong thời đại Hồ Chí Minh*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
133. Lưu Văn Lợi (2000), *Ngoại giao Đại Việt*, Nxb Công an nhân dân, Hà Nội.
134. Sở Thu Long, Kim Uy (chủ biên) (2013), *Chiến lược và chính sách ngoại giao của Trung Quốc*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
135. Bành Tân Lương (2008), *Ngoại giao văn hóa và sức mạnh mềm Trung Quốc: một góc nhìn toàn cầu hóa*, Nxb Dạy học và Nghiên cứu ngoại ngữ Bắc Kinh, Trung Quốc, (sách do Dương Danh Dy, Trần Hữu Nghĩa, Nguyễn Thị Mây... dịch ra tiếng Việt) (Lưu hành nội bộ).
136. Trường Lưu (2002), “Hợp tác và giao lưu văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa”, *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, (10), tr.3-6.
137. Thanh Lương (2007), *Việt Nam lưu dấu ấn văn hóa tại Mỹ*, tại trang <http://www.vnexpres.net/GL/Van-hoa/2007/07/3B9F805A5/>, [truy cập ngày 13/12/2022].

138. Đinh Xuân Lý (2009), *Tiến trình hội nhập Việt Nam - ASEAN*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
139. Trần Thị Lý (1995), “Tương đồng và khác biệt - Những nét cơ bản trong nghệ thuật Đông Nam Á”, *Tạp chí Việt Nam và Đông Nam Á ngày nay*, (11), tr.31-35.
140. Trần Thị Mai (2007), *Lịch sử bang giao Việt Nam - Đông Nam Á*, Nxb Đại học Quốc gia, thành phố Hồ Chí Minh.
141. Trần Thị Hoàng Mai (2014), *Ngoại giao văn hóa: Đa dạng nhưng có trọng điểm*, tại trang <http://www.tgvn.com.vn/Item/VN/NgoaiGiao/2014/12/CD844D1D7A782D8C/>, [truy cập ngày 7/9/2023].
142. Trịnh Thanh Mai (2017), *Ngoại giao văn hóa Hồ Chí Minh và sự vận dụng của Đảng Cộng sản Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
143. Trương Thanh Mẫn (2012), *Ngoại giao Trung Quốc*, Nxb Truyền bá Ngũ châu 2010, Nxb Tổng hợp, thành phố Hồ Chí Minh.
144. Ngô Đức Mạnh (2010), *Quốc hội Việt Nam với AIPA trong tiến trình xây dựng cộng đồng ASEAN*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
145. Hải Miên (2008), *Duyên dáng Việt Nam 20 tại Anh: Khách phương Đông đến phương Tây*, tại trang <http://www2.thanhnien.com.vn/TNTS/2008/2/29/228935.tno>, [truy cập ngày 15/5/2023].
146. Min Lee (2005), *China Aims to Put Man on Moon by 2020*, tại trang <http://www.samharrelson.com-2005-11-27-china-aimsto-put-man-on-moon-by-2020-ap>, [truy cập 25/6/2022].
147. Hồ Chí Minh (1977), *Về công tác văn hóa văn nghệ*, Nxb Sự thật, Hà Nội.
148. Hồ Chí Minh (2009), *Toàn tập*, tập 3, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
149. Hồ Chí Minh (2009), *Toàn tập*, tập 4, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

150. Hồ Chí Minh (2009), *Toàn tập*, tập 5, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
151. Hồ Chí Minh (2009), *Toàn tập*, tập 6, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
152. Phạm Bình Minh (chủ biên) (2011), *Định hướng chiến lược đối ngoại Việt Nam*, do Phó thủ tướng, Bộ trưởng bộ Ngoại giao, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
153. Phạm Bình Minh (2012), *Ngoại giao Việt Nam 67 năm: Vươn tới những tầm cao mới*, tại trang <http://www.tgvn.com.vn/Item/VN/BAICHU/2012/8/9C27D073B1C51E7E/>, [truy cập ngày 22/6/2023].
154. Phạm Bình Minh (2012), *Ngoại giao Việt Nam vươn tới những tầm cao mới*, tại trang <http://www.vietnambotschaft.org/ngoai-giao-viet-nam-vuon-toi-23-nhung-tam-cao-moi/>, [truy cập ngày 29/6/2022].
155. Phạm Bình Minh (2012), *Hướng tới Cộng đồng ASEAN Đoàn kết, Vững mạnh và Rộng mở*, tại trang <http://www.qdnd.vn/qdndsite/vi-vn/61/43/doi-song-quoc-te/huong-toicong-dong-asean-doan-ket-vung-manh-va-rong-mo/200737.html>, [truy cập ngày 10/6/2022].
156. Phạm Bình Minh (2013), *Ngoại giao Việt Nam khẳng định hội nhập trên tất cả các lĩnh vực*, tại trang <http://www.vietnamconsulate-frankfurt.org>, [truy cập ngày 10/6/2023].
157. Phạm Bình Minh (2014), *Tầm nhìn phát triển của Việt Nam đến năm 2020*, tại trang <http://baodientu.chinhphu.vn>, [truy cập ngày 5/8/2022].
158. Phạm Bình Minh (2015), *Bảo vệ chủ quyền bằng sức mạnh tổng hợp*, tại trang <http://nld.com.vn/thoi-su-trong-nuoc/bao-ve-chuquyen-bang-suc-manh-tong-hop-20150821233945144.htm>, [truy cập ngày 3/9/2023].
159. Phạm Bình Minh (2022), *Đường lối đối ngoại Đại hội XI và những phát triển quan trọng trong tư duy đối ngoại của Đảng ta*, tại trang http://www.mofahcm.gov.vn/vi/mofa/cs_doingoai/nr070523093001/ns110520170239, [truy cập ngày 10/12/2022].

160. Phạm Quang Minh (2012), *Chính sách đối ngoại đổi mới của Việt Nam: 1986-2010*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
161. Thục Minh (2007), *Thủ tướng Lý Hiến Long đánh giá cao chuyên dáng Việt Nam*,
tạ*i* *trang*
<http://www2.thanhnien.com.vn/2007/Pages/200733/204981.aspx>, [truy cập ngày 15/5/2022].
162. M. RaJaRetnam và Thái Quang Trung (2013), *Một Đông Nam Á vận mệnh chung, tương lai chung*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
163. Lê Văn Mỹ (2009), *Ngoại giao Cộng hòa nhân dân Trung Hoa 30 năm cải cách mở cửa (1978-2008)*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
164. Lê Văn Mỹ (2011), *Ngoại giao Cộng hòa nhân dân Trung Hoa 20 năm đầu Thế kỷ XXI*, Nxb Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
165. Nguyễn Thu Mỹ (chủ biên) (2012), *Lịch sử Đông Nam Á tập VI: Đông Nam Á trong thời kỳ hòa bình, phát triển và hội nhập (1991-2010)*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
166. Lê Văn Mỹ (chủ biên) (2013), *Ngoại giao Trung Quốc trong quá trình trở dậy và những vấn đề đặt ra cho Việt Nam*, Nxb Từ điển bách khoa, Hà Nội.
167. Hoàng Khắc Nam (2011), *Quyền lực trong quan hệ quốc tế - lịch sử và vấn đề*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.
168. Phạm Xuân Nam (2008), *Sự đa dạng văn hóa và đối thoại giữa các nền văn hóa - một góc nhìn từ Việt Nam*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
169. Phạm Xuân Nam (2012), "Kinh nghiệm đưa đối ngoại văn hóa vào hoạt động ngoại giao của ông cha ta trong lịch sử", *Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế*, (2), tr.36-39.
170. Phan Ngọc (2002), *Bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Văn học, Hà Nội.
171. Nhiều tác giả (1995), *Từ điển Bách khoa Việt Nam*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.

172. Nguyễn Dy Niên (2002), *Tư tưởng ngoại giao Hồ Chí Minh*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
173. Nguyễn Dy Niên (2008), *Làm gì cho Ngoại giao Văn hóa, Ngoại giao Văn hóa vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
174. Đức Ninh (chủ biên) (2013), *Xây dựng Cộng đồng văn hóa - xã hội ASEAN*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
175. Vũ Dương Ninh (2007), *Việt Nam - Thế giới và hội nhập (một số công trình tuyển chọn)*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
176. Phạm Cao Phong (2010), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế*, Cục Văn hoá đội ngoại và UNESCO.
177. Phùng Hữu Phú, Đinh Xuân Dũng (2014) (đồng chủ biên), *Văn hóa - Sức mạnh nội sinh của phát triển*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
178. Nguyễn Thị Thu Phương (2012), *Sự trỗi dậy về sức mạnh mềm Trung Quốc và những vấn đề đặt ra cho Việt Nam*, Nxb Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
179. Nguyễn Thị Thu Phương (chủ biên) (2015), *Sức mạnh mềm văn hóa Trung Quốc tác động tới Việt Nam và một số nước Đông Á*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
180. Dương Văn Quảng (2003), *Chính sách đối ngoại của Pháp dưới nền cộng hòa thứ V*, Học viện Quan hệ quốc tế, Hà Nội.
181. Dương Văn Quảng (2009), “Vai trò của báo chí trong công tác thông tin đối ngoại”, *Tạp chí Nghiên cứu quốc tế*, (76).
182. Vân Quế (2004), "Giao lưu văn hóa quốc tế - Hòa nhập nhưng không được hòa tan", *Tạp chí Toàn cảnh Sự kiện - Dư luận*, (171), tr.49-50.
183. Nguyễn Duy Quý (2008), *Nhận thức văn hóa Việt Nam*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
184. Michael Reiterer (2005), “Việt Nam và Liên minh châu Âu trong bối cảnh hiện tại”, *Tạp chí Văn hóa phát triển*, (25).

185. Randall B. Ripley và James M. Lindsay chủ biên (2002), *Chính sách đối ngoại của Hoa Kỳ sau Chiến tranh Lạnh*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
186. Samuel Huntington (2003), *Sự va chạm của các nền văn minh*, Nxb Lao động, Hà Nội.
187. Trương Tấn Sang (2011), *Công tác đối ngoại nhân dân là nhiệm vụ của cả hệ thống chính trị và của toàn dân*, tại trang http://www.cpv.org.vn/cpv/Modules/News/NewsDetail.aspx?co_id=30257 &cn_id=469203, [truy cập ngày 15/8/2023].
188. Phạm Xuân Sinh (2006), "Bước phát triển mới trong hợp tác quốc tế về văn hóa của Việt Nam năm 2005 và triển vọng thời gian tới", *Tạp chí Thông tin đối ngoại*, (22), tr. 30-34.
189. Nguyễn Bắc Sơn (2008), *Định hướng của Đảng về ngoại giao văn hóa trong tình hình mới*, tại trang [http://www.mofa.gov.vn/vi/vd, Quantam/nr090310093719/nr090318161645/09032608255](http://www.mofa.gov.vn/vi/vd,Quantam/nr090310093719/nr090318161645/09032608255), [truy cập ngày 20/4/2022].
190. Bùi Thanh Sơn (2008), *Vai trò của ngoại giao văn hoá trong chính sách đối ngoại Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
191. Phạm Thanh Sơn (2012), *Hội nhập quốc tế - những thời cơ, thách thức, yêu cầu đối với hoạt động đối ngoại của Việt Nam*, tại trang <http://www.bienphongvietnam.vn/cong-tac-bienphong/doi-ngoai-bien-phong/677-ac.html>, [truy cập ngày 13/2/2023].
192. Thành Sơn (2014), *Quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới*, tại trang <http://www.sggp.org.vn/quang-ba-van-hoa-viet-nam-ra-the-gioi-135085.html>, [truy cập ngày 10/04/2022].
193. Phạm Quốc Sử (2013), "Tôn vinh bản sắc dân tộc trong ngoại giao văn hóa", *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, (344), tr.7-12.

194. Lê Minh Tâm (2002), "Bàn về tính thống nhất của quyền lực nhà nước và sự phân công phối hợp trong việc thực hiện các quyền lập pháp, hành pháp và tư pháp", *Tạp chí Luật học*, (5), tr.40-48.
195. Dương Quốc Thanh (2009), "Yếu tố văn hóa trong quan hệ quốc tế hiện đại", *Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế* số 1 (76), tr.45-56.
196. Hoàng Vĩnh Thành (2009), "Ngoại giao văn hóa: bắt đầu từ khái niệm", *Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế*, (1), tr.17-32.
197. Phạm Đức Thành (1995), *Việt Nam - ASEAN*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
198. Phạm Đức Thành, Ngô Văn Doanh, Trần Thị Lý... (1995), *Việt Nam - Đông Nam Á: Quan hệ lịch sử văn hóa*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
199. Phạm Đức Thành (1999), *Một số vấn đề về văn hóa với phát triển ở Việt Nam - Lào - Campuchia*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
200. Song Thành (2014), "Ngoại giao văn hóa" và gia tăng "sức mạnh mềm" của Việt Nam trong hội nhập và phát triển", *Tạp chí Văn hóa Nghệ An*, (25), tr.264-265.
201. Ngô Minh Thảo (2015), *Đảng lãnh đạo hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam với Liên minh châu Âu (EU) từ năm 2000 đến năm 2014*, Đề tài nghiên cứu khoa học, Hà Nội.
202. Trần Ngọc Thêm (2001), *Tìm về bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam*, Nxb Thành phố Hồ Chí Minh.
203. Nguyễn Văn Thiện (2011), *Việt Nam trong tiến trình hội nhập ASEAN*, Nxb Quân đội nhân dân, Hà Nội.
204. Ngô Đức Thịnh (1984), "Giao tiếp văn hóa và vai trò của nó đối với quy luật đổi mới cái truyền thống trong văn hóa các dân tộc Việt Nam và Đông Nam Á", *Tạp chí Dân tộc học*, (2), tr. 39-45.
205. Thông tấn xã Việt Nam (2016), *Những thành tựu nổi bật trong phát triển kinh tế qua 30 năm đổi mới*, tại trang <https://baobinhphuoc.com.vn/news/4/42492/nhung-thanh-tuu-noi-bat-trong-phat-trien-kinh-te-qua-30-nam-doi-moi>, [truy cập ngày 20/2/2023].

