

HIỆN TRẠNG QUẢNG BÁ VĂN HÓA VIỆT NAM TẠI HÀN QUỐC

Nguyễn Thủy Giang*

Tóm tắt

Sau khi chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao vào năm 1992, mối quan hệ giữa hai nước Việt Nam - Hàn Quốc đã bước sang một trang mới với nhiều thành tựu trong các lĩnh vực như: chính trị, ngoại giao, kinh tế... Giao lưu văn hóa cũng là một nội dung nhận được sự quan tâm của chính phủ, các cấp ban ngành của hai quốc gia. Xác định được giao lưu văn hóa sẽ giúp hình ảnh đất nước đến gần hơn với người dân ở các quốc gia khác, Việt Nam đã và đang dần chú trọng hơn đến các hoạt động quảng bá văn hóa ở nước ngoài trong đó có Hàn Quốc. Bằng việc tổng hợp các thông tin thông qua các nguồn tài liệu truyền thông, bài viết sẽ thống kê các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc trong gần 20 năm từ năm 2002 đến nay (2021) với mong muốn cung cấp bức tranh tổng quát về hiện trạng này qua đó nêu lên một vài đề xuất để hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam ở Hàn Quốc sẽ phát huy được hiệu quả hơn.

Từ khóa: Quảng bá văn hóa Việt Nam, Hàn Quốc, Lễ hội văn hóa Việt Nam, Tuần lễ văn hóa du lịch Việt Nam.

Mở đầu

Trên phạm vi toàn cầu, sự phát triển của khoa học và công nghệ cùng với tiến trình toàn cầu hóa từ những năm 1980 đã góp phần rút ngắn khoảng cách địa lý giữa các vùng, quốc gia và khu vực. Từ đây việc giao lưu giữa người dân, doanh nghiệp của các quốc gia trên thế giới gia tăng ngày càng mạnh mẽ. Ở Việt Nam, khi Đảng và Nhà nước tiến hành đổi mới, thực hiện đường lối đối ngoại đa phương rộng mở, thúc đẩy hội nhập khu vực và toàn cầu vào năm 1986, một chương mới trong mối quan hệ ngoại giao, thương mại giữa Việt Nam và nhiều quốc gia trên thế giới trong đó có Hàn Quốc đã được mở ra. Năm 1992, Hàn Quốc và Việt Nam chính thức thiết lập mối quan hệ ngoại giao và tính đến nay đã trải qua gần 30 năm hợp tác với nhiều thành tựu trong các lĩnh vực khác nhau như: ngoại giao, kinh tế, văn hóa, giao lưu nhân dân... Có thể nói, một trong những kết quả của tiến trình đổi mới, hội nhập quốc tế của Việt Nam nói chung và mối quan hệ Việt Nam - Hàn Quốc nói riêng là sự hình thành cộng đồng người Việt Nam ở Hàn Quốc và cộng đồng người Hàn Quốc ở Việt Nam. Các số liệu thống kê gần đây cho thấy số lượng người Hàn Quốc ở Việt Nam ngày càng tăng, lên tới 211.243 người tính đến cuối năm 2020¹. Trong bối cảnh mối quan hệ giữa hai nước ngày càng trở nên khăng khít, sự giao lưu hiểu biết ở nhiều lĩnh vực trong đó có văn hóa cũng được đặc biệt quan tâm.

*Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

¹ Số liệu thống kê từ website của Bộ Tư pháp Hàn Quốc (<https://www.immigration.go.kr/immigration>).

Ngay từ rất sớm, chính phủ Hàn Quốc đã đặc biệt chú trọng đến việc quảng bá hình ảnh quốc gia thông qua văn hóa. Vì thế văn hóa Hàn Quốc đã có sức lan tỏa mạnh mẽ tới nhiều quốc gia trên thế giới trong đó có Việt Nam. Xét ở chiều ngược lại, những hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc mặc dù đã có nhiều nỗ lực nhưng vẫn chưa thực sự đạt được hiệu quả mong muốn.

