

VAI TRÒ CỦA NGOẠI GIAO VĂN HÓA ĐỐI VỚI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19

The role of cultural diplomacy for Vietnam during the Covid-19 pandemic

ThS. Lê Thị Thảo Trang

Trường Đại học Văn Lang

TÓM TẮT

Đại dịch COVID-19 đã mở ra “một chương mới” trong quan hệ quốc tế khi việc đóng cửa biên giới trở thành một yêu cầu cấp thiết đối với mỗi quốc gia. Cách các quốc gia ứng phó trước đại dịch tác động không nhỏ đến thương hiệu và vị thế của đất nước. Đối mặt trước những thách thức chung, với nguồn lực từ giá trị bản sắc văn hóa dân tộc, ngoại giao văn hóa đã trở thành công cụ chiến lược, giúp Việt Nam giải quyết những khó khăn và tăng cường sức mạnh mềm trên phạm vi toàn cầu. Nghiên cứu này tập trung vào việc phân tích vai trò của ngoại giao văn hóa thông qua cách Việt Nam đối phó với COVID-19 nhằm củng cố và tăng cường sức mạnh mềm của quốc gia, từ đó cho thấy những hiệu quả mà ngoại giao văn hóa mang lại cho đất nước.

Từ khóa: bản sắc văn hóa Việt Nam, đại dịch COVID-19, ngoại giao văn hóa, quyền lực mềm

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has ushered in a new chapter for international relations as the border closure becomes an urgent requirement for every country. The way countries respond to the pandemic has a significant impact on the national brands and their positions. Faced with shared challenges and based on a background of diverse traditional cultural identities, cultural diplomacy has evolved into a strategy for Vietnam to solve its problems and strengthen its soft power on a global scale. This study focuses on analyzing the role of cultural diplomacy through Vietnam's response to COVID-19 in order to consolidate and enhance its soft power, thereby showing the effectiveness that cultural diplomacy can bring to the country.

Keywords: Vietnamese cultural identity, COVID-19 pandemic, cultural diplomacy, soft power

1. Mở đầu

Đại dịch là bối cảnh không điển hình, được đặc trưng bởi sự bùng phát của các bệnh truyền nhiễm, ảnh hưởng đến các cá nhân và cộng đồng trên một khu vực địa lý rộng lớn. Với nhiều “ẩn số” cũng như biến động, đại dịch là phi tuyến tính và thách thức các giả định thông thường (Carlsen & Glenton, 2016). Năm 2020 là mốc thời

gian khủng hoảng không chỉ đối với Việt Nam, mà là của cả thế giới, khi đại dịch Viêm đường hô hấp cấp, hay còn gọi là COVID-19 bất ngờ tấn công toàn cầu, buộc mọi Chính phủ phải thực hiện các biện pháp “vô tiền khoáng hậu” để bảo vệ quyền sống và sức khỏe cho công dân của họ. Cách các quốc gia ứng phó trước đại dịch tác động không nhỏ đến thương hiệu

và vị thế của đất nước. Nhưng thách thức cũng chính là cơ hội, trong bối cảnh này, “ngoại giao văn hoá đã thể hiện vai trò của một công cụ linh hoạt và nhạy bén mà các hình thức ngoại giao truyền thống không thể tiếp cận và giải quyết” (Mark Donfried, 2021)

Nghiên cứu này tập trung vào việc phân tích vai trò của ngoại giao văn hóa thông qua cách Việt Nam đối phó với COVID-19 nhằm củng cố và tăng cường sức mạnh mềm của quốc gia.

2. Tiền đề và cơ sở của ngoại giao văn hoá

2.1. Tiền đề của ngoại giao văn hóa

2.1.1. Văn hóa (Culture)

“Văn hóa là một hệ thống các đặc điểm nổi bật về tinh thần, vật chất, tri thức và cảm xúc của xã hội hay một nhóm xã hội, và ngoài văn học và nghệ thuật, nó còn bao gồm lối sống, cách thức cùng chung sống, các hệ thống giá trị, các truyền thống và tín ngưỡng” (UNESCO, 2001). Qua khái niệm này, có thể hiểu văn hóa bao gồm những đặc trưng nổi bật sau: (a) là sản phẩm do con người sáng tạo và mang tính xã hội; (b) thể hiện sự thích nghi của con người nhằm mục đích chung sống và phát triển; (c) liên hệ mật thiết đến cách thức mà xã hội, một nhóm người trong xã hội hay cộng đồng xác định bản sắc của mình; (d) bao gồm những giá trị, những sản phẩm vật chất và tinh thần; (e) các yếu tố cấu thành văn hóa rất phong phú, thể hiện trên nhiều lĩnh vực của đời sống xã hội.

Nhìn nhận văn hóa với nội hàm và chức năng bao quát như vậy, giúp chúng ta thấy được mối quan hệ biện chứng giữa văn hóa với các lĩnh vực khác như chính trị, kinh tế, y tế, thể thao, v.v. Đây cũng là cơ sở quan trọng trong việc phân tích vai

trò, biểu hiện của hoạt động ngoại giao văn hóa trong bối cảnh đại dịch.