206. Thông tấn xã Việt Nam (2016), *Đề tài văn hóa Việt Nam ở nước ngoài thật sự hiệu quả*, tại trang <http://baotintuc.vn/van-hoa/de-tuan-van-hoa-viet-nam-o-nuoc-ngoai-that-su-hieu-qua-bai-1-20160720220722602.htm>, [truy cập 3/2021].
207. Thủ tướng Chính (2021), *Quyết định số 2013/QĐ-TTg, ngày 30/11/2021, của Thủ tướng Chính phủ, “Phê duyệt Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2030*, Hà Nội.
208. Đỗ Thị Minh Thúy (2012), “Ngoại giao văn hóa qua Festival tại Việt Nam”, *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, (335), tr.36-38.
209. Nguyễn Thị Thanh Thúy (2010), *Ngoại giao nhân dân trong quan hệ đối ngoại của Mỹ*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
210. Đào Đình Thường (2007), “Phát huy sức mạnh nội sinh của bản sắc văn hóa dân tộc trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa Việt Nam”, *Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông*, (5), tr.16-19.
211. Nguyễn Danh Tiên (2005), “Quan điểm của Đảng và Nhà nước ta về mở rộng giao lưu văn hóa trong thời kỳ đổi mới”, *Tạp chí Lịch sử Đảng*, (12).
212. Nguyễn Văn Tình (2008), *Chính sách văn hóa trên thế giới và việc hoàn thiện chính sách văn hóa ở Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Văn hóa học, Viện Văn hóa nghệ thuật Việt Nam, Hà Nội.
213. Trần Trọng Toàn (2008), *Góp thêm một số ý kiến về xây dựng chính sách ngoại giao văn hóa Việt Nam*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
214. Lê Thu Trang (2024), *Chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam 2009 - 2020*, Luận án tiến sĩ Quốc tế học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia, Hà Nội.
215. Lê Vĩnh Trương (2011), "Sức mạnh mềm Việt Nam và ASEAN", "Thời đại mới", *Tạp chí Nghiên cứu và thảo luận*, (22), tr.27-29.
216. Hồ Anh Tuấn (2015), *Việt Nam tích cực chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa*, tại trang <http://www.baovanhoa.vn/QUOCTE/71362.vho>.

217. Lê Đình Tự (2012), “Quan hệ văn hóa Việt Nam - ASEAN: một cách tiếp cận”, *Học viện Ngoại giao - Bộ Ngoại giao*.
218. Ủy ban Quốc gia về thập kỷ quốc tế phát triển văn hóa (1992), *Thập kỷ thế giới phát triển văn hóa*, Bộ Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
219. Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài (2008), *Thúc đẩy quảng bá hình ảnh Việt Nam thông qua cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài*, *Ngoại giao văn hóa - Vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
220. UNESCO (2001), *Tuyên bố toàn cầu về đa dạng văn hóa*, UNESCO.
221. Viện Ngôn ngữ (2001), *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng, Đà Nẵng.
222. Viện Quan hệ quốc tế (2010), *Những vấn đề quốc tế đương đại và quan hệ đối ngoại của Việt Nam*, Nxb Chính trị Hành chính, Hà Nội.
223. Phạm Thái Việt, Đào Ngọc Tuấn (2004), *Đại cương về văn hóa Việt Nam*, Nxb Văn hóa thông tin.
224. Phạm Thái Việt (2006), *Toàn cầu hóa: Những biến đổi lớn trong đời sống chính trị quốc tế và văn hóa*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
225. Phạm Thái Việt (2009), “Quan hệ công chúng và ngoại giao văn hóa”, *Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế*, (3), tr175-186.
226. Phạm Thái Việt, Lý Thị Hải Yến (2012), *Ngoại giao văn hóa - Cơ sở lý luận, kinh nghiệm quốc tế và ứng dụng*, Nxb Chính trị - Hành chính, Hà Nội.
227. Trần Thị Vui (2008), *Quan điểm, chủ trương của Đảng và quá trình chỉ đạo thực hiện công tác đối với người Việt Nam ở nước ngoài trong những năm đổi mới vừa qua*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học, ĐHQG Hà Nội - Trung tâm Bồi dưỡng giảng viên Lý luận Chính trị, Hà Nội.
228. Trọng Vũ (2016), *Con đường từ trái tim đến trái tim*, tại trang <http://baoquocte.vn/con-duong-tu-trai-tim-den-trai-tim-31444.html>, [truy cập tháng 11/2019].

229. Trần Quốc Vượng (chủ biên) (2007), *Cơ sở văn hoá Việt Nam*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
230. Nguyễn Thị Thùy Yên (2010), “Ngoại giao văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế”, *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, (31), tr.3-7.
231. Phạm Hồng Yến (2009), “Ngoại giao văn hóa Trung Quốc và vai trò của nó trong quá trình hội nhập quốc tế”, *Tạp chí Nghiên cứu Trung Quốc*, (8), tr.39-42.
232. Phạm Hồng Yến (2011), “Ngoại giao văn hóa trong chiến lược phát triển hòa bình của Trung Quốc”, *Tạp chí nghiên cứu Quốc tế*, (2), tr.101-116.

II. Tiếng Anh

233. Advisory Committee on Cultural Diplomacy, U.S. Department of State (2005), *Cultural Diplomacy - The Linchpin of Public Diplomacy*, report.
234. Banker Chris (2000), *Cultural Studies: Theory and Practice*, sage, London.
235. G.D.Berridge. Diplomacy. Theory and Practise. Second Edition. New York palgrave 2002
236. Bogolubova, M. Natalia; Nikolaeva, V. Julia (2013), “Contemporary problems of Cultural Cooperation: Issues in Theory and Practice”, *Middle-East Journal of Scientific Research*, No. 16 (12), pp. 1731-1734.
237. Bound, Kristen, Rachel Briggs, John and Holden and Samuel Jones (2007), *Culture is a Central Component of International Relation. It's time to Unlock Its Full Potential... London: Demos, Retrieved from: http://www.demos.co.uk/files/Culture_diplomcy- web.pdf.*
238. Blumenthal A. (1940), "A New Definition of Culture", *American Anthropologist* (42), pp.571-586.
239. Commings Mitoln (2003), *Culture Diplomacy and Unisted Stated Governement*, Center for Arts and Culture, USA

240. Gienow-Hecht, J (2010), "What are we searching for? Culture, Diplomacy, Agent, and the State, in Searchinh for a Culture Diplomacy, edited by GienowHecht", *J & Donfried*, M. (2010) Bergahn Book, pp.21-22.
241. Gienow-Hecht J. C. E., Mark C. Donfried (2010), *Searching for a Cultural Diplomacy*, Berghahn Books, New York.
242. Harvey B. Feigen Baun (2002), *Globalization and Cultural Diplomacy*, Issue Paper on Art, Culture \$ The National Agenda, Center for Arts and Culture, George Washington University, Washington, DC.
243. IYEO (2012), "International Youth Exchange Program", *International Youth Exchange Organization of Japan*, <http://www.iyeo.or.jp/en/caoprogram/index.html>
244. Japa Foundation (2012), *Survery report on Japanmess- Language education abroad*, tr3-4.
245. Joseph Nye (1990), "Bound toLead: The changing Nature of American Power", New York: Basic Books, P8.
246. Joseph Nye (1990), "*Soft Power*", Foreign Policy.
247. Joseph Nye (2004), "*Soft Power: The means to sccess in World politic*", New York: Public Affairs.
248. Joshep Nye (2011), *The future of Power*, PublicaAffairs.
249. Kristen Bound, Rachel Briggs, John Holden, Samuel Jones, *Cultural Diplomacy*.
250. Kristen Bound, Rachel Briggs, John Holden, Samuel Jones, *Cultural Diplomacy*.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020 được

Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 14/02/2011

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Số: 208/QĐ-TTg

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Hà Nội, ngày 14 tháng 02 năm 2011

QUYẾT ĐỊNH VỀ VIỆC PHÊ DUYỆT CHIẾN LƯỢC NGOẠI GIAO VĂN HÓA ĐẾN NĂM 2020

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Ngoại giao,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1. Phê duyệt “Chiến lược Ngoại giao Văn hóa đến năm 2020” kèm theo Quyết định này.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Điều 3. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc CP;
- VP BCĐ TW về phòng, chống tham nhũng;
- HĐND, UBND các tỉnh, TP trực thuộc TW;

**KT. THỦ TƯỚNG
PHÓ THỦ TƯỚNG**

Phạm Gia Khiêm

- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia;
- Ngân hàng Chính sách Xã hội;
- Ngân hàng Phát triển Việt Nam;
- UBTW Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- VPCP: BTCN, các PCN, Công TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc, Công báo;
- Lưu: Văn thư, QHQT (5b)

CHIẾN LƯỢC
NGOẠI GIAO VĂN HÓA ĐẾN NĂM 2020
(Ban hành theo Quyết định số 208/QĐ-TTg ngày 14 tháng 02 năm 2011
của Thủ tướng Chính phủ)

PHẦN MỞ ĐẦU

Với xu thế toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế sâu rộng như hiện nay, ngoại giao văn hóa ngày càng được sử dụng rộng rãi với nhiều hình thức phong phú và có vai trò quan trọng hơn trong nền ngoại giao của mỗi quốc gia bởi sức lan tỏa mạnh mẽ của văn hóa có tác dụng to lớn trong việc xây dựng lòng tin, giúp làm sâu sắc và thắt chặt hơn các mối quan hệ chính trị và kinh tế giữa các quốc gia.

Trong thập niên đầu thế kỷ 21, với sự phát triển mạnh mẽ của nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, với sự hội nhập quốc tế sâu rộng của đất nước, chúng ta đã và đang phát huy sức mạnh của văn hóa trong đối ngoại nhằm thực hiện thắng lợi chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước. Ngoại giao văn hóa của Việt Nam được xác định là việc triển khai các hoạt động văn hóa do Nhà nước làm chủ đạo nhằm đạt được những mục tiêu chính trị, kinh tế, văn hóa phù hợp với yêu cầu chung của công tác đối ngoại. Nội hàm của ngoại giao văn hóa bao gồm năm hoạt động chính là mở đường, khai thông quan hệ với các nước và khu vực chưa có nhiều quan hệ với ta; xúc tiến, tăng cường và làm sâu sắc hiểu biết với các quốc gia; quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam trên trường quốc tế; vận động để Việt Nam có nhiều di sản được UNESCO công nhận và tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại để làm giàu bản sắc văn hóa dân tộc.

Trong 5 năm qua, 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. Trong bối cảnh từ nay đến năm 2020, công tác này cần được tổ chức thực hiện một cách có hệ thống với trọng tâm, trọng điểm rõ ràng hơn để đóng góp hiệu quả hơn vào chiến lược ngoại giao toàn diện, góp phần đưa Việt Nam trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2020.

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 của nền 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 hóa đất nước.

I. THỰC TRẠNG NGOẠI GIAO VĂN HÓA TRONG THỜI GIAN QUA

1. Về nhận thức

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.

2. Sự phối hợp giữa các cơ quan liên quan đến 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.

3. Một số kết quả triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa cụ thể

Hoạt động ngoại giao văn hóa bước đầu gắn kết với ngoại giao chính trị, nhân các chuyến thăm của Lãnh đạo cấp cao nhằm tăng cường hiểu biết

giữa Việt Nam với bạn bè quốc tế như việc tổ chức các chương trình biểu diễn nghệ thuật, biểu diễn Nhã nhạc Cung đình Huế, các ngày văn hóa Việt Nam ở nước ngoài, các triển lãm nhạc cụ, tranh ảnh giới thiệu về đất nước, con người Việt Nam... đồng thời qua đó giới thiệu về tiềm năng kinh tế, du lịch, là điềm đến an toàn cho các nhà đầu tư và thương mại.

Hoạt động ngoại giao văn hóa đã góp phần tích cực vận động các danh hiệu văn hóa thế giới như Hoàng thành Thăng Long là Di sản văn hóa Thế giới, Ca trù, Quan họ là Di sản văn hóa phi vật thể...; hỗ trợ các địa phương tổ chức các chương trình văn hóa như các lễ hội văn hóa, du lịch, ẩm thực, các cuộc thi bắn pháo hoa quốc tế...

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”...

4. Hạn chế

Mặc dù các hoạt động ngoại giao văn hóa trong những năm gần đây đã phong phú hơn so với trước, nhưng 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.

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.

5. Nguyên nhân của các hạn chế

Ngoại giao văn hóa là một lĩnh vực, khái niệm mới, nội hàm đang trong giai đoạn xác định, nhận thức về tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa chưa cao, chưa có một văn bản có tính định hướng chung của Đảng, Nhà nước làm cơ sở cho việc thống nhất nhận thức về nhiệm vụ, cơ chế phối hợp và triển khai các hoạt động giữa các Bộ, ngành, giữa Trung ương và địa phương.

Chưa có một cơ chế chỉ đạo và quản lý thống nhất về các hoạt động liên quan đến ngoại giao văn hóa từ trung ương đến các Bộ, ngành và các địa phương trong và ngoài nước dẫn đến tình trạng tự phát, phân tán, chồng chéo lẫn nhau.

Nguồn lực cho các hoạt động ngoại giao văn hóa còn hạn hẹp.

II. BỐI CẢNH QUỐC TẾ VÀ TRONG NƯỚC TỪ NAY ĐẾN NĂM 2020

1. Bối cảnh quốc tế

Hoà bình, hợp tác cùng phát triển đi đôi với đấu tranh tiếp tục là xu thế chính trong quan hệ quốc tế thời gian tới. Trong đó, toàn cầu hóa, công nghệ thông tin, giao lưu trên các lĩnh vực tiếp tục phát triển mạnh mẽ. Trong bối cảnh đó, một mặt các quốc gia chủ động tham gia quá trình giao lưu văn hóa để phát triển, khẳng định bản sắc, phát huy ảnh hưởng của mình trên trường quốc tế. Mặt khác, các quốc gia cũng nhận thấy quá trình toàn cầu hóa có thể làm nổi rõ hơn những khác biệt về văn hóa, một trong những nguyên nhân có thể dẫn đến các cuộc xung đột sắc tộc, tôn giáo. Do vậy, ngoại giao văn hóa sẽ ngày càng có vai trò quan trọng hơn trong việc thúc đẩy hợp tác và tháo dỡ ngòi nổ cho những xung đột tiềm tàng trong quan hệ quốc tế.