1. Tầm quan trọng của các hoạt động quảng bá văn hóa

Theo Giáo sư Joseph Nye- nguyên Hiệu trưởng Trường Quản trị công John F. Kennedy, thuộc Đại học Harvard (Mỹ), nguyên trợ lý Bộ trưởng Quốc phòng Mỹ, “quyền lực mềm (soft power) là khả năng tạo sức hấp dẫn, lôi cuốn, thu hút để các nước khác “tự nguyện” thay đổi hành vi, chính sách phù hợp với điều mà mình muốn, thay vì ép buộc thông qua sức mạnh kinh tế và quân sự”. Trước đây, để đánh giá sự thành công của một quốc gia người ta thường nhìn vào số liệu kinh tế - yếu tố quyết định sự tăng trưởng hay thụt lùi của mỗi quốc gia. Tuy nhiên, từ nửa cuối thế kỷ XX, khi văn hóa trở thành một ngành công nghiệp (công nghiệp văn hóa) thì văn hóa được nhìn nhận cả trên góc độ kinh tế và sự đóng góp vào quá trình phát triển của văn hóa không chỉ đơn thuần là yếu tố tinh thần mà có sự hiện hữu của các giá trị vật chất². Sau khi xuất hiện khái niệm quyền lực mềm, nhiều quốc gia đã cố gắng sử dụng chiến lược này để làm lan tỏa sức hấp dẫn của nền văn hóa nước mình ra ngoài biên giới quốc gia.

Nhìn ra ngoài biên giới quốc gia có thể nhận thấy sự thành công của các quốc gia nhờ biết sử dụng phương thức quảng bá văn hóa của dân tộc mình ra nước ngoài. Một ví dụ có thể đưa ra ở đây là sức ảnh hưởng rộng lớn của văn hóa Mỹ trên toàn cầu. Ở hầu hết

các quốc gia, người dân đều tiếp xúc với văn hóa Mỹ hàng ngày hàng giờ thông qua các thương hiệu đồ ăn, uống (cocacola, MCDonald’s), các chương trình giải trí trên truyền hình dành cho mọi lứa tuổi, tầng lớp (kênh truyền hình cáp CNN, MTV, Cartoon Network). Bên cạnh đó văn hóa Mỹ cũng ghi dấu ấn tại nhiều nước trên thế giới thông qua những lễ hội truyền thống như: Halloween, Giáng sinh, lễ tạ ơn... Hay khi đề cập đến đất nước Italia điều đầu tiên người ta nhớ đến là những công trình kiến trúc mang dáng dấp của một vương quốc La Mã cổ xưa, là đất nước được mệnh danh kinh đô thời trang thế giới... Như vậy yếu tố nào tạo nên sự thành công trong việc quảng bá văn hóa Mỹ, văn hóa Italia trên thế giới? Ngoài những yếu tố về tiềm lực kinh tế vững mạnh và những cá nhân xuất chúng thì chính sách văn hóa của các quốc gia này đã góp phần tạo nên thành công trong việc toàn cầu hóa văn hóa. Đó là việc chính phủ Mỹ không tiếc khoản đầu tư lớn cho cơ quan thông tin (USIA) để tuyên truyền quảng bá văn hóa Mỹ, hay như chính phủ Italia đang tích cực sử dụng các công cụ cơ bản của ngoại giao văn hóa bao gồm: ngôn ngữ, văn hóa, giáo dục, khoa học và du lịch để xây dựng các mối liên hệ văn hóa ở tất cả các cấp³.

Mặc dù không được xếp hạng trong số 10 quốc gia có tầm ảnh hưởng lớn trên thế giới về văn hóa⁴ nhưng không thể phủ nhận rằng Hàn Quốc là một trong số các quốc gia đã ghi dấu được những thành công nhất định trong việc quảng bá văn hóa quốc gia ra bên ngoài. Các biểu tượng văn hóa Hàn Quốc được chào đón ở rất nhiều các quốc

³ Huy Sơn (2021), Khi triển lãm là một công cụ ngoại giao, *Báo Quốc tế*, <https://baoquocte.vn/italy-khi-trien-lam-cung-la-mot-cong-cu-ngoai-giao-143077.html>

⁴ Theo xếp hạng năm 2018 của U.S. News & World Report, 10 nước có nền văn hóa ảnh hưởng toàn thế giới theo xếp hạng từ cao đến thấp lần lượt là: Italia, Pháp, Mỹ, Tây Ban Nha, Anh, Nhật Bản, Thụy Sĩ, Brazil, Australia, Thụy Điển.