2.1.2. Giao lưu - tiếp biến văn hóa (Acculturation)

Thuật ngữ này đã được các nhà Dân tộc học phương Tây sử dụng lần đầu tiên vào cuối thế kỷ 19. Đến nay, được hiểu là “quá trình **biến đổi** kép về văn hóa và tâm lý xảy ra do kết quả của sự **tiếp xúc** giữa hai hoặc nhiều nhóm văn hóa và những cá nhân thành viên của những nhóm văn hóa đó” (John Berry, 2005). Giao lưu - tiếp biến văn hóa là quy luật có tính phổ biến trong tiến trình lịch sử và văn hóa của nhân loại. Nó có thể xảy ra theo 02 phương thức:

(a) *Bạo lực (qua chiến tranh, cưỡng bức, xâm lược): Đối đầu (xung đột)* văn hóa;

(b) *Hoà bình (qua thương mại, truyền bá tư tưởng, trao đổi văn hóa nghệ thuật): Đối thoại* văn hóa. Đây cũng là nền móng và phương thức chính hình thành nên ngoại giao văn hóa. Nền văn hóa dân tộc sẽ bị suy thoái nếu không có quá trình trao đổi chất này.

2.1.3. Quyền lực mềm (Soft Power)

Dù văn hóa đã tham gia vào quá trình giao lưu, tiếp xúc giữa các tộc người từ thời Cổ đại, tuy nhiên, trong một thời gian dài, “quyền lực cứng” (như địa lý, kinh tế, quân sự...) vẫn nắm vai trò quan trọng. Bước vào thế kỷ XXI, sự bùng nổ của khoa học công nghệ, đã đưa quá trình toàn cầu hóa diễn ra nhanh chóng. Nhân loại sau hàng ngàn năm với xu hướng đối đầu, binh biến đã chuyển sang đối thoại, hợp tác. Các mối quan hệ quốc tế trở nên phụ thuộc lẫn nhau trong nhiều lĩnh vực. Khuynh hướng quyền lực tri thức ngày càng rõ ràng. Các quốc gia có thể đạt được mục tiêu của mình thông qua những nguồn sức mạnh vô hình, như sức hấp dẫn của văn hóa hay hệ thống

chính trị - xã hội ổn định. Năm bắt được xu thế này, Giáo sư Đại học Harvard Joseph Nye đã đề ra thuật ngữ “quyền lực mềm”. Theo ông, đây “là một loại năng lực, có thể giúp đạt được mục đích thông qua sức hấp dẫn chứ không phải ép bức hoặc dụ dỗ. Sức hấp dẫn này đến từ quan điểm giá trị về văn hoá, chính trị và chính sách ngoại giao của một nước” (Đào Minh Hồng, Lê Hồng Hiệp, 2013).

Văn hóa và đa dạng văn hóa được coi là một nguồn sức mạnh to lớn trong phương thức vận hành chính trị mới, giúp cải thiện mối quan hệ giữa các thể chế, quốc gia, khu vực và châu lục. Văn hóa chính thức bước vào trung tâm của vũ đài quan hệ quốc tế, khái niệm “ngoại giao văn hóa” được nâng tầm thành lý luận và được chính phủ các nước vận dụng một cách chủ động, tự giác với quy mô ngày một lớn cùng nhiều hình thức phong phú, đa dạng.

2.1.4. Ngoại giao văn hóa (Cultural Diplomacy)

Ngoại giao và văn hóa là hai lĩnh vực chuyên biệt nhưng thực tế lại có tương quan chặt chẽ. Văn hóa vừa là nền tảng, là công cụ, vừa là mục tiêu cho các hoạt động ngoại giao. Do sự đa dạng vốn có của văn hóa, nên ngoại giao văn hóa cũng được tiếp cận ở nhiều góc độ khác nhau. Trong đó, có 03 xu hướng chính:

i. “*Ngoại giao văn hóa là việc trao đổi ý tưởng, thông tin, nghệ thuật hoặc các khía cạnh khác của văn hóa giữa nhiều quốc gia và dân tộc để thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau*” (Milton C. Cummings, 2003).

ii. “*Ngoại giao văn hóa sử dụng các yếu tố văn hóa khác nhau để tác động đến công chúng nước ngoài, các nhà hoạch định chiến lược và ngay cả các lãnh đạo nước ngoài*” (Waller J. Michael, 2009).

iii. “*Ngoại giao văn hóa là một quá trình đa chiều của chính trị văn hoá quốc tế, được củng cố bởi các mục tiêu quốc gia và bối cảnh chính trị xã hội khác nhau. Văn hóa ngoại giao là một quá trình lâu dài liên quan đến một loạt các chính sách, sáng kiến và hoạt động nhằm mục đích thúc đẩy lợi ích quốc gia*” (Hyungseok Kang, 2013).

Nhìn chung, các khái niệm này thay đổi theo hướng ngày càng khẳng định mối liên hệ chặt chẽ giữa ngoại giao văn hóa với lợi ích của quốc gia. Tựu chung, “*ngoại giao văn hóa là một lĩnh vực hoạt động ngoại giao chuyên biệt, trong đó văn hóa vừa là tác nhân vừa là phương tiện để đạt được các mục tiêu cơ bản của chính sách đối ngoại quốc gia bằng cách xây dựng những hình ảnh tốt đẹp về quốc gia và quảng bá các giá trị văn hóa và ngôn ngữ độc đáo ra thế giới*” (Бородин, 2010). Hiểu theo nghĩa rộng hơn, ngoại giao văn hóa có thể bao gồm cả việc giới thiệu các thành tựu khoa học kỹ thuật, nghệ thuật, khoa học xã hội... không chỉ của riêng quốc gia mà còn của các nhóm quốc gia hoặc các tổ chức quốc tế.