Tại khu vực Đông Nam Á, Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) đang thúc đẩy mạnh mẽ hợp tác văn hóa với việc xây dựng Cộng đồng ASEAN vào năm 2015, trong đó Cộng đồng Văn hóa - Xã hội là một trong ba trụ cột chính. Ý tưởng về việc xây dựng một cộng đồng Đông Á cũng đang được hình thành, trong đó việc thúc đẩy các hoạt động giao lưu văn hóa là một chất kết dính quan trọng.

2. Tình hình trong nước

Sau 25 năm Đổi mới, Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu nổi bật về nhiều mặt và hội nhập tương đối sâu rộng vào đời sống quốc tế. Chúng ta đã bình thường hóa và từng bước xây dựng, nâng cấp khuôn khổ quan hệ ổn

định, lâu dài với các nước lớn, các trung tâm kinh tế - chính trị thế giới và khu vực. Với tinh thần chủ động hội nhập, chúng ta đã tận dụng nhiều nguồn lực bên ngoài, kết hợp với tiềm lực trong nước phục vụ cho sự nghiệp phát triển kinh tế, công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước.

Nhiệm vụ của công tác đối ngoại trong thời gian tới là 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 hóa đất nước, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, đồng thời góp phần tích cực vào cuộc đấu tranh chung của nhân dân thế giới vì hòa bình, độc lập dân tộc, dân chủ và tiến bộ xã hội; đưa các quan hệ quốc tế đã được thiết lập vào chiều sâu, ổn định, bền vững, đặc biệt trong lĩnh vực phát triển kinh tế, khoa học công nghệ, giáo dục đào tạo, văn hóa, xã hội và thể thao. Thế và lực của đất nước vừa cho phép, vừa đòi hỏi việc phát huy hiệu quả hơn nữa công tác ngoại giao văn hóa để thực hiện nhiệm vụ này.

III. MỤC TIÊU VÀ QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN NGOẠI GIAO VĂN HÓA ĐẾN NĂM 2020

1. Mục tiêu

Đẩy mạnh hoạt động ngoại giao văn hóa nhằm làm cho thế giới hiểu biết hơn về đất nước, con người và văn hóa 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.

2. Quan điểm

Ngoại giao văn hóa 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.

IV. BIỆN PHÁP TRIỂN KHAI THỰC HIỆN

1. Biện pháp chính sách

a) Tăng cường lý luận và nhận thức về ngoại giao văn hóa:

Hoàn thiện hệ thống lý luận về ngoại giao văn hóa, bao gồm khái niệm, nội hàm cũng như xác định rõ vai trò, vị trí của ngoại giao văn hóa trong tổng thể nền ngoại giao toàn diện, hiện đại của Việt Nam; gắn kết ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị, ngoại giao kinh tế và công tác về người Việt Nam ở nước ngoài nhằm tạo sức mạnh ngoại giao tổng hợp.

Đẩy mạnh công tác nghiên cứu chiến lược, dự báo những xu hướng phát triển của văn hóa và ngoại giao văn hóa trong khu vực và trên thế giới tác động đến Việt Nam thông qua các hội thảo, hội nghị, tọa đàm, trao đổi cấp quốc gia, khu vực và quốc tế. Từ đó, kiến nghị với Đảng và Nhà nước về chính sách liên quan đến ngoại giao văn hóa.

Tạo nhận thức chung và đồng thuận trong Lãnh đạo các cấp, các ngành, địa phương về sự cần thiết và tầm quan trọng của công tác ngoại giao văn hóa; nhằm đưa công tác này trở thành một nhiệm vụ thường xuyên của mọi cơ

quan từ trung ương đến địa phương và của toàn xã hội.

b) Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách về ngoại giao văn hóa

Hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách về ngoại giao văn hóa một cách toàn diện, đồng bộ trên cơ sở phù hợp với pháp luật của Nhà nước và đường lối đối ngoại của Đảng; điều chỉnh, bổ sung chính sách ngoại giao văn hóa cho phù hợp với thực tiễn phát triển của đất nước và với cam kết quốc tế.

Gắn công tác ngoại giao văn hóa với kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm của các cấp, các ngành và địa phương; lồng ghép hoạt động ngoại giao văn hóa trong triển khai Chiến lược phát triển văn hóa, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, nhằm tạo tính cộng hưởng trong mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương.

Xây dựng cơ chế phối hợp giữa các Bộ, ngành, địa phương để triển khai hoạt động ngoại giao văn hóa nhằm phân định rõ chức năng, nhiệm vụ của Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Thông tin và Truyền thông và các Bộ, ngành địa phương có liên quan khác trong việc chủ trì, phối hợp tổ chức các chương trình, hoạt động văn hóa có yếu tố nước ngoài ở trong và ngoài nước, cụ thể:

- Bộ Ngoại giao có nhiệm vụ tìm hiểu, nghiên cứu và kiến nghị tổ chức các hoạt động văn hóa của Việt Nam ra nước ngoài một cách có hiệu quả và thiết thực, có trọng điểm và phù hợp với đối tượng trên địa bàn, tiếp thu tinh hoa của nước sở tại vào Việt Nam.

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, phối hợp với Bộ Ngoại giao thực hiện các hoạt động văn hóa có yếu tố nước ngoài, các chương trình đón các đoàn văn hóa, nghệ thuật của nước ngoài vào Việt Nam và giới thiệu các di sản, danh lam thắng cảnh, truyền thống văn hóa Việt Nam với bạn bè quốc tế.

- Bộ Thông tin và Truyền thông phối hợp với Bộ Ngoại giao xây dựng chủ trương cung cấp thông tin cho báo chí nước ngoài, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và cộng đồng quốc tế.

- Các hội hữu nghị, tổ chức đoàn thể chính trị xã hội gắn các hoạt động ngoại giao văn hóa trong quá trình triển khai các hoạt động ngoại giao nhân dân.

2. Các biện pháp cụ thể

a) Đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho công tác ngoại giao văn hóa

Xây dựng đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp trong lĩnh vực ngoại giao văn hóa nhằm đáp ứng yêu cầu của thời kỳ mới. Đẩy mạnh các hoạt động bồi dưỡng kiến thức về văn hóa và ngoại giao văn hóa cho các cán bộ làm công tác đối ngoại, cán bộ công tác tại các cơ quan đại diện của Việt Nam, các Trung tâm văn hóa/Nhà văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài.

Nâng cao kiến thức về ngoại giao văn hóa cho các cán bộ làm công tác ngoại vụ và văn hóa thuộc các tỉnh, thành phố; tiếp tục mở các lớp bồi dưỡng về kiến thức đối ngoại nói chung và ngoại giao văn hóa nói riêng, kiến thức về tổ chức sự kiện văn hóa có yếu tố nước ngoài tại các địa phương.

Đưa nội dung ngoại giao văn hóa vào giảng dạy một cách phù hợp tại một số trường Đại học chuyên ngành như Học viện Ngoại giao, Đại học Văn hóa, Học viện Báo chí và tuyên truyền và các trường có chuyên ngành liên quan nhằm nâng cao kiến thức của sinh viên, thanh niên đối với công tác ngoại giao văn hóa.

Tăng cường hoạt động giao lưu văn hóa giữa học sinh, sinh viên, thanh niên Việt Nam với các nước trong khu vực và quốc tế.

b) Bảo đảm nguồn lực cho ngoại giao văn hóa

Bảo đảm các điều kiện về tài chính, vật chất để công tác ngoại giao văn hóa có thể hoạt động một cách hiệu quả bằng các nguồn kinh phí được bố trí từ ngân sách nhà nước.

Thành lập Quỹ Ngoại giao văn hóa do Bộ Ngoại giao quản lý theo các quy định của Nhà nước và trên cơ sở cân đối với các quỹ hiện có của Bộ Ngoại giao.

Xây dựng các chương trình sử dụng Quỹ nhằm tạo điều kiện cho các văn nghệ sỹ, học giả, nhà văn hóa, nhà báo... Việt Nam tham dự các cuộc thi quốc tế về các lĩnh vực văn hóa như mỹ thuật, hội họa, âm nhạc, điện ảnh, thời trang... Đăng cai tổ chức các cuộc thi này tại Việt Nam.

Các địa phương chủ động xây dựng kế hoạch sử dụng một phần nguồn Ngân sách địa phương cho các hoạt động ngoại giao văn hóa định kỳ và đột xuất tại địa phương, lồng ghép với hoạt động tổ chức lễ hội quốc gia ở địa phương và xây dựng hồ sơ cho các danh hiệu quốc tế.

Đẩy mạnh việc xã hội hóa, thu hút các doanh nghiệp, tư nhân tài trợ, đóng góp cho các hoạt động ngoại giao văn hóa phù hợp với quy định của pháp luật.

c) Gắn kết các hoạt động ngoại giao văn hóa với công tác về cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài

Quán triệt Nghị quyết số 36/NQ-TW ngày 26 tháng 3 năm 2004 của Bộ Chính trị về Công tác đối với người Việt Nam ở nước ngoài trong việc hỗ trợ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài duy trì và quảng bá bản sắc văn hóa dân tộc tại nước sở tại; quan tâm, tạo điều kiện để cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, với vai trò vừa là chủ thể, vừa là đối tượng hưởng thụ, được tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hóa lành mạnh từ trong nước để giữ gìn và phát huy truyền thống văn hóa Việt Nam trong gia đình, trong sinh hoạt cộng đồng người Việt Nam và quảng bá, giới thiệu bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam với người dân nước sở tại.

Đề cao việc phổ biến tiếng Việt ở nước ngoài; tích cực triển khai Đề án “Hỗ trợ việc dạy và học tiếng Việt cho người Việt Nam ở nước ngoài” nhằm gìn giữ và phát triển việc sử dụng tiếng Việt trong cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, triển khai thí điểm tại Lào, Căm-pu-chia, Nga, Séc, Mỹ và Ca-na-đa.

d) Gắn kết ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế

Hàng năm, căn cứ theo nhu cầu thực tế, tổ chức các chương trình Ngày Việt Nam ở nước ngoài, các sự kiện văn hóa nhân dịp các sự kiện quan trọng như kỷ niệm năm chẵn, năm tròn ngày thiết lập quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam và các nước, ngày Quốc khánh... hoặc nhân dịp các chuyên thăm của Lãnh đạo cấp cao Việt Nam đến các nước và Lãnh đạo cấp cao các nước đến Việt Nam, góp phần đưa quan hệ Việt Nam với các nước đi vào chiều sâu, bền vững, tăng cường tình hữu nghị, sự hiểu biết, tin cậy lẫn nhau, giữa nhân dân các nước với Việt Nam, đồng thời vận động thu hút đầu tư nước ngoài, khách du lịch quốc tế, trao đổi thương mại, tạo điều kiện mở rộng quan hệ hợp tác trên các lĩnh vực khác.

đ) Đẩy mạnh quảng bá hình ảnh Việt Nam

Triển khai kế hoạch cụ thể, các hoạt động quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam với những thông điệp về một dân tộc có bề dày văn hóa đặc sắc, lịch sử hào hùng, một đất nước có sức sống mãnh liệt, giàu tiềm năng, đạt nhiều thành tựu trong đổi mới, người dân cần cù, sáng tạo, thân thiện, yêu chuộng hòa bình. Đồng thời, tăng cường giới thiệu con người

Việt Nam thông qua hình ảnh các anh hùng dân tộc, danh nhân văn hóa cũng như những nét đẹp tiêu biểu của con người Việt Nam. Gắn kết các hoạt động ngoại giao văn hóa và các hoạt động thông tin đối ngoại trong công tác này.

Phát huy bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam trong các ngành, nghề vào việc thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương nói riêng và của đất nước nói chung. Tập trung triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa vào các lĩnh vực có thế mạnh của Việt Nam như du lịch sinh thái, du lịch lễ hội, du lịch các làng nghề truyền thống và tổ chức các cuộc triển lãm quốc tế, tiếp thị các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, các sản vật địa phương, giới thiệu văn học, nghệ thuật của Việt Nam với bạn bè quốc tế. Xây dựng hình ảnh quốc gia phù hợp với văn hóa Việt Nam nhằm quảng bá hình ảnh Việt Nam trên trường quốc tế.

Đẩy mạnh các hoạt động ngoại giao văn hóa tại các địa bàn, trọng tâm là các nước lớn, các nước láng giềng và các nước ASEAN nhằm tranh thủ các điều kiện hợp tác trên các lĩnh vực kinh tế, chính trị và xã hội. Tăng cường hợp tác trên lĩnh vực ngoại giao văn hóa tại các diễn đàn song phương và đa phương như UNESCO, ASEAN, ASEM, EAS, Tổ chức Pháp ngữ, Liên Hợp Quốc... để góp phần quảng bá hình ảnh Việt Nam với các nước, làm cho các mối quan hệ này sâu sắc, ổn định và bền vững.

Chú trọng xuất bản và phổ biến ra nước ngoài các tác phẩm nghệ thuật có giá trị, chất lượng, các ấn phẩm của các nhà văn, nhà thơ, nhà nghiên cứu có tên tuổi, giới thiệu phong tục tập quán, lễ hội, trang phục các dân tộc Việt Nam, danh lam thắng cảnh, làng nghề truyền thống, các tác phẩm trên các lĩnh vực điện ảnh, âm nhạc, hội họa, mỹ thuật, nhiếp ảnh, kiến trúc.

Sử dụng các phương tiện và công nghệ thông tin, truyền thông hiện đại, truyền thông đa phương tiện, xây dựng các Website riêng của các Hội nghệ thuật... để giới thiệu về đất nước, văn hóa và con người Việt Nam bằng nhiều ngôn ngữ; xây dựng các chương trình truyền hình vệ tinh bằng một số tiếng nước ngoài, giúp bạn bè quốc tế có cơ hội tiếp cận và hiểu hơn về Việt Nam.