² Nguyễn Thị Mai Anh (2020), Văn hóa – nguồn lực cho phát triển bền vững, *Tạp chí Cộng sản* (11).

gia trên thế giới. Những bộ trang phục truyền thống Hanbok, món kim chi đặc trưng, các sản phẩm gia dụng, đồ điện tử, mỹ phẩm, thời trang của Hàn Quốc đã trở nên gần gũi với nhiều quốc gia trên thế giới. Một trong những yếu tố quan trọng tạo nên sự ảnh hưởng của văn hóa Hàn Quốc ra bên ngoài chính là nhờ vào các chính sách quảng bá văn hóa. Quảng bá văn hóa luôn là một nội dung được chính phủ Hàn Quốc đặc biệt quan tâm. Ngay từ rất sớm, ngày 31/12/1971, Trung tâm Văn hóa và Thông tin Hàn Quốc (KOCIS) - một cơ quan trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã được thành lập với mục đích giới thiệu, quảng bá cho bạn bè thế giới biết về văn hóa Hàn Quốc. Bộ này hiện đang quản lý 32 Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc tại 27 quốc gia trên thế giới⁵. Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc là cầu nối giao lưu dành cho người dân ở các quốc gia trên thế giới có sự quan tâm đến văn hóa Hàn Quốc. Năm 1988, khi Thế vận hội mùa hè lần thứ 24 được tổ chức tại Seoul, Hàn Quốc đã tận dụng cơ hội này để quảng bá văn hóa ra toàn thế giới⁶. Từ năm 1990, Hàn Quốc thực sự coi văn hóa là tài sản để tăng cường vị thế quốc gia trên đấu trường quốc tế. Các hoạt động nâng cao vị thế quốc gia thông qua văn hóa được chính phủ, các ban ngành liên quan đặc biệt lưu tâm từ sớm⁷. Các hoạt động văn hóa được tổ chức thường xuyên nhằm mục đích quảng bá và lan tỏa văn hóa Hàn Quốc.

⁵ 한국문화원 홈페이지에서 참고, *전세계 한국문화원현황*, <https://kccuk.org.uk/ko/about-kccuk/our-global-connections/> (tham khảo từ website của Trung tâm văn hóa Hàn Quốc về nội dung tình hình hoạt động của các trung tâm văn hóa Hàn Quốc trên thế giới).

⁶ 강정석 (2013), *해외 PR 및 국가브랜드 제고를 위한 전략목표체계 구축에 관한 연구*, 한국행정연구원, 서울. (Nghiên cứu thiết lập hệ thống nâng cao vị thế quốc gia và quảng bá ở nước ngoài, Viện Hành chính Hàn Quốc, Seoul, 2013)

⁷ 2011년 11월 29일, 문화관광부 보도자료 (김동호 부산국제영화제 명예위원장, 손우현 숙대 객원교수 (전 주불문화원장 및 대통령 해외공보비서관). (Kim Dong Ho - Chủ tịch danh dự liên hoan phim quốc tế Busan, Báo cáo của bộ Văn hóa Du lịch Hàn Quốc, 2011)

Nằm trong xu thế chung của quốc tế, Việt Nam đã có những nỗ lực hội nhập quốc tế trên nhiều phương diện trong đó nhiệm vụ quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam ra thế giới được đặc biệt quan tâm. Trong nghị quyết số 22 do Bộ Chính trị Ban chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam ban hành ngày 10/4/2013 về hội nhập quốc tế, ở mục hội nhập quốc tế trong lĩnh vực văn hóa đã nhấn mạnh: “Lồng ghép các hoạt động hội nhập quốc tế vào quá trình xây dựng và triển khai các chiến lược, kế hoạch, đề án về phát triển văn hóa - xã hội, khoa học - công nghệ, giáo dục - đào tạo, lao động, y tế, thể thao...nhằm tranh thủ sự hợp tác, hỗ trợ quốc tế, tiếp thu tri thức, tinh hoa văn hóa nhân loại, quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam với bạn bè quốc tế”, “xây dựng và triển khai Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Tăng cường vai trò chủ động của Việt Nam tại các thể chế, diễn đàn đa phương về văn hóa”⁸.

Ngày 10/09/2021, thay mặt Thủ tướng Chính phủ, Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam đã ký ban hành Chỉ thị số 25/CT-TTg về việc đẩy mạnh triển khai Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam. Chỉ thị đã đề cập đến các nội dung cần triển khai trong thời gian tới để tăng cường quảng bá hình ảnh đất nước con người Việt Nam ra nước ngoài dưới nhiều hình thức: “tăng cường công tác bảo tồn, gìn giữ và phát huy giá trị văn hóa, con người, quảng bá hình ảnh quốc gia ra nước ngoài dưới nhiều hình thức, phương thức thể hiện đa dạng phong phú như: Lễ hội văn hóa Việt Nam, Tuần lễ văn hóa, du lịch Việt Nam, các hoạt động nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh, di sản văn hóa, mỹ

⁸ Nghị quyết 22-NQ/TW, ban hành ngày 10/4/2013 của Bộ Chính trị Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam về hội nhập quốc tế.

thuật, nhiếp ảnh và triển lãm, các môn thể thao dân tộc, kết hợp chặt chẽ với xúc tiến đầu tư, thương mại du lịch, các hoạt động khu vực và quốc tế, tôn vinh danh nhân, anh hùng dân tộc Việt Nam...”, “tiếp tục đẩy mạnh công tác văn hóa đối ngoại gắn kết chặt chẽ với cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài”⁹.