Ngoại giao văn hóa được thiết kế để đạt được không chỉ sự hiểu biết chung mà còn hướng tới mục tiêu cuối cùng là tăng cường an ninh, củng cố và nâng cao vị thế quốc gia, bảo vệ và cải thiện các lợi ích quan trọng khác. Ngoài ra, nó giúp dự đoán những thay đổi trong tương lai nhằm triển khai các biện pháp hữu hiệu để phòng ngừa và giải quyết các xung đột quốc tế từ trước.

Tại Việt Nam, vai trò của văn hóa đối với kinh tế, chính trị, xã hội, ngoại giao đã sớm được ghi nhận trong chiến lược và chính sách ngoại giao. Ngoại giao văn hóa ngày càng nhận được sự quan tâm nghiêm túc và chính thức trở thành một trong ba

trụ cột của ngoại giao Việt Nam (208/QĐ-TTg).

2.2. Cơ sở của ngoại giao văn hoá Việt Nam

Ngoại giao văn hóa đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc về bản sắc của mỗi quốc gia nhằm xây dựng và thực hiện các chính sách phù hợp, hiệu quả, đem lại lợi ích cho sự phát triển bền vững của dân tộc. Nói cách khác, ngoại giao văn hóa của Việt Nam được xác lập trên bản sắc văn hóa ngàn đời của dân tộc Việt Nam.

2.2.1. Điều kiện tự nhiên và lịch sử - xã hội

Với khí hậu nhiệt đới ẩm gió mùa, nhiều sông ngòi, cùng sinh kế chủ đạo là nghề nông trồng lúa nước là cơ sở hình thành nên các đặc trưng trong đời sống văn hoá của người Việt, như tính cộng đồng làng xã, trọng tình cảm, ưa hài hoà, lối cư xử mềm mại, linh hoạt. Đồng thời, vị trí giao điểm, “ngã tư đường của cư dân và các nền văn minh”, tạo điều kiện cho các hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa của Việt Nam với khu vực diễn ra từ rất sớm và thường xuyên. Trải qua nhiều biến cố thăng trầm đã hun đúc nên một nền ngoại giao truyền thống Việt Nam với tư tưởng chủ đạo “gạn đục khơi trong”, “nhiều bạn hơn ít kẻ thù”, cư xử tốt với người nước ngoài; giao tiếp với bạn bè quốc tế nhân văn hòa bình và thân thiện (Phạm Sanh Châu, 2008).

Bên cạnh đó, tài nguyên thiên nhiên phì nhiêu nhưng cũng lắm thiên tai thất thường, địch hoạ, ngoại xâm đã tạo nên cho người Việt tâm lý luôn đề phòng, cảnh giác trước những nguy cơ biến động, đồng thời rèn giũa kỹ năng ứng phó, thích nghi với bối cảnh khủng hoảng. Cách Việt Nam phản ứng nhanh nhẹn, hiệu quả trước đại địch là sự kế thừa từ những di sản tâm lý

dân tộc bao đời nay.

Không những vậy, với lịch sử đấu tranh bền bỉ chống giặc ngoại xâm, hơn ai hết dân tộc Việt Nam thấu hiểu sự tàn khốc, mất mát của chiến tranh, nên càng coi trọng giá trị của hoà bình. Chính sách, đường lối đối ngoại của Việt Nam luôn mang trong mình triết lý nhân văn, khát vọng an hoà. Đây cũng là tư tưởng cao quý mà nhân loại hiện tại đang cùng nhau vươn tới.

Là một đất nước với 54 dân tộc cùng các đặc trưng ngôn ngữ, trang phục, ẩm thực và nhiều loại hình biểu diễn nghệ thuật, tín ngưỡng đa dạng, đã tạo nên một bức tranh văn hoá đầy màu sắc, hấp dẫn của dân tộc Việt Nam trong mắt bạn bè quốc tế. Đặc biệt là trong bối cảnh đại dịch, khi những “quyền lực cứng” bị hạn chế, nền văn hóa với kho tàng di sản lâu đời và đặc sắc là ưu thế nổi bật trong việc thu hút, chinh phục “nhân tâm” bên ngoài biên giới quốc gia.

Chủ nghĩa xã hội du nhập cùng sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản từ thế giữa kỷ XX đã tác động không nhỏ đến việc củng cố tính cộng đồng và tạo sự thống nhất cao trên mọi phương diện, là điều kiện cho các hoạt động ngoại giao văn hóa được thực hiện đồng bộ từ chính quyền trung ương đến địa phương.

Chính bối cảnh tự nhiên và lịch sử - chính trị - xã hội này đã có tác động rất lớn đến quá trình hình thành và củng cố những hệ giá trị truyền thống của dân tộc Việt, góp phần định hướng chính sách, đường lối ngoại giao văn hóa của Việt Nam trong bối cảnh đại dịch.