Tiến hành quy hoạch, tạo dựng bản sắc riêng cho các lễ hội, festival cấp quốc gia và quốc tế được tổ chức định kỳ tại các tỉnh, thành phố lớn trong cả nước, các cuộc thi về văn hóa như vẽ tranh, sáng tác phim, viết sách, chơi các loại nhạc cụ... phù hợp với chủ trương, đường lối của Đảng và phong tục, tập quán, văn hóa của Việt Nam và với thông lệ quốc tế.

Các địa phương chủ động phối hợp với các Bộ, ngành có liên quan tổ chức các chương trình văn hóa có yếu tố nước ngoài tại địa phương mình hoặc ở nước ngoài nhằm giới thiệu, quảng bá những nét văn hóa độc đáo của địa phương; đồng thời chủ động mở rộng giao lưu, hợp tác với các thành phố, địa phương trên thế giới.

Đẩy mạnh hoạt động ngoại giao văn hóa trong các hoạt động đối ngoại nhân dân.

Xây dựng đội ngũ doanh nghiệp văn hóa mạnh; gắn kết chặt chẽ giữa một số thương hiệu hàng hóa có chất lượng của Việt Nam với các yếu tố văn hóa đặc sắc của đất nước.

Phát huy vai trò của các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài trong việc 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. Hàng năm, các cơ quan đại diện cần xây dựng kế hoạch cụ thể về nội dung và dự trù kinh phí để triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa.

Chuẩn hóa nghi lễ khánh tiết tại các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài, chuẩn hóa trang phục và quà tặng đối ngoại nhằm quảng bá, giới thiệu những nét đặc trưng về văn hóa của Việt Nam.

Thành lập và quản lý hoạt động của các trung tâm văn hóa, nhà văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài theo đề án “Xây dựng Trung tâm văn hóa Việt Nam ở nước ngoài” đã được Chính phủ phê duyệt. Trước tiên, cần tổng kết rút kinh nghiệm về mô hình khai thác và quản lý các nhà văn hóa của Việt Nam tại Lào và Pháp, trên cơ sở thí điểm từng bước mở rộng ra một số địa bàn trọng điểm như: Căm-pu-chia, Nhật Bản, Liên bang Nga và Hoa Kỳ. Phấn đấu đến năm 2020, thành lập và triển khai hoạt động mạng lưới từ 5 đến 10 trung tâm văn hóa, nhà văn hóa của Việt Nam tại các địa bàn quan trọng ở nước ngoài.

e) Đa dạng hóa các loại hình vận động danh hiệu quốc tế

Hoàn thiện và đánh giá tác động của các danh hiệu văn hóa quốc tế của Việt Nam nhằm hỗ trợ việc giới thiệu và quảng bá các danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, danh nhân văn hóa của đất nước; đẩy mạnh việc đa dạng hóa đối tượng và loại hình vận động danh hiệu văn hóa quốc tế.

Kiên toàn và phát huy vai trò của Ủy ban Quốc gia UNESCO Việt

Nam, cơ quan chủ trì, tham mưu cho Bộ Ngoại giao và Chính phủ về các vấn đề quan hệ với UNESCO, kiến nghị và thẩm định các hồ sơ đệ trình UNESCO công nhận các loại hình danh hiệu quốc tế.

Các địa phương phát hiện và xây dựng lộ trình vận động các tổ chức quốc tế công nhận mới các danh hiệu văn hóa quốc tế như: Di sản Văn hóa vật thể, phi vật thể, Khu dự trữ sinh quyển thế giới, Mạng lưới Công viên Địa chất Thế giới, Di sản Tư liệu thuộc Chương trình Ký ức Thế giới, Kỳ quan thiên nhiên mới của thế giới, Thành phố vì hòa bình, Thành phố Sáng tạo...

Đẩy mạnh công tác bảo tồn, gìn giữ và phát huy những giá trị của các di sản đã được công nhận, đóng góp thiết thực vào phát triển kinh tế - xã hội của địa phương có di sản.

g) Tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại

Tăng cường công tác nghiên cứu, tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa, tri thức, kinh nghiệm hay, khoa học tiên tiến thế giới vào Việt Nam, kế thừa, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, đề hoàn thiện và phong phú hơn kho tàng văn hóa, tri thức của Việt Nam, đồng thời đưa tinh hoa văn hóa của Việt Nam ra thế giới, góp phần bổ sung tinh hoa văn hóa nhân loại.

Đấu tranh chống lại những sản phẩm văn hóa không lành mạnh từ bên ngoài xâm nhập vào Việt Nam. Đồng thời phản bác kịp thời, hiệu quả những luận điệu sai trái, xuyên tạc của các thế lực chống phá nhà nước thông qua việc tuyên truyền không đúng sự thật về Việt Nam, về các lãnh tụ, danh nhân của đất nước, về lịch sử của dân tộc, về đất nước và con người Việt Nam.

V. PHÂN CÔNG THỰC HIỆN

1. Bộ Ngoại giao chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, tổ chức triển khai thực hiện Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020; xây dựng và tổ chức thực hiện các kế hoạch ngoại giao văn hóa hàng năm phù hợp với Chiến lược Ngoại giao văn hóa và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội; hướng dẫn, kiểm tra, giám sát, tổng hợp tình hình thực hiện và định kỳ báo cáo Thủ tướng Chính phủ.

2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phối hợp với Bộ Ngoại giao và các Bộ, ngành có liên quan khác trong việc tổ chức và triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa, Chương trình quảng bá quốc gia trên lĩnh vực thuộc thẩm quyền của Bộ theo kế hoạch hàng năm và Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến

năm 2020; Chỉ đạo hoạt động của các Trung tâm văn hóa, Nhà văn hóa Việt Nam tại nước ngoài theo kế hoạch dài hạn và hàng năm.

3. Bộ Giáo dục và Đào tạo chủ trì, phối hợp với Bộ Ngoại giao xây dựng và thực hiện kế hoạch đào tạo nhân lực; đưa nội dung ngoại giao văn hóa vào giảng dạy tại các cơ sở đào tạo có các chuyên ngành liên quan đến Ngoại giao, Văn hóa.

4. Bộ Tài chính chủ trì, phối hợp với Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các Bộ, ngành liên quan xây dựng cơ chế quản lý Quỹ Ngoại giao văn hóa nhằm bảo đảm ngân sách hoạt động ngoại giao văn hóa; xây dựng chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế - xã hội đầu tư cho hoạt động ngoại giao văn hóa.

5. Bộ Nội vụ chủ trì, phối hợp với Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xác định biên chế, xây dựng các chế độ, chính sách đối với cán bộ làm công tác ngoại giao văn hóa ở Việt Nam và ở các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài, các trung tâm văn hóa, nhà văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài.

6. Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp với Bộ Ngoại giao và các Bộ, ngành liên quan xây dựng quy hoạch mạng lưới các cơ quan thông tấn, báo chí Việt Nam ở nước ngoài; xây dựng cơ chế, chính sách để phát triển và quản lý việc xuất bản, phổ biến ra nước ngoài những ấn phẩm quảng bá hình ảnh Việt Nam, phối hợp các hoạt động thông tin đối ngoại với ngoại giao văn hóa.

7. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ theo chức năng và nhiệm vụ thực hiện Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020 trong phạm vi thẩm quyền; phối hợp với Bộ Ngoại giao và các Bộ, cơ quan khác triển khai thực hiện các nhiệm vụ ngoại giao văn hóa trên phạm vi toàn quốc và quốc tế và gửi báo cáo hoạt động hàng năm về Bộ Ngoại giao để tổng hợp trình Thủ tướng Chính phủ.

8. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa trên địa bàn theo thẩm quyền; xây dựng và chỉ đạo thực hiện các kế hoạch Ngoại giao văn hóa hàng năm phù hợp với Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020 và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương trong cùng thời kỳ và gửi báo cáo hoạt động hàng năm về Bộ Ngoại giao để tổng hợp trình Thủ tướng Chính phủ.

Phụ lục 2**CHIẾN LƯỢC VĂN HÓA ĐỐI NGOẠI CỦA VIỆT NAM
ĐẾN NĂM 2020 VÀ TẦM NHÌN ĐẾN 2030**

*(Ban hành theo Quyết định số 210/QĐ-TTg ngày 08 tháng 02 năm 2015
của Thủ tướng Chính phủ)*

PHẦN MỞ ĐẦU

Trong thế giới toàn cầu hóa hiện nay với xu thế chủ đạo là hòa bình, hợp tác cùng phát triển, văn hóa ngày càng giữ vai trò quan trọng, là động lực của sự phát triển bền vững. Đảng và Nhà nước Việt Nam xác định văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực phát triển bền vững đất nước. Văn hóa phải được đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội.

Để xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước, đòi hỏi phải chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa, tiếp thu tinh hoa văn hóa thế giới, làm giàu thêm văn hóa dân tộc, quảng bá hình ảnh Việt Nam, mở rộng ảnh hưởng, nâng cao vị thế, uy tín quốc tế, tăng cường sức mạnh tổng hợp quốc gia, góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước.

Văn hóa đối ngoại được xác định là tổng thể các hoạt động ứng xử, giao lưu, hợp tác về văn hóa của dân tộc này với dân tộc khác, khu vực cộng đồng này với khu vực cộng đồng khác nhằm giới thiệu những tinh hoa và giá trị văn hóa dân tộc, đồng thời tiếp thu tinh hoa văn hóa thế giới, làm phong phú và lan tỏa giá trị văn hóa quốc gia trong cộng đồng quốc tế, hỗ trợ tích cực cho các loại hình đối ngoại khác (chính trị, kinh tế...) để quốc gia tăng cường hợp tác, phát triển. Văn hóa đối ngoại được thực hiện bởi mọi tầng lớp xã hội, 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 nhằm thực hiện mục tiêu xây dựng nền văn hóa và con người Việt Nam phát triển toàn diện, biến văn hóa trở thành sức mạnh nội sinh quan trọng, tăng cường sức mạnh tổng

hợp quốc gia, nâng cao vị thế, uy tín trên trường quốc tế, đảm bảo sự phát triển bền vững của đất nước.

Trong những năm qua, hoạt động văn hóa đối ngoại của Việt Nam cơ bản bám sát, phục vụ tốt chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước, góp phần phát huy sức mạnh đối ngoại toàn diện của Việt Nam trong khu vực và trên thế giới. Tuy nhiên, hoạt động văn hóa đối ngoại chưa thực sự được điều phối một cách tập trung trên phạm vi cả nước, chưa có một chiến lược tổng thể để phát huy tối đa những giá trị văn hóa của Việt Nam trên trường quốc tế và chủ động tiếp thu những tinh hoa văn hóa của nhân loại, góp phần tích cực vào sự nghiệp xây dựng và phát triển nền văn hóa dân tộc trong quá trình hội nhập quốc tế.

I. TÌNH HÌNH VĂN HÓA ĐỐI NGOẠI THỜI GIAN QUA

1. Thành tựu

Đề cương Văn hóa của Đảng ra đời năm 1943 đã coi văn hóa là một mặt trận cùng với kinh tế và chính trị. Trong giai đoạn 1945 - 1975, Đảng và Nhà nước ta đã chủ động triển khai các hoạt động văn hóa, tuyên truyền đối ngoại, nhằm nêu cao chính nghĩa của cuộc kháng chiến của dân tộc Việt Nam, tranh thủ sự ủng hộ và giúp đỡ của các lực lượng cách mạng và nhân dân tiến bộ trên thế giới, góp phần quan trọng vào việc từng bước phá vỡ vòng vây của chủ nghĩa đế quốc, phục vụ công cuộc đấu tranh giành độc lập dân tộc, thống nhất đất nước.

Sau khi đất nước thống nhất và gần ba mươi năm thực hiện chính sách đổi mới, đặc biệt là giai đoạn từ 1998 đến nay, hoạt động văn hóa đối ngoại đã đạt được nhiều thành tựu nổi bật, thể hiện sự lớn mạnh về cả số lượng và chất lượng. Cùng với việc mở rộng quan hệ đối ngoại đa dạng hóa, đa phương hóa, hàng loạt hoạt động văn hóa đối ngoại với quy mô khác nhau đã được tổ chức ở khắp các châu lục. Nhiều Ngày/Tuần/Tháng văn hóa Việt Nam, lễ hội Văn hóa - Du lịch, các hoạt động biểu diễn nghệ thuật, tuần phim, triển lãm giới thiệu hình ảnh đất nước, con người, hội thảo, xúc tiến, quảng bá du

lịch... đã được tổ chức ở nhiều khu vực, nhiều nước trên thế giới. Hoạt động văn hóa đối ngoại được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương, các tổ chức đối ngoại nhân dân, các Đại sứ quán Việt Nam ở nước ngoài tổ chức gây được tiếng vang, để lại những dấu ấn tích cực trong lòng bè bạn quốc tế.

Cùng với các hoạt động được tổ chức ở nước ngoài, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các Bộ, ngành, địa phương, các Đại sứ quán các nước tại Việt Nam phối hợp tổ chức nhiều sự kiện, hoạt động văn hóa quốc tế tại Việt Nam, từng bước tạo ra một diện mạo văn hóa đương đại đa dạng. Việt Nam đã từng bước tiếp nhận những giá trị văn hóa và phương thức thể hiện hiện đại của thế giới, làm phong phú và sâu sắc thêm những giá trị văn hóa dân tộc.

Các hoạt động văn hóa đối ngoại thực sự là một kênh hiệu quả góp phần vào thành công chung trong các hoạt động đối ngoại, từng bước nâng cao uy tín, vị thế, hình ảnh đất nước, con người Việt Nam trên thế giới; đồng thời, tạo điều kiện để công chúng ở nước ngoài, đặc biệt cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài được tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hóa nghệ thuật tiêu biểu từ trong nước, góp phần giữ gìn và phát huy truyền thống văn hóa Việt Nam trong gia đình, trong sinh hoạt của cộng đồng người Việt Nam ở xa Tổ quốc.

2. Hạn chế

Trong thời gian qua, đặc biệt từ khi Việt Nam thực hiện chính sách mở cửa, hội nhập với cộng đồng thế giới, mặc dù đã đạt được những thành tựu to lớn, nhưng so với yêu cầu của công cuộc hội nhập và sự nghiệp phát triển đất nước, các hoạt động văn hóa đối ngoại của Việt Nam vẫn chưa đáp ứng yêu cầu của tình hình mới.