Hiểu được tầm quan trọng của việc quảng bá văn hóa Việt Nam đến các quốc gia trên thế giới, đặc biệt trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế như hiện nay, công tác quảng bá văn hóa đã được quan tâm và triển khai tích cực. Các hoạt động giao lưu văn hóa ngày càng trở thành một kênh chuyên nghiệp, hiệu quả trong việc giới thiệu đất nước, con người và bản sắc văn hóa Việt Nam đến bạn bè quốc tế. Đặc biệt kể từ khi Chính phủ ban hành chiến lược, chính sách thúc đẩy sự phát triển của văn hóa, hoạt động giao lưu văn hóa đã đạt được một số kết quả nổi bật. Việc mở rộng đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ đối ngoại đã tạo điều kiện thúc đẩy giao lưu văn hóa giữa Việt Nam và các quốc gia, vùng lãnh thổ trên thế giới. Nhiều hoạt động như: ngày/ tuần/ tháng văn hóa Việt Nam, biểu diễn nghệ thuật, lễ hội văn hóa - du lịch, chiếu phim, triển lãm sách, ảnh, sản phẩm văn hóa - nghệ thuật, hội thảo, xúc tiến, quảng bá du lịch được tổ chức hàng năm. Có thể kể ra một số hoạt động quảng bá văn hóa tiêu biểu gần đây như: Tháng văn hóa Việt Nam với các tiết mục ca múa nhạc, các nhạc cụ và âm thực truyền thống của Việt Nam (tháng 4/2019 tại thành phố Ceske Velenice, miền Nam CH Czech), Tổ chức Tuần phim Việt Nam, triển lãm tranh của các nghệ sĩ nổi tiếng của Hà Nội, biểu diễn các loại hình nghệ thuật truyền thống như: tò he, thư pháp (Hội chợ quốc tế 2019 tổ chức ở tỉnh Moselle, Pháp), chuyển lưu

diễn 12 ngày của đoàn nghệ sỹ Nhà hát ca múa nhạc dân gian Việt Bắc và Học viện Âm nhạc Quốc gia Việt Nam (tháng 10/2019 tại Hàn Quốc)¹⁰.

Ngoài các sự kiện kể trên, thời gian qua Tổng lãnh sự quán Việt Nam đã phối hợp với nhiều quốc gia trên thế giới như: Anh, Pháp, Nga, Đức, Ấn Độ, CH Séc, Hy Lạp... tổ chức các cuộc triển lãm nghệ thuật, tuần văn hóa, lễ hội như: Khai mạc Liên hoan phim Việt Nam tại thành phố Saint - Malo (Pháp), quảng bá hình ảnh Việt Nam tại Australia, khai mạc “Những ngày văn hóa Việt Nam tại Liên bang Nga”, lễ hội đa văn hóa quốc tế tại Đức, Ngày văn hóa Việt Nam tại Séc, Festival văn hóa, du lịch Việt Nam Indonesia và Myanmar tại Canada, Lễ hội di sản Văn hóa châu Á - Thái Bình Dương lần thứ 6 tại thành phố New York (Mỹ), triển lãm “My Vietnam” tại Italia nhằm góp phần quảng bá những hình ảnh đẹp, truyền thống văn hóa lịch sử của đất nước¹¹.

Bên cạnh đó nhiều địa phương đã ý thức được sức mạnh của văn hóa nên đã chủ động đẩy mạnh công tác quảng bá văn hóa ra nước ngoài như: thành phố Hà Nội làm các phim quảng cáo ngắn giới thiệu lịch sử, di sản, văn hóa, con người Hà Nội phát sóng trên kênh CNN; tỉnh Quảng Bình xúc tiến, quảng bá hình ảnh Phong Nha - Kẻ Bàng tại kinh đô điện ảnh thế giới Hollywood và tại New York Times Travel show 2019.