2.2.2. Hệ giá trị bản sắc dân tộc Việt Nam

Bản sắc dân tộc là những giá trị đặc sắc cơ bản của dân tộc được lưu truyền trong lịch sử, là tinh hoa bền vững của dân

tộc (Trần Ngọc Thêm, 2014).

Nghị quyết 5 (Khóa VIII) Ban Chấp hành Trung ương Đảng về xây dựng và phát triển văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc năm 1998 đã nêu rằng bản sắc văn hóa Việt Nam là những giá trị bền vững được hình thành trong lịch sử dân tộc. Đó chính là: Lòng yêu nước nồng nàn, ý thức tự cường dân tộc; Tinh thần đoàn kết; tính cộng đồng gắn kết cá nhân - gia đình - làng - nước; Lòng nhân ái bao dung, trọng nghĩa tình, đạo lý; Đức tính cần cù, sáng tạo trong lao động; Tế nhị trong cư xử, giản dị trong lối sống. Nghị quyết này đã mở đường cho việc triển khai hoạt động ngoại giao văn hóa, thể hiện ở 3 đặc điểm: (1) Tính rộng mở: Ủng hộ hợp tác quốc tế trong lĩnh vực văn hóa; (2) Tính cầu thị: Chấp nhận sự tiếp biến văn hóa, cải biến những khía cạnh lạc hậu của văn hóa Việt Nam và tiếp thu tinh hoa của quốc tế trong quá trình giao thoa văn hóa; (3) Tính xây dựng: Ủng hộ, góp phần xây dựng kho tàng văn hóa thế giới, coi văn hóa là một mặt trận hậu thuẫn cho các lĩnh vực khác.

Dựa vào các quan điểm trên, có thể nhận thấy những giá trị văn hóa tiêu biểu đã tạo nền tảng cho chính sách ngoại giao văn hóa của Việt Nam giữa bối cảnh đại dịch, bao gồm:

Thứ nhất, chủ nghĩa yêu nước là tư tưởng chủ đạo và định hướng cho hoạt động ngoại giao văn hóa. Khả năng thích ứng, sự hiếu học, tư duy cởi mở và lối cư xử hòa nhã giúp tạo ra tư tưởng và chiến lược ngoại giao bằng cách giữ lập trường kiên định, không khoan nhượng về nguyên tắc nhưng không gây ảnh hưởng đến nền độc lập dân tộc và duy trì sự mềm dẻo, linh hoạt để tránh nghiêm trọng hóa các vấn đề quốc tế, đặc biệt là giữa giai đoạn hầu hết các quốc gia trên thế giới đều gặp khó

khăn, thách thức về mọi mặt.

Thứ hai, mục tiêu của ngoại giao văn hóa là xây dựng hình ảnh đất nước, con người Việt Nam nhân ái, bao dung, đạo đức và yêu hòa bình trong mắt bạn bè quốc tế. Vận dụng sự mềm mỏng, tinh thần đoàn kết và sáng tạo, ngoại giao văn hóa chính là nhân tố hỗ trợ, giúp bảo đảm thực hiện tốt các mục tiêu vừa phòng, chống dịch COVID-19, vừa phát triển kinh tế, đồng thời tăng cường vai trò của Việt Nam tại các cơ chế đa phương.

Thứ ba, ứng xử linh hoạt và cởi mở; có ý thức cộng đồng và đoàn kết; tinh thần cần cù, sáng tạo là ba tính cách cơ bản của người Việt, cũng là ba yếu tố quan trọng trong việc triển khai các hoạt động ngoại giao văn hóa giữa bối cảnh đại dịch, giúp tăng cường sức mạnh mềm của Việt Nam.

3. Vai trò của ngoại giao văn hóa đối với Việt Nam

Ngoại giao văn hóa đã góp phần xây dựng nhận thức sâu đậm trong cộng đồng quốc tế về một đất nước Việt Nam đổi mới thành công. Hình ảnh Việt Nam vốn gắn liền với các cuộc chiến tranh thường xuất hiện trên truyền thông và nhận thức của cộng đồng thế giới trong một thời gian dài trước đây, đã dần thay thế bởi câu chuyện về một Việt Nam mạnh mẽ, linh hoạt, đoàn kết và cư xử nghĩa tình với bạn bè quốc tế trong bối cảnh đại dịch. Ngoại giao văn hóa còn góp phần tích cực trong việc nâng cao hiểu biết về Việt Nam trong chính giới và nhân dân các nước trên thế giới.

3.1. Cũng cố các mối quan hệ chính trị

Trong kỷ nguyên COVID-19, thông qua các hoạt động ngoại giao văn hóa đã cho thấy Việt Nam là một đối tác đáng tin cậy, chủ động và có trách nhiệm đối với cộng đồng quốc tế.