Công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức, phát huy vai trò trách nhiệm các cấp, các ngành, các tầng lớp nhân dân hiểu biết về văn hóa đối ngoại và tiến hành công tác văn hóa đối ngoại còn nhiều hạn chế.

Việc giới thiệu văn hóa Việt Nam ra nước ngoài chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển. Số lượng các chương trình Việt Nam chủ động tổ chức hàng năm ở nước ngoài còn hạn chế do ngân sách eo hẹp. Việc tổ chức hoạt động ở các địa bàn xa xôi về mặt địa lý rất khó khăn. Nhiều đoàn nghệ thuật, đoàn triển lãm... được cử đi nước ngoài phải hạn chế số người để tiết kiệm kinh phí đã ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng các chương trình.

Các chương trình có chất lượng cao, đặc sắc chưa nhiều. Nội dung các hoạt động văn hóa đối ngoại còn thiếu tính sáng tạo, đơn điệu, trùng lặp, chưa khai thác hết tiềm năng kho tàng văn hóa Việt Nam, chưa giới thiệu được sự phát triển của nền văn hóa, nghệ thuật Việt Nam hiện đại. Bên cạnh đó, cần nhìn nhận một thực tế là Việt Nam chưa có các sản phẩm văn hóa đủ sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Sự liên kết, phối hợp giữa các Bộ, ngành, địa phương, các tổ chức đối ngoại nhân dân, các tổ chức nghệ thuật, các nghệ sỹ tự do và các doanh nghiệp trong công tác văn hóa đối ngoại còn yếu. Do đó, có ít chương trình quảng bá văn hóa đối ngoại quy mô lớn tại nước ngoài.

Công tác truyền thông về văn hóa đối ngoại chưa được quan tâm thích đáng, do đó, chưa nhân rộng được ảnh hưởng và sức lan tỏa của các hoạt động văn hóa đối ngoại trong kỷ nguyên công nghệ số hiện nay.

3. Nguyên nhân của những hạn chế

Đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước đã đánh giá đúng vai trò của văn hóa và văn hóa đối ngoại đối với sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Tuy nhiên, trong quá trình triển khai thực hiện còn nhiều thiếu sót, trước hết từ khâu nhận thức chưa đầy đủ về vai trò, vị trí, tầm quan trọng của văn hóa và văn hóa đối ngoại trong sự nghiệp đổi mới và phát triển đất nước. Chưa có một chiến lược văn hóa đối ngoại định hướng cho việc giao lưu, hợp tác quốc tế văn hóa, xây dựng hình ảnh đất nước, con người, văn hóa nghệ thuật Việt Nam thời kỳ mới.

Chưa có một cơ chế điều phối ở cấp quốc gia về các hoạt động văn hóa đối ngoại trong cả nước. Do đó, 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 văn hóa đối ngoại còn thiếu tính chủ động và chưa hiệu quả.

Các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam còn non trẻ, các doanh nghiệp văn hóa có quy mô nhỏ lẻ, phân tán, chưa tạo ra được những sản phẩm đủ sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Nguồn nhân lực làm việc trong lĩnh vực văn hóa đối ngoại ở các Bộ, ngành, địa phương không đồng đều về trình độ, khả năng ngoại ngữ cũng như sự am hiểu về văn hóa, luật pháp và phong tục, tập quán quốc tế. Công tác nghiên cứu, định hướng hoạt động văn hóa đối ngoại còn yếu.

Về tổng thể, mức độ đầu tư cho ngành văn hóa trong tổng chi ngân sách tương đối thấp so với các lĩnh vực khác. Các nguồn vốn xã hội hóa và nguồn vốn nước ngoài cho lĩnh vực văn hóa, đặc biệt là công tác văn hóa đối ngoại, chiếm một tỷ trọng rất nhỏ, không đáng kể so với các lĩnh vực khác. Chưa có các chính sách khuyến khích, ưu đãi cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động văn hóa đối ngoại.

II. BỐI CẢNH, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

1. Bối cảnh quốc tế và trong nước

a) Bối cảnh quốc tế

Trong bối cảnh quốc tế hiện nay, xu thế hòa bình, ổn định, độc lập, hợp tác để phát triển là xu thế chung. Trong đó, xu thế toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế đang diễn ra mạnh mẽ và sâu rộng trên toàn thế giới. Đặc biệt trên lĩnh vực văn hóa, quá trình “toàn cầu hóa” diễn ra sôi động với sự hỗ trợ đắc lực của các phương tiện truyền thông đại chúng và sự bùng nổ của các ngành công nghiệp sáng tạo.

Hiện nay, “sức mạnh mềm”, “quyền lực mềm” đang là nhân tố cơ bản để nâng cao sức cạnh tranh quốc gia cũng như để mở rộng phạm vi ảnh hưởng của một nước trong khu vực và trên thế giới. Cũng vì vậy, việc gia tăng “sức mạnh mềm” đang được nhiều nước coi là trọng điểm trong chiến lược phát triển quốc gia. “Sức mạnh mềm” được thể hiện ở sức hấp dẫn, lan tỏa từ các giá trị văn hóa của quốc gia đó.

Do đó, văn hóa ngày càng được coi trọng, gắn văn hóa với phát triển, coi văn hóa là động lực, là nhân tố tạo điều kiện cho phát triển bền vững. Phát triển công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo đang là xu thế của nền kinh tế thế giới và là ưu tiên trong chính sách phát triển của nhiều nước trong thời đại kinh tế tri thức.

Mặt khác, với những đặc thù riêng của văn hóa, các quốc gia ngày càng đề cao bản sắc văn hóa dân tộc, coi trọng việc giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, đấu tranh chống khuynh hướng đồng hóa về văn hóa; đồng thời chọn lọc tiếp thu các giá trị tinh hoa văn hóa của nhân loại. Bản sắc văn hóa dân tộc là vấn đề trọng đại, sống còn của mỗi quốc gia. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, văn hóa là một lĩnh vực dễ bị tác động, trong đó bản sắc văn hóa và văn hóa truyền thống dễ bị tác động hơn cả. Xử lý đúng đắn mối quan hệ giữa bảo vệ bản sắc văn hóa dân tộc với tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa nhân loại sẽ làm phong phú cho văn hóa đất nước, thúc đẩy văn hóa-xã hội phát triển.

b) Bối cảnh trong nước

Những thành tựu của công cuộc đổi mới đã và đang tạo ra những thế và lực mới để chúng ta bước vào một thời kỳ phát triển mới. Vị thế Việt Nam ngày càng được củng cố và khẳng định trên trường quốc tế là tiền đề cần thiết cho công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Quan hệ đối ngoại của nước ta hiện nay với các nước, các tổ chức quốc tế và vùng lãnh thổ ngày càng được mở rộng.

Đảng và Nhà nước ta dành sự quan tâm đặc biệt đến công tác văn hóa đối ngoại. Chiến lược Phát triển văn hóa đến năm 2020 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt năm 2009 xác định việc “Tăng cường, chủ động hợp tác và giao lưu quốc tế về văn hóa” là một trong những nhiệm vụ trọng tâm. Nghị quyết số 31/NQ-CP ngày 13 tháng 5 năm 2014 ban hành chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 22-NQ/TW ngày 10 tháng 4 năm 2013 của Bộ Chính trị về hội nhập quốc tế đã xác định nhiệm vụ phải xây dựng Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030. Đặc biệt sự ra đời của Nghị quyết Hội nghị lần thứ 9 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI (Nghị quyết số 33-NQ/TW) về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển, bền vững đất nước đã chỉ rõ: “Văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực phát triển bền vững đất nước. Văn hóa phải được đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội” và xác định rõ nhiệm vụ trọng tâm trong việc chủ động hội nhập quốc tế về văn hóa, mở rộng hợp tác văn hóa với các nước, thực hiện đa dạng các hình thức văn hóa đối ngoại, đưa các quan hệ quốc tế về văn hóa đi vào chiều sâu, đạt hiệu quả thiết thực; tiếp nhận có chọn lọc tinh hoa văn hóa thế giới, làm phong phú thêm văn hóa dân tộc.

Cùng với chủ trương, đường lối đúng đắn của Đảng và Nhà nước, những thành tựu phát triển văn hóa trong nước và các kết quả đạt được từ hoạt động văn hóa đối ngoại trong thời gian qua là cơ sở để đẩy mạnh văn hóa đối ngoại của Việt Nam trong thời kỳ mới, đáp ứng yêu cầu hội nhập và phát triển bền vững.

2. Cơ hội và thách thức

a) Cơ hội

Việt Nam đang đứng trước những cơ hội lớn về văn hóa đối ngoại. Nhờ sự giao lưu văn hóa quốc tế được tăng cường mà nhân dân ta có thêm điều kiện thuận lợi để tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại - từ lối sống, nếp sống năng động, sáng tạo, tự lập, ý thức tôn trọng pháp luật, đề cao tinh thần dân

chủ, công bằng đến những giá trị văn học nghệ thuật mang đậm tính nhân văn và hiện đại. Giới nghệ sỹ và những người làm sáng tạo nghệ thuật có cơ hội được cọ xát, giao lưu, tạo nguồn cảm hứng từ những giá trị văn hóa bên ngoài, làm giàu có thêm các sản phẩm sáng tạo.

Văn hóa Việt Nam cũng có nhiều điều kiện thuận lợi để giới thiệu với quốc tế bằng các phương cách và hình thức khác nhau.

b) Thách thức

Quá trình toàn cầu hóa thúc đẩy mạnh mẽ xu hướng giao lưu văn hóa và mở rộng ảnh hưởng văn hóa giữa các quốc gia, dân tộc. Bên cạnh những mặt tích cực, xu hướng này đã, đang và sẽ làm cho đời sống văn hóa, đặc biệt là các giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc biến đổi nhanh chóng, tạo áp lực rất lớn đối với việc duy trì bản sắc văn hóa dân tộc. Tính chất đa dạng phong phú của các nền văn hóa dân tộc có nguy cơ bị thay thế bằng một nền văn hóa “đồng dạng”, tạo ra sự đồng nhất, nghèo nàn về văn hóa.

Bên cạnh thách thức về việc mất bản sắc và bị “lai căng”, văn hóa Việt Nam còn đứng trước nguy cơ “tụt hậu” trong sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa, đánh mất thị trường tiêu thụ và bỏ lỡ cơ hội tạo dựng “sức mạnh mềm” từ các giá trị văn hóa.

III. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU VÀ NHIỆM VỤ

1. Quan điểm

Thứ nhất, văn hóa đối ngoại là một bộ phận quan trọng đặc biệt của nền văn hóa quốc gia, thể hiện sức mạnh nội sinh của dân tộc, có vai trò tích cực trong việc nâng cao vị thế của đất nước, con người và văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho công cuộc hội nhập quốc tế của đất nước.

Thứ hai, 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.

Thứ ba, 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.

Thứ tư, phát triển văn hóa đối ngoại phải đồng bộ, toàn diện, gắn liền với các nhiệm vụ đối ngoại của đất nước, đồng thời phải dựa trên cơ sở phát triển văn hóa trong nước, gắn bó chặt chẽ với quá trình xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước.

2. Mục tiêu

a) Mục tiêu chung

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 bảo đảm sự phát triển bền vững và bảo vệ vững chắc Tổ quốc.

b) Mục tiêu cụ thể

- 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.

- Tiếp thu tinh hoa văn hóa của 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.

- 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.

3. Nhiệm vụ trọng tâm

Đến năm 2020:

- Xây dựng và vận hành cơ chế điều phối quốc gia về văn hóa đối ngoại.
- 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 hóa 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...
- 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.
- 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.
- Thành lập một số Trung tâm Văn hóa 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

- 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.

- 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.

- 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, Căm-pu-chia 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.

Tầm nhìn đến năm 2030:

- Đưa các quan hệ quốc tế về văn hóa đã được thiết lập đi vào chiều sâu, chủ động, ổn định. Mở rộng quan hệ với các quốc gia, các vùng lãnh thổ, các tổ chức văn hóa quốc tế, các tập đoàn kinh tế, các cơ quan văn hóa trong khu vực và trên thế giới, hướng đến triển khai các chương trình hợp tác thực chất, hiệu quả.

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.

- Văn hóa Việt Nam có những đóng góp mới được ghi nhận trong đời sống văn hóa thế giới và cộng đồng quốc tế.

- Thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam phát triển, định vị văn hóa và sáng tạo như những thành tố then chốt của các thành phố lớn, để các thành phố này có thể trở thành các trung tâm về kinh tế sáng tạo ở châu Á.

IV. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Giải pháp về chính sách

- Hoàn thiện các chính sách nhằm nâng cao nhận thức, ý thức của toàn dân, toàn hệ thống chính trị về công tác văn hóa đối ngoại để toàn dân, toàn hệ thống chính trị nhận thức toàn diện, đúng đắn và tích cực về việc thực hiện văn hóa đối ngoại.

- Xây dựng cơ chế, chính sách về tài chính, tài trợ cho công tác giao lưu, hợp tác về văn hóa nghệ thuật của các đơn vị nghệ thuật và nghệ sỹ Việt Nam.

- Xây dựng và cụ thể hóa chính sách xã hội hóa các hoạt động văn hóa đối ngoại và những chính sách ưu tiên về thuế.

- Xây dựng hệ thống chính sách tạo điều kiện cho văn nghệ sỹ trí thức người Việt Nam ở nước ngoài có sáng tác về Việt Nam.

- Xây dựng chính sách phát triển nguồn nhân lực dài hạn, ngắn hạn trong lĩnh vực văn hóa nghệ thuật.

- Xây dựng và triển khai thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tại Việt Nam. Từng bước hình thành thị trường quốc tế cho các loại hình văn hóa, nghệ thuật Việt Nam. Tạo điều kiện thuận lợi cho hợp tác kinh tế, xúc tiến đầu tư nước ngoài trên lĩnh vực văn hóa, thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam

2. Giải pháp về xây dựng sản phẩm văn hóa đối ngoại

- Sản xuất những tác phẩm điện ảnh xuất sắc, chất lượng cao tham gia các liên hoan phim quốc tế quan trọng.

- Xây dựng kế hoạch tổ chức các triển lãm giới thiệu mỹ thuật Việt Nam có chất lượng nghệ thuật cao ra thế giới. Tuyển chọn các bộ sưu tập hội họa,

các tác phẩm mỹ thuật đặc sắc của Việt Nam trưng bày ở các nước, kết hợp tổ chức hội thảo giới thiệu về mỹ thuật truyền thống và đương đại Việt Nam.

- Xây dựng các chương trình biểu diễn nghệ thuật hấp dẫn, chất lượng cao, vừa đáp ứng nhu cầu thưởng thức trong nước, vừa giới thiệu hiệu quả nghệ thuật Việt Nam ra quốc tế.

- Khuyến khích đồng sản xuất, hợp tác sản xuất với các đối tác nước ngoài trên các lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật như điện ảnh, truyền hình, âm nhạc, múa.v.v.

- Trao đổi các trưng bày bảo tàng với các bảo tàng uy tín của các nước trên thế giới để giới thiệu kho tàng di sản văn hóa, lịch sử và nền văn hiến lâu đời của Việt Nam.

- Sáng tạo, đổi mới việc tổ chức Ngày Văn hóa, Tuần Văn hóa Việt Nam, Lễ hội Văn hóa - Du lịch Việt Nam ở nước ngoài. Phối hợp tổ chức các sự kiện, chương trình hoạt động văn hóa nghệ thuật có lồng ghép với các chương trình giới thiệu về ẩm thực Việt Nam, quảng bá hợp tác về đầu tư, thương mại, du lịch, thể thao... ở quy mô quốc gia và quốc tế nhằm thúc đẩy công tác truyền thông quốc tế, giới thiệu, quảng bá văn hóa, đất nước, con người Việt Nam.

- Tổ chức các chương trình giao lưu nghệ thuật vùng biên giới, và giao lưu với các dân tộc thiểu số của các nước trong khu vực và thế giới nhằm tăng cường và phát huy sức mạnh và hiệu quả của đối ngoại nhân dân.

3. Giải pháp về quảng bá, truyền thông

- Xây dựng các danh hiệu Đại sứ văn hóa, Đại sứ Du lịch của Việt Nam tại các địa bàn trên thế giới.

- Đa dạng hóa các sản phẩm, hình thức truyền thông ra quốc tế bằng tiếng nước ngoài (ưu tiên các tiếng Anh, Pháp, Trung Quốc, Nga, Tây Ban Nha, Lào, Căm-pu-chia...): Sản xuất các ấn phẩm sách báo, báo điện tử, các cơ quan truyền thông lớn của Việt Nam có chuyên trang bằng tiếng nước ngoài; xây dựng chương trình truyền hình đối ngoại giới thiệu văn hóa nghệ

thuật Việt Nam, sản xuất băng đĩa, phim ảnh... có phụ đề bằng tiếng nước ngoài; xây dựng thư viện trên mạng bằng tiếng Việt và bằng tiếng nước ngoài, áp dụng các loại hình truyền thông mới như mạng xã hội... để vươn tới phục vụ đông đảo cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và bạn bè quốc tế.

- Phát huy mạng lưới thông tin đối ngoại của các cơ quan truyền thông chính thống để phát triển văn hóa đối ngoại của Việt Nam bằng tất cả các loại hình thông tin; tiếp tục huy động sự tham gia tích cực của hệ thống văn phòng đại diện ở nước ngoài của các cơ quan thông tấn báo chí để phối hợp tổ chức và thông tin về các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam ở nước ngoài.

- Có phương thức truyền thông hiệu quả khi tổ chức các hoạt động văn hóa đối ngoại tại nước ngoài, thu hút sự tham gia của các hãng truyền thông uy tín tại địa bàn nước sở tại và các hãng truyền thông lớn trong khu vực và trên thế giới.

- Đẩy mạnh các hoạt động văn hóa đối ngoại nhân dân ở cấp độ doanh nghiệp và các đoàn thể để tranh thủ quảng bá các giá trị văn hóa của Việt Nam tới đông đảo công chúng trên thế giới.

- Tăng cường về phạm vi, mức độ, quy mô và chất lượng các hoạt động quảng bá văn hóa, nghệ thuật Việt Nam tới cộng đồng quốc tế và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài từ những sự kiện đã và đang thực hiện như Ngày Văn hóa Việt Nam, Tuần Văn hóa Việt Nam, Lễ hội Văn hóa - Du lịch... với các chương trình đa dạng và có trọng điểm.

- Tăng cường sự hiện diện của Việt Nam tại các sự kiện văn hóa, nghệ thuật lớn của thế giới như EXPO, các triển lãm mỹ thuật thế giới, Liên hoan phim quốc tế...

4. Giải pháp về đào tạo nguồn nhân lực

- Tăng cường giáo dục về việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, tốt đẹp tiêu biểu, đã qua sàng lọc, lựa chọn góp phần đưa các giá trị đó vào đời sống, trong ứng xử, văn học, báo chí, phim ảnh, đào tạo... và trong các chương trình giao lưu, hợp tác quốc tế với nước ngoài....

- Đẩy mạnh công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho công tác văn hóa đối ngoại. Nâng cao trình độ ngoại ngữ và kiến thức về văn hóa và văn hóa đối ngoại cho đội ngũ cán bộ làm công tác đối ngoại, cán bộ công tác nhiệm kỳ tại các cơ quan đại diện của Việt Nam, các Trung tâm văn hóa, Nhà văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài, cơ quan Thông tấn chính thức của Việt Nam ở nước ngoài cũng như đội ngũ cán bộ làm công tác đối ngoại và văn hóa đối ngoại trong nước.

- Đào tạo và xây dựng đội ngũ cán bộ Tham tán Văn hóa, Tùy viên văn hóa tại nước ngoài.

- Tranh thủ các hoạt động hợp tác quốc tế để đào tạo nguồn nhân lực cho hoạt động văn hóa đối ngoại.

5. Giải pháp về tổ chức

- Xây dựng một cơ chế điều phối quốc gia về văn hóa đối ngoại, trong đó Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch giữ vai trò chủ trì, phối hợp với các Bộ, ban, ngành, địa phương, doanh nghiệp, đoàn thể xã hội, văn nghệ sỹ và các tổ chức, cá nhân liên quan trong việc tổ chức các chương trình quảng bá hình ảnh quốc gia và các hoạt động văn hóa nghệ thuật Việt Nam ở nước ngoài.

- Phát triển hệ thống các Trung tâm Văn hóa Việt Nam ở nước ngoài tại các địa bàn trọng điểm trên thế giới. Các Trung tâm là “ngôi nhà chung” để quảng bá văn hóa, hình ảnh đất nước con người Việt Nam, kết nối cộng đồng quốc tế và người Việt Nam ở nước ngoài.

Cụ thể như sau: Năm 2015:

- + Hoàn thiện việc xây dựng mới Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại Lào.
- + Hoàn thiện việc cải tạo Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại Pháp.

Từ năm 2015 đến 2020:

Xây dựng các Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại Căm-pu-chia, Liên bang Nga, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Trung Quốc.

Từ năm 2020 - 2030: Tiếp tục phát triển mô hình các Trung tâm Văn hóa tại các địa bàn trọng điểm trên thế giới theo yêu cầu đối ngoại của Đảng và Nhà nước trong tình hình mới.

6. Giải pháp về nguồn lực tài chính

- Nhà nước tăng đầu tư ngân sách cho các hoạt động văn hóa đối ngoại, để chủ động triển khai các chương trình quảng bá hình ảnh quốc gia, chương trình phục vụ các sự kiện có ý nghĩa chính trị ngoại giao của Nhà nước ở nước ngoài.

- Tạo điều kiện và khuyến khích các tổ chức phi chính phủ, các hiệp hội, các doanh nghiệp và nghệ sỹ tự do tham gia vào các hoạt động văn hóa đối ngoại nhằm đa dạng hóa các nguồn lực vật chất cho các hoạt động.

7. Giải pháp đối với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài

- Gắn kết các hoạt động văn hóa đối ngoại với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và cộng đồng lưu học sinh Việt Nam ở nước ngoài.

- Phát huy tài năng, tâm huyết của lực lượng trí thức, văn nghệ sỹ người Việt Nam ở nước ngoài trong việc tham gia phát triển văn hóa, văn học, nghệ thuật của đất nước.

- Quan tâm, tạo điều kiện để cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài và cộng đồng lưu học sinh được tiếp nhận thông tin và sản phẩm văn hóa lành mạnh từ trong nước; đóng góp vào công cuộc xây dựng đất nước, giữ gìn và phát huy truyền thống văn hóa Việt Nam trong gia đình, trong sinh hoạt cộng đồng người Việt Nam xa Tổ quốc.

- Triển khai Chương trình dạy tiếng Việt cho cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, “giữ gìn sự trong sáng của Tiếng Việt”.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, tổ chức triển khai thực hiện Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030; xây dựng và tổ chức thực hiện các kế

hoạch văn hóa đối ngoại hàng năm có sự gắn kết, bổ trợ với Kế hoạch thông tin đối ngoại và Kế hoạch ngoại giao văn hóa; chỉ đạo hoạt động của các Trung tâm văn hóa, Nhà văn hóa Việt Nam tại nước ngoài theo kế hoạch dài hạn và hàng năm. Hàng năm, báo cáo Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện Chiến lược này.

2. Bộ Ngoại giao chỉ đạo các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài và các đơn vị liên quan phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các bộ, ngành có liên quan trong việc tổ chức và triển khai các hoạt động văn hóa đối ngoại; chủ trì phối hợp triển khai hệ thống Tham tán văn hóa, Tùy viên văn hóa tại các cơ quan đại diện và Trung tâm Văn hóa Việt Nam ở nước ngoài.

3. Bộ Tài chính chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao và các Bộ, ngành liên quan bố trí kinh phí xây dựng các Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại nước ngoài theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ; đảm bảo ngân sách hàng năm cho các hoạt động văn hóa đối ngoại, xây dựng chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế - xã hội đầu tư cho hoạt động văn hóa đối ngoại.

4. Bộ Nội vụ phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao xác định biên chế, xây dựng các chế độ, chính sách đối với cán bộ làm công tác văn hóa đối ngoại ở Việt Nam và ở các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài, các trung tâm văn hóa, nhà văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài.

5. Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao và các Bộ, ngành liên quan xây dựng cơ chế, chính sách để phát triển và quản lý việc xuất bản, phổ biến ra nước ngoài những ấn phẩm quảng bá văn hóa và hình ảnh Việt Nam, phối hợp triển khai các hoạt động thông tin tuyên truyền về văn hóa đối ngoại.

6. Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao, Bộ

Thông tin và Truyền thông và các Bộ, ngành liên quan xây dựng những chương trình, sản phẩm truyền thông, quảng bá văn hóa, đất nước, con người Việt Nam phát sóng ở nước ngoài và tiến hành hợp tác, trao đổi để phát triển các kênh/phương tiện truyền thông quốc tế.

7. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, các tổ chức đối ngoại nhân dân theo chức năng và nhiệm vụ Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030 trong phạm vi thẩm quyền; phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các Bộ, ngành khác triển khai thực hiện các nhiệm vụ văn hóa đối ngoại phạm vi toàn quốc và quốc tế.

8. Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm triển khai các hoạt động văn hóa đối ngoại trên địa bàn theo thẩm quyền; xây dựng và chỉ đạo thực hiện các kế hoạch văn hóa đối ngoại hàng năm phù hợp với Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030 và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương trong cùng thời kỳ. Hàng năm, có báo cáo gửi Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổng hợp báo cáo Thủ tướng Chính phủ.

**Phụ lục 3. DANH MỤC CÁC NHIỆM VỤ THỰC HIỆN
CHIẾN LƯỢC VĂN HÓA ĐỐI NGOẠI CỦA VIỆT NAM
ĐẾN NĂM 2020 VÀ TẦM NHÌN ĐẾN 2030**

*(Ban hành kèm theo Chiến lược tại Quyết định số 210/QĐ-TTg
ngày 08 tháng 02 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ)*

TT	Nội dung công việc	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Cấp phê duyệt	Thời gian phê duyệt/ thực hiện
I	Xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật, chính sách phục vụ công tác văn hóa đối ngoại					
1	Xây dựng quy chế liên ngành triển khai công tác văn hóa đối ngoại	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính, Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Giao thông vận tải, Tổng Công ty Hàng không Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, UBND các tỉnh, thành trong cả nước, các tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị - xã hội		Thủ tướng Chính phủ	2015

TT	Nội dung công việc	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Cấp phê duyệt	Thời gian phê duyệt/ thực hiện
			- nghề nghiệp ở trung ương và địa phương			
2	Tiếp tục triển khai thực hiện các đề án, nhiệm vụ của Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Bộ, ngành liên quan	Các Đề án, chương trình		2015 - 2020
II	QUẢNG BÁ, TRUYỀN THÔNG					
1	Hàng năm, tổ chức các đợt tập huấn tuyên truyền và phổ biến về vai trò và vị trí của văn hóa đối ngoại tới các cấp, các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ quan trung ương, các địa phương, các doanh nghiệp	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch,	Bộ Thông tin và Truyền thông, Ban Tuyên giáo Trung ương, địa phương	Các lớp tập huấn theo từng địa bàn		2015 - 2020
2	Xây dựng Đề án giới thiệu	Bộ Văn hóa, Thể thao và	Ban Đối ngoại Trung ương,	Đề án	Thủ tướng Chính phủ	2016

TT	Nội dung công việc	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Cấp phê duyệt	Thời gian phê duyệt/ thực hiện
	danh nhân, anh hùng dân tộc Việt Nam với cộng đồng quốc tế	Du lịch	Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Ngoại giao, Bộ Thông tin và Truyền thông			
3	Tiếp tục thực hiện các chương trình thuộc Đề án cung ứng dịch vụ phát thanh truyền hình qua mạng internet phục vụ người Việt Nam ở nước ngoài giai đoạn 2015 - 2020	Bộ Thông tin và Truyền thông	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Ngoại giao	Trang điện tử, chương trình truyền hình, băng đĩa		Hàng năm
4	Xây dựng kế hoạch tổ chức Những ngày Văn hóa/Tuần Văn hóa/Tháng văn hóa/Năm Văn hóa Việt Nam tại nước ngoài	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, Bộ Tài chính, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch Đầu tư, Tổng Công ty Hàng không Việt Nam	Đề án		2015 - 2020
5	Đề án quảng bá và tuyên truyền về các di sản văn hóa (vật thể và phi vật thể), di sản tự	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	UBQG UNESCO Việt Nam, Bộ Ngoại giao, Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông	Đề án		2016