Dù bị tác động không nhỏ bởi dịch

bệnh, nhưng cách Việt Nam ứng xử thân thiện, hết mình với công dân các quốc gia khác đã thể hiện giá trị văn hóa của con người Việt Nam như sự cởi mở, bao dung, không hẹp hòi, kỳ thị người còn xa lạ đối với mình. Người nước ngoài đến Việt Nam du lịch hay công tác, bị nhiễm COVID-19 đều được đội ngũ y, bác sĩ, chuyên gia y tế điều trị tận tình, chu đáo. Chính phủ cũng đã chỉ thị nghiêm cấm các hành vi phân biệt đối xử từ chối phục vụ người nước ngoài trong thời gian xảy ra dịch (2052/VPCP-KGVX, 2020). Tại các địa phương, du khách nước ngoài được vận động sử dụng dung dịch rửa tay khô, thậm chí được phát khẩu trang miễn phí, v.v Đại sứ Vương quốc Anh tại Việt Nam Gareth Ward đã làm video clip gửi lời cảm ơn chân thành tới Chính phủ và các y, bác sĩ Việt Nam đã hỗ trợ, giúp đỡ công dân Anh trong thời gian dịch bệnh.

Với quyết tâm “không ai bị bỏ lại phía sau”, tinh thần đoàn kết, tương ái, công tác bảo hộ công dân Việt Nam ở nước ngoài đã được triển khai từ rất sớm và được thực hiện trên phạm vi rộng chưa từng có. Đến đầu năm 2021, đã có 299 chuyến bay đưa hơn 80.000 công dân từ 60 quốc gia và vùng lãnh thổ về nước an toàn (Lê Thị Thu Hằng, 2021). Đồng thời, Chính phủ vẫn tiếp tục tiến hành công tác bảo hộ đối với ngư dân và tàu cá của Việt Nam ở khu vực ngoài lãnh hải quốc gia. Việt Nam cũng đã kịp thời triển khai để phối hợp với Tổ chức Di cư quốc tế (IOM) bảo vệ quyền lợi chính đáng của người Việt ở nước ngoài, hỗ trợ hiệu quả kiều bào Việt Nam, những “đại sứ văn hóa” ở nước ngoài vượt qua khó khăn do dịch bệnh COVID-19.

Bên cạnh công tác tăng cường sản xuất nhằm đáp ứng đủ nhu cầu về trang phục bảo hộ (PPE) trong nước, Việt Nam còn

sẵn sàng chia sẻ khó khăn với bạn bè quốc tế. Chỉ trong tháng 4, Việt Nam đã tặng 1.000.000 chiếc khẩu trang cho 05 nước châu Âu, bao gồm Pháp, Đức, Ý, Tây Ban Nha, Anh. Đồng thời, gửi cho Đức 6.000 ống nghiệm, nhằm hỗ trợ công tác nghiên cứu, tìm ra phương pháp chữa trị COVID-19. Không những thế, Việt Nam còn tặng số thiết bị y tế trị giá 300.000 USD cho Lào và Campuchia. Trong cùng tháng, Nga, một quốc gia bị thiệt hại vô cùng nặng nề, cũng nhận được 150.000 chiếc khẩu trang từ Việt Nam (Chi, 2020). Ngoại giao văn hóa thông qua khẩu trang hay còn được gọi là ngoại giao khẩu trang (mask diplomacy) lần đầu tiên đã trở thành một hình thức ngoại giao mới trong quan hệ quốc tế (Ralph Jennings, 2020).

Dù các nước như Mỹ và đồng minh cáo buộc Trung Quốc giấu thông tin về nguồn gốc virus hay ủng hộ thuyết virus corona bị “rò rỉ” từ phòng thí nghiệm tại Vũ Hán, nhưng Chính phủ Việt Nam vẫn duy trì quan điểm trung lập. Các cơ quan ngôn luận chính thống của Việt Nam tuyệt đối không sử dụng các thuật ngữ liên hệ COVID-19 theo vị trí địa lý mà một số quốc gia từng dùng như “virus Vũ Hán”, “bệnh dịch Trung Quốc”, v.v. Điều này giúp làm giảm căng thẳng cũng như hạn chế kích động làn sóng phản đối Trung Quốc. Không những vậy, Chính phủ Việt Nam cũng tăng cường viện trợ cho Trung Quốc hàng hóa, vật dụng y tế trị giá 500 ngàn USD, Hội Chữ thập đỏ Việt Nam tuyên bố viện trợ hàng hóa trị giá 100 ngàn USD cho Hội Chữ thập đỏ Trung Quốc. (Tuấn, 2020)

Dù là một đất nước quyền lực bậc nhất trên thế giới, nhưng trong bối cảnh khủng hoảng của đại dịch, Mỹ vẫn ra sức cấm vận Cuba bằng cách ngăn cản bác sĩ và nhân

viên y tế Cuba tới hỗ trợ điều trị tại những quốc gia đang bị dịch bệnh hoành hoành. Tuy chỉ là một đất nước nhỏ nhưng Việt Nam vẫn kiên định, sắt son với tư tưởng “lấy nhân nghĩa làm gốc, trí dũng làm nền”, “đem đại nghĩa thắng hung tàn, lấy chí nhân thay cường bạo” trong mối quan hệ hữu nghị với “người anh em” Cuba, bằng cách gửi 03 tấn vật tư y tế sang nước này, đồng thời ra sức vận động dư luận quốc tế yêu cầu Mỹ gỡ bỏ lệnh cấm vận với Cuba. Hơn ai hết, người dân và Chính phủ Việt Nam thấm nhuần bài học rằng đoàn kết chính là sức mạnh to lớn để đẩy lùi khó khăn chung.