TT	Nội dung công việc	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Cấp phê duyệt	Thời gian phê duyệt/ thực hiện
	nhiên của Việt Nam được UNESCO công nhận		tin và Truyền thông, Thông tấn xã Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam và các địa phương có di sản			
III	XÂY DỰNG SẢN PHẨM VĂN HÓA ĐỐI NGOẠI					
1	Tiếp tục thực hiện Quy hoạch phát triển điện ảnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 để phục vụ văn hóa đối ngoại	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch		Các tác phẩm điện ảnh chất lượng cao		2015 - 2020
2	Tổ chức các triển lãm mỹ thuật, nhiếp ảnh Việt Nam tại các nước trong khu vực và thế giới.	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao	Các triển lãm mỹ thuật, nhiếp ảnh hàng năm		2015 - 2020
3	Xây dựng các chương trình biểu diễn nghệ thuật mang đậm bản sắc	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	UBND các tỉnh, thành phố	Các chương trình nghệ thuật		2015 - 2020

TT	Nội dung công việc	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Cấp phê duyệt	Thời gian phê duyệt/ thực hiện
	văn hóa Việt Nam để giới thiệu ra thế giới					
4	Xây dựng Đề án giới thiệu ẩm thực Việt Nam với cộng đồng quốc tế	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, các địa phương	Đề án		2016
IV	XÂY DỰNG TỔ CHỨC					
1	Đề án xây dựng các Trung tâm văn hóa Việt Nam tại nước ngoài giai đoạn 2016 - 2020	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính, Bộ Nội vụ	Các trung tâm văn hóa	Quyết định của Thủ tướng Chính phủ	2016 - 2020
2	Hình thành đội ngũ Tham tán văn hóa, Tùy viên văn hóa tại các cơ quan đại diện của ta tại nước ngoài và các Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại nước ngoài	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Ngoại giao, Bộ Tài chính, Bộ Nội vụ	Tham tán văn hóa, tùy viên văn hóa		2015 - 2020
V	ĐÀO TẠO VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC					
1	Đề án cấp học	Bộ Giáo	Bộ Tài chính,	Đề án		2015

TT	Nội dung công việc	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Cấp phê duyệt	Thời gian phê duyệt/ thực hiện
	bông nghiên cứu về văn hóa và ngôn ngữ Việt Nam cho sinh viên nước ngoài	dục và Đào tạo,	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch			
2	Tăng cường triển khai thực hiện Đề án Đào tạo cán bộ ở nước ngoài bằng ngân sách nhà nước giai đoạn 2013 - 2020 (theo Quyết định số 599/TTg ngày 17/4/2013 của Thủ tướng Chính phủ); Đề án Xây dựng đội ngũ trí thức ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch đến năm 2020 (theo Quyết định số 958/QĐ-TTg ngày 24/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ); Đề án Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ,	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Bộ Giáo dục và Đào tạo	Đề án		2015 - 2020

TT	Nội dung công việc	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Cấp phê duyệt	Thời gian phê duyệt/ thực hiện
	giảng viên trình độ cao trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, giai đoạn 2011 - 2020 (theo Quyết định số 808/QĐ-TTg ngày 30/5/2011 của Thủ tướng Chính phủ) và Đề án Đổi mới và nâng cao chất lượng đào tạo của các trường văn hóa nghệ thuật giai đoạn 2011 – 2020					
3	Xây dựng chương trình bồi dưỡng, nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ làm công tác văn hóa đối ngoại	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Các Bộ, ngành liên quan	Đề án		2015 - 2020
4	Xây dựng Đề án huy động lực lượng trí thức, văn nghệ sĩ người Việt Nam ở nước ngoài trong	Ủy ban Nhà nước về Người Việt Nam ở nước ngoài, Bộ Ngoại giao	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Đề án		2016

TT	Nội dung công việc	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Sản phẩm	Cấp phê duyệt	Thời gian phê duyệt/ thực hiện
	việc tham gia phát triển và quảng bá văn hóa, nghệ thuật của Việt Nam					

Phụ lục 4.**CHỈ THỊ****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**

Từ Hội nghị Ngoại giao 25 (tháng 11/2006), Ngoại giao Văn hoá cùng với Ngoại giao Chính trị và Ngoại giao Kinh tế đã được xác định là ba trụ cột của Ngoại giao Việt Nam. Công tác Ngoại giao Văn hoá đã đạt được một số kết quả bước đầu quan trọng. Là một hoạt động đối ngoại đặc thù, Ngoại giao Văn hoá đã và đang góp phần giới thiệu, tuyên truyền về đất nước, con người và văn hóa Việt Nam, nâng cao vị thế Việt Nam trên trường quốc tế, đồng thời tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa nhân loại, góp phần thực hiện thành công Nghị quyết Hội nghị Ban Chấp hành Trung ương Đảng lần thứ V, Khoá VIII về “Xây dựng và phát triển nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”. Để triển khai Chương trình Hành động của Hội nghị Ngoại giao lần thứ 26, góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội X của Đảng, Phó Thủ tướng Chính phủ, Bộ trưởng Bộ Ngoại giao quyết định 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, với những nhiệm vụ chính sau: I. Nhiệm vụ chung: Thứ nhất, quán triệt đầy đủ và nâng cao nhận thức trong toàn thể cán bộ, nhân viên ngành Ngoại giao về vai trò, vị trí của Ngoại giao Văn hoá trong hoạt động đối ngoại, coi đây là nhiệm vụ trọng tâm của toàn Ngành. Thứ hai, gắn kết hoạt động Ngoại giao Văn hoá với Ngoại giao Chính trị và Ngoại giao Kinh tế, phát huy lợi thế của ngành Ngoại giao để tăng cường quảng bá, làm cho bạn bè quốc tế hiểu biết và tin cậy Việt Nam hơn, qua đó thúc đẩy quan hệ hữu nghị hợp tác giữa Việt Nam với các quốc gia, các tổ chức khu vực và quốc tế. Thứ ba, đẩy mạnh công tác nghiên cứu, dự báo, đánh giá các trào lưu phát triển của văn hóa trong nước và trên thế giới; cung cấp thông tin, giới thiệu kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực Ngoại giao Văn hoá của các nước, tham mưu cho Chính phủ xây dựng và triển khai chính sách văn hóa đối ngoại của Việt Nam đối với thế giới và ứng phó hợp lý

với chính sách Ngoại giao Văn hoá của các nước đối với Việt Nam. Thứ tư, phối hợp chặt chẽ với các

bộ, ngành, địa phương và doanh nghiệp trong cả nước trong việc tổ chức các hoạt động văn hóa có yếu tố nước ngoài trên cơ sở khuyến khích việc xã hội hoá các hoạt động này, hình thành các sản phẩm văn hoá có tầm cỡ quốc gia để giới thiệu với thế giới; chú trọng tuyên truyền và vận động Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc (UNESCO) công nhận các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể và di sản thiên nhiên thế giới, các khu dự trữ sinh quyển thế giới, các công viên địa chất và các hồ sơ chương trình Ký ức Thế giới của Việt Nam... Thứ năm, đẩy mạnh công tác vận động, hỗ trợ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, với tư cách vừa là đối tượng hưởng thụ, vừa là chủ thể của hoạt động Ngoại giao Văn hoá, nhằm giữ gìn bản sắc văn hóa, truyền thống dân tộc và tham gia tích cực vào các hoạt động tuyên truyền, quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam ở nước sở tại. Thứ sáu, tiếp thu các giá trị văn hoá, nhân văn của nhân loại, góp phần làm giàu bản sắc văn hoá của Việt Nam. II. Phân công cụ thể: 1. Vụ Văn hóa Đối ngoại và UNESCO: a) Chủ trì: - Đề xuất thành lập Ban chỉ đạo công tác Ngoại giao Văn hóa (Ban chỉ đạo NGVH) của Bộ Ngoại giao để trực tiếp chỉ đạo phối hợp hoạt động Ngoại giao Văn hoá của các đơn vị trong Bộ Ngoại giao, các Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài, và các bộ, ngành, địa phương trong việc triển khai công tác này; - Xây dựng, trình Chính phủ và tổ chức thực hiện Đề án “Năm Ngoại giao Văn hóa 2009”; - Xây dựng, trình Ban Bí thư và tổ chức thực hiện Đề án “Theo dấu chân Chủ tịch Hồ Chí Minh” nhằm tôn vinh hình ảnh của Chủ tịch Hồ Chí Minh, Anh hùng giải phóng dân tộc, danh nhân văn hóa thế giới, nhân dịp kỷ niệm 40 năm ngày mất và hướng tới kỷ niệm 120 năm ngày sinh của Người; - Xây dựng và tổ chức thực hiện Đề án “Tuyên truyền, vận động UNESCO công nhận Khu Trung tâm Hoàng Thành Thăng Long là Di sản Văn hóa Thế giới đúng vào dịp Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long – Hà Nội”; - Chuẩn bị và vận động cho Việt Nam tham gia Hội đồng chấp hành UNESCO nhiệm kỳ

2009 - 2013 và vận động UNESCO công nhận hồ sơ “Dân ca quan họ Bắc Ninh” và “Hát ca trù của người Việt” là di sản văn hoá phi vật thể vào năm 2009, công nhận “Cù Lao Chàm” và “Khu Vườn quốc gia Cà Mau” là khu dự trữ sinh quyển; - Xây dựng lộ trình từ nay đến 2020 trình UNESCO công nhận mới các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, di sản thiên nhiên thế giới, các khu dự trữ sinh quyển thế giới, các công viên địa chất thế giới tại Việt Nam và các kiệt tác, tư liệu quý để đưa vào chương trình Ký ức Thế giới; - Xây dựng và quảng bá “Thông điệp quốc gia” về một đất nước tươi đẹp, người dân thân thiện, nền văn hóa độc đáo và lịch sử huyền thoại; - Xây dựng kế hoạch hợp tác hàng năm về công tác Ngoại giao Văn hóa; xây dựng mẫu đăng ký Kế hoạch hoạt động Ngoại giao Văn hoá gửi các Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài; đồng thời thường xuyên hướng dẫn và đôn đốc các Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài thực hiện công tác Ngoại giao Văn hoá; - Xây dựng Đề án trình Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Quỹ “Hỗ trợ các hoạt động Ngoại giao Văn hóa”; - Xây dựng, trình Thủ tướng Chính phủ Đề án “Quy chế về tổ chức Tuần/Ngày Việt Nam ở nước ngoài”, trong đó phân định rõ nội dung công việc, trách nhiệm, quyền hạn và cơ chế phối hợp giữa các cơ quan liên quan; Đề án “Quy chế bổ nhiệm hoặc chấp thuận danh nhân nước ngoài, người Việt Nam ở nước ngoài làm Đại sứ Thiện chí - Văn hóa Việt Nam”; - Đề xuất và thực hiện một số hoạt động văn hoá song phương và đa phương như tổ chức hội nghị, hội thảo quốc gia, khu vực và quốc tế, tiến hành trao đổi kinh nghiệm hoạt động Ngoại giao Văn hóa với một số nước tiêu biểu nhằm nâng cao nhận thức về Ngoại giao Văn hóa và trao đổi một số nội dung về văn hoá; - Nghiên cứu một số đề tài liên quan đến Ngoại giao Văn hóa; biên soạn sách về Ngoại giao Văn hóa, kinh nghiệm Ngoại giao Văn hóa của một số nước, Cẩm nang hướng dẫn thực hiện công tác Ngoại giao Văn hóa; - Đẩy mạnh việc hỗ trợ nghiên cứu về Việt Nam, xây dựng và tổ chức các khóa “Tìm hiểu Văn hóa Việt Nam” cho các nhà ngoại giao trẻ của các nước đối tác quan trọng, tổ chức các hội thảo về Việt Nam. b) Phối hợp: - Xây dựng và tổ chức thực hiện Đề án “Đại lễ Kỷ niệm 1000 năm