Bên cạnh đó, việc chống dịch hiệu quả ở trong nước đã tạo cơ sở để Việt Nam triển khai công tác ngoại giao văn hóa tại những tổ chức, diễn đàn khu vực và quốc tế ngày càng bài bản, chuyên nghiệp hơn. Trên cương vị Chủ tịch ASEAN 2020, những sáng kiến, đóng góp của Việt Nam trong việc xây dựng thương hiệu ASEAN “Gắn kết và chủ động thích ứng” đã được bạn bè khu vực đánh giá cao. Lần đầu tiên trong lịch sử AIPA, một kỳ Đại Hội đồng Liên Nghị viện ASEAN đã được nước chủ nhà Việt Nam tổ chức theo hình thức trực tuyến, vừa thích nghi với những diễn biến phức tạp của dịch bệnh COVID-19, vừa đáp ứng yêu cầu kịp thời trao đổi các biện pháp hợp tác giữa nghị viện các nước thành viên. Trưởng đoàn đại biểu Quốc hội của các nước tham gia đã ghi nhận công tác tổ chức chu đáo, kịp thời của Quốc hội Việt Nam, đặc biệt là sự chuẩn bị về mặt nội dung, kỹ thuật đường truyền, bảo đảm thành công của Đại hội đồng AIPA-41. Không những vậy, Việt Nam cũng đã chủ động xây dựng và triển khai kế hoạch ứng cử vào 3 cơ quan quan trọng của Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên

hợp quốc (UNESCO) là Hội đồng Chấp hành UNESCO nhiệm kỳ 2021-2025, Ủy ban Di sản Thế giới nhiệm kỳ 2023-2027, Ủy ban liên Chính phủ Công ước 2003 về bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể nhiệm kỳ 2022-2026. Trong vai trò là Ủy viên không thường trực của Hội đồng bảo an Liên hợp quốc, Việt Nam đề xuất và Liên hợp quốc đã nhanh chóng thông qua “Ngày thế giới sẵn sàng phòng, chống dịch bệnh”. Việt Nam đã thể hiện được dấu ấn bản sắc dân tộc và truyền cảm hứng cho các nước thành viên cùng nhau hành động chống lại dịch bệnh COVID-19, khắc phục những khó khăn do dịch bệnh gây ra. Ngày càng có nhiều lãnh đạo và các quan chức cấp cao nhiều nước đã lựa chọn Việt Nam là điểm đến thăm và thúc đẩy quan hệ.

Những hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam không chỉ mang lại lợi ích cho quốc gia mà còn đóng góp trách nhiệm vào các vấn đề lớn mà thế giới, nhân loại đang phải giải quyết theo tinh thần “nòng cốt, dẫn dắt, hòa giải”. Có thể nói, qua đại dịch COVID-19, Việt Nam đang trở thành “một bên quan trọng trong các vấn đề toàn cầu”.

3.2. Quảng bá hình ảnh của đất nước

Nhận thức được “thông tin chính là sức mạnh”, Bộ Ngoại giao và các cơ quan thông tấn đã tận dụng các phương tiện truyền thông xã hội và kỹ thuật số nhằm thu hút công chúng quốc tế, quảng bá văn hóa đất nước con người Việt Nam. Nổi bật là việc phát động phong trào đặt hashtag trên witter [#VietNamLeavesNoOneBehind](#). Chỉ trong một thời gian ngắn, đã có rất nhiều hình ảnh, bài viết của công dân bản địa lẫn người nước ngoài đăng tải ủng hộ hashtag này với những nội dung đề cập đến việc nhân dân và Chính phủ Việt Nam đã đoàn kết, chung tay chặn đứng đại dịch.

Ca khúc "Ghen Cô Vy" và điệu nhảy rửa tay tuyên truyền phòng chống COVID-19 hay "Vũ điệu 5K" của Việt Nam cũng trở thành "hiện tượng" trong mắt truyền thông quốc tế. Hội Chữ thập đỏ, Hội Trăng lười liềm đỏ, Quỹ Nhi đồng Liên Hiệp quốc UNICEF đều lần lượt chia sẻ các video này trên trang Facebook chính thức. Hashtag #ghencovychallenge đã "làm mưa làm gió" trên nhiều mạng xã hội, thu hút mọi người ở nhiều nơi trên thế giới cùng nhau thực hiện "thử thách Ghen Cô Vy" theo video gốc. Bằng âm nhạc và vũ điệu, các nghệ sĩ Việt Nam đã lan toả thông điệp về việc nâng cao nhận thức của cộng đồng xã hội về phòng chống dịch bệnh.

Bên cạnh đó, ngoại giao văn hóa thông qua truyền hình và điện ảnh cũng được tận dụng tối đa. Dựa trên "con số" từ bộ phim "Về nhà đi con", phần 2 mang tên "Những ngày không quên" do Đài Truyền hình Việt Nam thực hiện đã được công chiếu rộng rãi trên các kênh truyền thông của người Việt trong nước cũng như nước ngoài thông qua nhiều phương tiện đa dạng, từ truyền hình đến mạng xã hội hay ứng dụng điện thoại. Nội dung phim xoay quanh việc giải quyết những mâu thuẫn trong gia đình Việt hiện đại ngay giữa bối cảnh dịch bệnh, qua đó thể hiện tình người, ý thức trách nhiệm của cá nhân và cộng đồng, cùng chung tay, đoàn kết đẩy lùi đại dịch. Một số bộ phim của Việt Nam trong giai đoạn này cũng đã tạo được tiếng vang lớn tại nhiều Liên hoan phim Quốc tế như "Ròm" của đạo diễn Trần Thanh Huy hay "Vị" của Lê Bảo.