Thăng Long - Hà Nội vào năm 2010” và Đề án “Tuyên truyền, vận động bầu chọn kỳ quan thiên nhiên thế giới”; - Xây dựng giáo trình giảng dạy về Ngoại giao Văn hoá cho sinh viên hệ chính quy của Học viện Ngoại giao và các cán bộ đi luân chuyên; - Nâng cao chất lượng sách, báo, phim, ảnh, các ấn phẩm tuyên truyền khác và cung cấp cho các Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài; - Triển khai Đề án “Thống nhất về nghi thức Nhà nước trong khánh tiết tại các Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài” và triển khai thí điểm tại một hoặc hai Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài trong năm 2009 và Đề án “Chuẩn hoá quà tặng và trang phục đối ngoại”. - Đẩy mạnh việc truyền bá tiếng Việt ra thế giới; triển khai Đề án: “Tăng cường công tác văn hóa đối với người Việt Nam ở nước ngoài”, mở rộng hợp tác giáo dục tiếng Việt, văn hoá Việt Nam với các nước. c) Đôn đốc: - Đôn đốc triển khai thực hiện Thỏa thuận hợp tác giữa Bộ Ngoại giao và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nhằm thúc đẩy công tác Văn hóa Đối ngoại giai đoạn 2008 - 2015; - Tổng kết các chương trình, đề án, kế hoạch liên quan đến công tác Ngoại giao Văn hóa, rút kinh nghiệm, bổ sung, điều chỉnh kịp thời nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động Ngoại giao Văn hóa; chủ trì theo dõi, đôn đốc và báo cáo định kỳ cho Lãnh đạo Bộ việc thực hiện Chỉ thị này. 2. Văn phòng Bộ: - Chủ trì đôn đốc, kiểm tra việc triển khai công tác Ngoại giao Văn hoá của các đơn vị để kịp thời báo cáo Lãnh đạo Bộ các vấn đề vướng mắc cần giải quyết; truyền đạt các ý kiến kết luận, chỉ thị công tác về Ngoại giao Văn hoá của Lãnh đạo Bộ tới các đơn vị và các cá nhân có liên quan; - Chủ trì đưa nội dung Ngoại giao Văn hoá vào chương trình giao ban, chương trình công tác, cũng như các báo cáo sơ kết, tổng kết của Bộ; - Thông qua ngoại vụ địa phương, hỗ trợ Vụ Văn hoá Đối ngoại và UNESCO trong việc thực hiện có hiệu quả các chương trình văn hoá có yếu tố nước ngoài được tổ chức tại địa phương và các chương trình quảng bá của địa phương; - Phối hợp đề xuất và thực hiện các biện pháp thi đua, khen thưởng tạo động lực khuyến khích các hoạt động, sáng kiến về Ngoại giao Văn hoá; - Phối hợp tham mưu cho Lãnh đạo Bộ trong việc chỉ đạo thực hiện thống nhất quản lý các hoạt động Ngoại

giao Văn hoá. 3. Vụ Chính sách Đối ngoại: - Chủ trì xây dựng lập trường của Việt Nam về một số vấn đề văn hóa lớn nổi lên trong các cuộc thảo luận đa phương và song phương; - Chủ động đưa nội dung văn hóa vào các đề án chính trị chung phục vụ hoạt động đối ngoại của Lãnh đạo cấp cao nhằm gắn kết nội dung văn hóa với nội dung chính trị và kinh tế trong các chuyến thăm cấp cao và trong các cuộc hội đàm cấp cao. 4. Vụ Luật pháp và Điều ước Quốc tế: - Chủ trì rà soát, hệ thống hoá các Điều ước và Thỏa thuận quốc tế của Việt Nam về Văn hoá Đối ngoại, đưa ra các kiến nghị bổ sung, sửa đổi, gia hạn hoặc ký mới các văn bản pháp lý này cho phù hợp với tình hình hiện nay. 5. Vụ Thông tin Báo chí: - Chủ trì cập nhật các thông tin về đất nước, con người và văn hóa Việt Nam trên trang thông tin điện tử (Website) của Bộ Ngoại giao; - Chủ trì xây dựng kế hoạch tranh thủ vận động báo chí nước ngoài vào thực hiện các chương trình quảng bá về đất nước, con người và văn hoá Việt Nam; Chủ trì xây dựng chương trình, kế hoạch và quản lý, hướng dẫn phóng viên Việt Nam và nước ngoài đưa tin về các hoạt động Ngoại giao Văn hoá; - Phối hợp xây dựng các sản phẩm tuyên truyền đối ngoại có chất lượng để cung cấp cho các Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài. 6. Cục Lễ tân Nhà nước: - Xây dựng Đề án “Thống nhất về nghi thức Nhà nước trong khánh tiết tại các Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài” và triển khai thí điểm tại một hoặc hai Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài trong năm 2009 và Đề án “Chuẩn hoá quà tặng và trang phục đối ngoại”; - Chủ trì nghiên cứu nâng hàm lượng văn hóa trong các hoạt động lễ tân Nhà nước, đưa nội dung quảng bá văn hóa Việt Nam vào các hoạt động đối ngoại cấp cao. 7. Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài: - Chủ trì xây dựng Đề án “Tăng cường công tác văn hóa đối với người Việt Nam ở nước ngoài” với sự tham gia của các tổ chức, hội đoàn và cá nhân người Việt Nam ở nước ngoài; - Chủ trì triển khai Đề án “Đẩy mạnh công tác tiếng Việt đối với người Việt Nam ở nước ngoài giai đoạn 2008-2020” và xây dựng, triển khai Đề án “Văn hoá tâm linh đối với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài”. 8. Các Vụ Khu vực: - Chủ động đưa nội dung hợp tác văn hoá và hoạt

động văn hóa vào các hoạt động đối ngoại cấp cao, vào chương trình làm việc của các cơ chế hợp tác như: Ủy ban hỗn hợp, Ủy ban liên Chính phủ, Tham khảo chính trị, Giao lưu giữa hai Bộ Ngoại giao...; - Chủ động đưa nội dung hợp tác và trao đổi văn hoá vào các Đề án chiến lược, Kế hoạch phát triển quan hệ với các nước thuộc phạm vi phụ trách của đơn vị; - Đề xuất các hoạt động trao đổi văn hóa giữa Việt Nam với các nước nhân dịp các sự kiện đối ngoại lớn như: kỷ niệm ngày Quốc khánh của bạn hoặc của Việt Nam, ngày thiết lập quan hệ ngoại giao hoặc nhân dịp các sự kiện quan trọng trong quan hệ hai nước; - Tham gia theo dõi, đánh giá định kỳ việc thực hiện công tác Ngoại giao Văn hoá tại địa bàn thuộc phạm vi phụ trách của đơn vị và có những kiến nghị, đề xuất phù hợp.

9. Các Vụ phụ trách các diễn đàn, tổ chức khu vực và quốc tế: - Chủ động kiến nghị đưa các nội dung hợp tác văn hoá vào chương trình nghị sự của các diễn đàn đa phương; đưa nội dung này vào Đề án Chính trị của các đoàn lãnh đạo cấp cao và các đoàn khác tham dự hoạt động tại các diễn đàn đa phương; - Chủ động thúc đẩy các hoạt động Ngoại giao Văn hoá nhằm phát huy vai trò, ảnh hưởng và quảng bá hình ảnh Việt Nam trong khuôn khổ các tổ chức khu vực và quốc tế thuộc phạm vi phụ trách của đơn vị, nhất là trong nhiệm kỳ Việt Nam làm Chủ tịch ASEAN năm 2010.

10. Học viện Ngoại giao: - Chủ trì xây dựng giáo trình về Ngoại giao Văn hoá để giảng dạy các chuyên ngành liên quan đến lĩnh vực thông tin, truyền thông quốc tế, ngoại giao công và Ngoại giao Văn hoá phục vụ công tác đào tạo sinh viên hệ chính quy và đội ngũ cán bộ Tuỳ viên Văn hoá trong thời gian tới; - Chủ trì xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện việc bồi dưỡng nâng cao kiến thức văn hóa, báo chí và ngoại giao văn hóa cho các cán bộ trong và ngoài Bộ, các cán bộ chuẩn bị đi luân chuyển; - Chủ trì xây dựng chính sách và chiến lược Ngoại giao Văn hoá; - Chủ trì các đề tài nghiên cứu về văn hoá, Văn hoá Đối ngoại và Ngoại giao Văn hoá, và các xu thế lớn về văn hoá trong quan hệ quốc tế, vai trò của Ngoại giao Văn hoá trong việc phát huy sức mạnh mềm của các quốc gia.

11. Vụ Tổ chức Cán bộ: - Chủ trì xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch đào tạo và quy hoạch hệ thống cán bộ

chuyên trách làm công tác Ngoại giao Văn hóa tại các đơn vị trong nước và các Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài; - Phối hợp xây dựng Đề án “Tuỳ viên Văn hóa” và lộ trình cử Tuỳ viên Văn hóa đến các địa bàn, trước mắt là một số địa bàn trọng điểm; - Phối hợp xây dựng Đề án “Quy chế bổ nhiệm hoặc chấp thuận danh nhân nước ngoài, người Việt Nam ở nước ngoài làm Đại sứ Thiện chí - Văn hóa Việt Nam”. 12. Cục Quản trị Tài vụ: - Hướng dẫn kịp thời các đơn vị trong và ngoài nước xây dựng dự trù kinh phí từ ngân sách nhà nước cho các hoạt động Ngoại giao Văn hóa, cung cấp tài chính cho các hoạt động đã dự kiến; - Phối hợp thúc đẩy việc thành lập Quỹ “Hỗ trợ các hoạt động Ngoại giao Văn hoá” để Quỹ đi vào hoạt động trong năm 2009. 13. Báo Thế giới và Việt Nam: - Chủ động tuyên truyền các sự kiện Văn hoá Đồi ngoại ở trong và ngoài nước; mở chuyên trang Ngoại giao Văn hóa trong năm Ngoại giao Văn hoá 2009 giới thiệu về kinh nghiệm của các nước trong công tác Ngoại giao Văn hóa; - Phối hợp tổ chức các sự kiện Ngoại giao Văn hoá ở trong và ngoài nước. 14. Các Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài: - Đối với các nước Chủ tịch Hồ Chí Minh đã đặt chân tới hoặc các nước có quan hệ đặc biệt với ta, vận động nước sở tại cho đặt tượng hoặc bia tưởng niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh nhằm tôn vinh và quảng bá hình ảnh Người; ở những nơi đã có công trình tưởng niệm vận động chính quyền sở tại tiếp tục gìn giữ và phát huy; - Tuyên truyền, quảng bá các hoạt động kỷ niệm 1000 năm Thăng Long - Hà Nội, vận động các nước ủng hộ và tham gia Đại lễ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long - Hà Nội vào năm 2010; - Chủ động xây dựng kế hoạch, chương trình và tổ chức thực hiện các hoạt động văn hóa đối ngoại phù hợp với điều kiện và hoàn cảnh tại địa bàn trong từng thời điểm; - Chủ động vận động, tranh thủ các phương tiện thông tin đại chúng, các chính khách, các nhà nghiên cứu, các nhà kinh tế, văn hóa có uy tín ở sở tại và các phóng viên, nhà báo... viết bài, đưa tin, làm phim và tuyên truyền quảng bá về Việt Nam; - Chủ động hợp tác với các cơ quan nghiên cứu của nước sở tại nhằm thúc đẩy lĩnh vực nghiên cứu về Việt Nam (Việt Nam học); - Nghiên cứu đề xuất việc sử dụng các thiết chế văn hóa sở tại (trung tâm triển lãm, bảo tàng, rạp chiếu

phim, trung tâm thương mại...) để quảng bá hình ảnh Việt Nam, thông qua các hình thức triển lãm tranh, ảnh nghệ thuật, chiếu phim, các hoạt động âm thực, các ấn phẩm tuyên truyền...; - Đề xuất các biện pháp tranh thủ, vận động người Việt Nam ở nước ngoài tham gia các hoạt động quảng bá hình ảnh Việt Nam tại sở tại; - Phối hợp tham gia tổ chức các sự kiện Việt Nam ở nước ngoài như các Tuần/Ngày Việt Nam, các Ngày Văn hóa Việt Nam ở nước ngoài; tích cực hỗ trợ các đoàn trong nước tổ chức các sự kiện văn hóa Việt Nam ở nước ngoài và giao lưu văn hóa với nước sở tại; - Phối hợp chuẩn hóa các Cơ quan đại diện, để mỗi Cơ quan đại diện thực sự là một trung tâm quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam với bạn bè quốc tế; - Phối hợp thực hiện Đề án: “Năm Ngoại giao Văn hoá 2009”; - Cử cán bộ chuyên trách hoặc kiêm nhiệm công tác Ngoại giao Văn hóa, làm đầu mối liên hệ với các đơn vị trong nước và các cơ quan hữu quan để phối hợp triển khai có hiệu quả các hoạt động Ngoại giao Văn hóa tại nước sở tại; - Đăng ký kế hoạch hoạt động Ngoại giao Văn hóa tại địa bàn, kèm theo dự trù kinh phí, thông báo sớm cho Vụ Văn hóa Đối ngoại và UNESCO để tổng hợp đưa vào chương trình hoạt động chung của Bộ; - Định kỳ báo cáo Bộ về tình hình triển khai các hoạt động Ngoại giao Văn hóa của Cơ quan đại diện và đề xuất những biện pháp nhằm thúc đẩy công tác này tại địa bàn. Chỉ thị này có hiệu lực kể từ ngày ký. Thủ trưởng các đơn vị thuộc Bộ Ngoại giao, Thủ trưởng các Cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài có trách nhiệm triển khai thực hiện Chỉ thị này./. Nơi nhận: - Lãnh đạo Bộ; - Các đơn vị trong Bộ; - Sở Ngoại vụ TPHCM; - Các CQĐD của Việt Nam ở nước ngoài; - Lưu VHĐN-UNESCO, HC. **BỘ TRƯỞNG** (đã ký) Phạm Gia Khiêm

Phụ lục 4: Một số hình ảnh về các hoạt động ngoại giao văn hóa tiêu biểu



1. **Khu vực Bia tiên sĩ được UNESCO công nhận là Di sản tư liệu thế giới.** (Nguồn: <https://hcmcpv.org.vn/tin-tuc/10-di-san-tu-lieu-cua-viet-nam-duoc-unesco-vinh-danh-1491922406>)

Hệ thống 82 bia tiên sĩ còn là những tác phẩm nghệ thuật độc đáo, phản ánh nghệ thuật điêu khắc của nhiều triều đại phong kiến Việt Nam. Mỗi bài ký trên bia là một áng văn chương mẫu mực, thể hiện tư tưởng triết học, sử học, những quan điểm về giáo dục, đào tạo và trọng dụng nhân tài.

Tháng 3/2010, 82 bia tiên sĩ tại Văn Miếu - Quốc Tử Giám được tổ chức UNESCO công nhận là Di sản tư liệu thế giới khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Đến tháng 7/2011, 82 bia tiên sĩ lại được công nhận là Di sản tư liệu thế giới trên phạm vi toàn cầu.

2. Tuần lễ văn hóa Việt Nam tại Nga 2016

(Nguồn: <https://nhandan.vn/nhung-ngay-van-hoa-viet-nam-tai-nga-thanh-cong-ngoai-mong-doi-post264508.html>)



Tiết mục hát văn Ngày Xuân trên đất Thăng Long mở màn cho chương trình



Bà con kiều bào Volgograd chụp ảnh cùng các nghệ sĩ và đoàn.

3. Hoàng thành Thăng Long được UNESCO công nhận là di sản văn hóa thế giới



(Nguồn: <https://nld.com.vn>)

Bà Irina Bokova, Tổng Giám đốc UNESCO, trao bằng công nhận Hoàng thành Thăng Long là di sản thế giới cho Chủ tịch UBND TP Hà Nội Nguyễn Thế Thảo

4. Việt Nam có nền văn hóa truyền thống lâu đời, đậm đà bản sắc dân tộc, ngày càng trở thành một trong những điểm đến hấp dẫn thu hút khách du lịch



(Nguồn: <https://www.tapchiconsan.org.vn>)