Trong bối cảnh khó khăn của dịch bệnh, nhưng công tác ngoại giao văn hóa vẫn được Việt Nam chủ động, tích cực, linh hoạt phối hợp với các cơ quan đại diện

ngoại giao, tổ chức nước ngoài thực hiện nhiều chương trình biểu diễn, giao lưu văn hóa – nghệ thuật, qua đó góp phần tiếp thu tinh hoa văn hóa của các nước, thúc đẩy giao lưu văn hóa, tăng cường hiểu biết chung giữa nhân dân Việt Nam và nhân dân các nước trên thế giới như: Chương trình tìm hiểu về phong tục cổ truyền dịp Tết Nguyên đán của Việt Nam tại Hòa Bình, Lễ hội thổ cẩm tại Đắk Nông, Ngày hội Di sản văn hóa Đà Nẵng; Tuần lễ văn hóa Nhật Bản tại TPHCM, v.v.

Nhiều nghiên cứu quốc tế uy tín cũng đã được thực hiện nhằm phân tích những tác động của COVID-19 tại Việt Nam. Riêng tại Research Gate, một trang mạng về cơ sở dữ liệu học thuật phổ biến nhất hiện nay trên thế giới, với từ khoá "vietnam" + "covid 19" đã cho ra 191,000 kết quả. Trong đó, có 113,000 kết quả đề cập đến "experience" (kinh nghiệm) của Việt Nam trong việc ngăn chặn đại dịch COVID-19. Không ít các bài viết của những học giả nổi tiếng xem đây là định hướng cho các quốc gia khác về cách tiếp cận khủng hoảng tương tự trong tương lai (Hartley et al., 2021).

Thông qua những hoạt động ngoại giao văn hóa linh hoạt và hiệu quả đã góp phần tạo ra câu chuyện về một đất nước Việt Nam nhỏ bé trong khu vực Đông Nam Á đã phát huy quyền lực mềm mạnh mẽ trong bối cảnh đại dịch đầy rẫy những quốc gia bị chuyển dịch vị thế vì những phản ứng yếu kém.

3.3. Mở đường cho các hoạt động đối ngoại mới

Đại dịch COVID-19 đã khiến cho toàn bộ thế giới phải thay đổi nhiều phương thức sinh hoạt truyền thống, nhưng đây cũng là cơ hội để áp dụng các hình thức ngoại giao mới.

Do tình hình dịch bệnh, hầu hết các hoạt động ngoại giao văn hóa trực tiếp ở ngoài nước phải hoãn, hủy, nhưng Việt Nam đã linh hoạt thích ứng, thay đổi quy mô, cách thức tổ chức, nghiên cứu và triển khai các phương thức quảng bá văn hóa mới gắn với ứng dụng công nghệ thông tin. Trong năm 2020, Chính phủ Việt Nam đã tổ chức 34 cuộc điện đàm, trao đổi song phương ở cấp cao, nhiều hoạt động kỷ niệm, họp liên chính phủ và ký thỏa thuận quốc tế.

Các cơ quan, ban ngành và doanh nghiệp trong lĩnh vực văn hóa tại Việt Nam đã nhanh chóng tăng cường số hóa các di sản, nhằm giúp đông đảo mọi người có thể tiếp cận với kho dữ liệu đồ sộ này một cách thuận tiện và nhanh chóng nhất. Du khách có thể thăm quan bảo tàng 3D online và xem thông tin toàn bộ các hiện vật, đồng thời nhập từ khoá để tìm kiếm dữ liệu về di sản. Sự kết hợp giữa nghe – xem – đọc trong một ứng dụng đa ngôn ngữ cũng giúp công chúng thêm phần thoải mái, hòa mình vào không gian nghệ thuật. Hơn nữa, thông qua số hoá, mọi người cũng có thể tham quan di sản từ xa, đúng như thông điệp ở bất cứ đâu, ở bất cứ thời điểm nào. Việc tiếp cận những công chúng quan tâm đến di sản Việt Nam sẽ dễ dàng mở rộng không chỉ trong nước mà còn ra cả thế giới.

Trong kỷ nguyên COVID-19, Việt Nam có cơ hội xác định lại bản sắc đi đầu trong ứng phó với đại dịch và tích cực đưa “ngoại giao kỹ thuật số”, “ngoại giao chăm sóc sức khỏe” vào chiến lược phát triển ngoại giao văn hóa. Bởi những phương thức đối ngoại này không chỉ giới hạn trong các nguồn lực vật thể như khâu trang, thiết bị y tế, máy tính, công nghệ mà còn là các nguồn lực phi vật thể như ý tưởng, thông tin, phương pháp tối ưu,

chính sách và kiến thức – những yếu tố không kém phần quan trọng của ngoại giao văn hóa.

3.4. Tham mưu, đồng hành giải quyết những khó khăn

Có thể nói nghệ thuật và văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ về mặt tinh thần cho những cá nhân hay cộng đồng quốc tế đang bị cách ly và cô lập do yêu cầu y tế trong đại dịch. Sẽ vô cùng khó khăn nếu không có những sản phẩm văn hoá nghệ thuật do các nghệ sĩ sáng tạo – những bài hát để nghe hàng ngày, những bộ phim để xem và những bức tranh để công chúng có thể chiêm ngưỡng và thích thú.

Bên cạnh đó, nhiều hoạt động thiện nguyện do các cơ quan, tổ chức văn hoá nghệ thuật và các nghệ sĩ Việt Nam khởi xướng đã được thực hiện, nhằm đáp ứng yêu cầu cấp bách đối với những người có nhu cầu được chăm sóc tinh thần trong thời gian cách ly và điều trị dịch bệnh. Một số nghệ sĩ cũng áp dụng sự sáng tạo của mình trong các chiến dịch hỗ trợ các tổ chức và chính phủ điều phối hoạt động quyên góp, hỗ trợ hậu cần trong cuộc khủng hoảng. Nhiều bảo tàng, phòng trưng bày nghệ thuật đã tổ chức các hoạt động “ngoại giao văn hóa kỹ thuật số” nhằm giáo dục công chúng về ảnh hưởng của đại dịch đến con người và môi trường.

4. Kết luận

Mới đây, theo báo cáo Chỉ số quyền lực mềm toàn cầu (Brand Finance Global Soft Power Index Report), năm 2021, Việt Nam là quốc gia duy nhất trong ASEAN nâng hạng, từ vị trí 50 lên bậc 47. Giá trị thương hiệu Việt Nam tăng 29% lên 319 tỉ USD, ngược với xu hướng sụt giảm trên toàn cầu do đại dịch COVID-19; Việt Nam đã tăng 9 bậc để đứng vị trí 33 trong top 100 thương hiệu quốc gia giá trị nhất thế

giới (Brand Finance, 2020). Không những vậy, xếp hạng các quốc gia hạnh phúc trên thế giới, Việt Nam cũng thăng hạng từ vị trí thứ 83 lên 79, trên nước láng giềng Trung Quốc (thứ 84) hay các quốc gia Đông Nam Á khác như Malaysia (81) (World Happiness Report, 2021).

Có thể nói, đại dịch COVID là một sự kiện gây xáo trộn xã hội nhất trong lịch sử hiện đại, đã và đang cho thấy các nước lớn

với nguồn tài nguyên “sức mạnh cứng” dồi dào vẫn có thể bị cạnh tranh gay gắt trong cuộc đua tăng cường quyền lực mềm bởi các nước yếu hơn. Việt Nam dù là một đất nước nhỏ, đã áp dụng các chính sách ngoại giao văn hóa với nhiều hình thức đa dạng, phong phú, phù hợp với điều kiện, khả năng và cơ chế của mình, từng bước khẳng định vị thế với khu vực và quốc tế trong thời kỳ đại dịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bảo Chi (2020, April 15). *Việt Nam trao 150.000 khẩu trang hỗ trợ Nga phòng chống COVID-19*. Trang Thông tin Điện tử Mặt trận Tổ quốc Việt Nam <http://mattran.org.vn/doi-ngoai-kieu-bao/viet-nam-trao-150000-khau-trang-ho-tro-nga-phong-chong-covid19-33361.html>.
- Brand Finance (2020, November). COVID-19 Wipes Over US\$13 Trillion Off Top Nation Brands Values. <https://brandirectory.com/rankings/nation-brands/>.
- Carlsen Benedicte, & Glenton Claire (2016). The swine flu vaccine, public attitudes, and researcher interpretations: A systematic review of qualitative research. *BMC Health Services Research*, 16.
- Đào Minh Hồng, Lê Hồng Hiệp (2013). *Sổ tay Thuật ngữ Quan hệ Quốc tế: Khoa Quan hệ Quốc tế*. Đại học KHXH&NV Thành phố Hồ Chí Minh.
- Hartley, K., Bales, S., & Bali, A. S. (2021). COVID-19 response in a unitary state: emerging lessons from Vietnam. *Policy Design and Practice*.
- Hyungseok Kang (2013). *Reframing cultural diplomacy: international cultural politics of soft power and the creative economy*. Culture, Media & creative Industries. King's College London.
- John W. Berry (2005). Acculturation: Living successfully in two cultures. *International Journal of Intercultural Relations*, 29(6), 697–712.
- Lê Thị Thu Hằng (2021, January 14). *299 chuyến bay đưa hơn 80 nghìn công dân Việt Nam về nước*. Nhân Dân Điện Tử. <https://nhandan.vn/tin-tuc-the-gioi/299-chuyen-bay-dua-hon-80-nghin-cong-dan-viet-nam-ve-nuoc-631801/>.
- Mark C. Donfried (2021). COVID-19 crisis shows the time for global cooperation is now. *Arab News*. https://www.culturaldiplomacy.org/content/articles/pdf/Cultural_Diplomacy_Analect s.pdf.