2. Khảo sát các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam ở Hàn Quốc

Trải qua ba thập niên thiết lập quan hệ ngoại giao chính thức giữa hai nước Việt Nam và Hàn Quốc, rất nhiều những thành tựu đã đạt được trên các phương diện: kinh tế, chính trị, đầu tư, giao lưu văn hóa, giao

¹⁰ Báo Điện tử Vov Đài tiếng nói Việt Nam, <https://vovworld.vn/vi-VN/van-hoa/tang-cuong-quang-ba-van-hoa-viet-nam-den-ban-be-quoc-te-804456.vov>.

¹¹ Sài Gòn Giải Phóng (2014), Quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới, <https://www.sggp.org.vn/quang-ba-van-hoa-viet-nam-ra-the-gioi-135085.html>.

⁹ Chỉ thị số 25/CT-TTg Về việc đẩy mạnh triển khai chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam.

lưu nhân dân. Nhìn lại trong suốt chiều dài lịch từ năm 1992 đến nay, có thể thấy Việt Nam và Hàn Quốc đã có những dấu mốc lớn trong quá trình phát triển quan hệ giữa hai nước, đặc biệt trong mối quan hệ giao lưu hợp tác văn hóa. Sau ba thập niên, văn hóa Hàn Quốc nhất là phim ảnh, âm nhạc, ẩm thực, trang phục, hàng tiêu dùng và công nghệ của Hàn Quốc đã trở nên quen thuộc và là một phần trong cuộc sống hằng ngày của một bộ phận người Việt Nam, nhất là ở các trung tâm đô thị. Nghiên cứu của Kim Young Chan (2008) đã chỉ ra rằng ở khu vực Đông Nam Á, phim Hàn Quốc được phát sóng sớm nhất tại Việt Nam. Ngay từ cuối những năm 1990, các phim truyền hình Hàn Quốc đã được phát đều đặn trên sóng của Đài Truyền hình Việt Nam và đã gây được tiếng vang mạnh mẽ trong lòng khán giả truyền hình Việt Nam. Có thể kể ra những phim tiêu biểu như: “Mối tình đầu (첫사랑)” (1996), “Ước mơ vươn tới một ngôi sao (별은 내 가슴에)” (1997), “Người mẫu (모델)” (1997), “Tạm biệt tình yêu của tôi (안녕, 내 사랑)” (1998), “Trái tim mùa thu (가을동화)” (2000), “Bản tình ca mùa đông (겨울연가)” (2002), “Hương mùa hè (여름향기)” (2003), “Ngôi nhà hạnh phúc (풀하우스)” (2004)... Những bộ phim này nhận được sự yêu thích đặc biệt từ khán giả Việt Nam, sau đó nhiều bộ phim Hàn Quốc đã nhanh chóng được mua bản quyền, phát sóng ở các Đài truyền hình địa phương. Nghiên cứu của Kim Young Chan (2018) đã chỉ ra rằng “thời gian phát sóng phim truyền hình Hàn Quốc tại các Đài truyền hình địa phương của Việt Nam bình quân bốn tiếng mỗi ngày và luôn nhận được sự quan tâm, yêu mến” từ các khán giả Việt Nam. Theo đó, hình ảnh về đất nước, con người và văn hoá Hàn Quốc đã trở nên gần gũi với người dân Việt Nam. Trong nghiên cứu “Ảnh hưởng của Hàn lưu tại Việt Nam, nhìn từ góc độ liên ngành” (Trần Thị Hương, Cao

Thị Hải Bắc: 2015), nhóm tác giả đã chỉ ra rằng Hàn lưu đã có những ảnh hưởng trên nhiều lĩnh vực như: Phim truyền hình, điện ảnh, K-pop, các chương trình truyền hình, ảnh hưởng tới các ngành công nghiệp văn hóa như: thời trang, mỹ phẩm, đồ điện tử, game trực tuyến, truyện tranh, phim hoạt hình, ẩm thực, tiếng Hàn,

Ở chiều ngược lại, Việt Nam cũng trở thành một trong những điểm đến của người Hàn Quốc. Bên cạnh những chính khách, doanh nhân còn có một số lượng ngày càng tăng người Hàn Quốc sang Việt Nam du lịch. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê Việt Nam, số lượng khách du lịch người Hàn Quốc sang Việt Nam ngày càng tăng, chỉ đứng thứ hai sau Trung Quốc. Tính riêng tháng 1 năm 2019, lượng du khách Hàn Quốc đến Việt Nam lên tới 389 ngàn lượt tăng 23%¹². Trong bối cảnh này, Việt Nam đã có những chiến lược quảng bá văn hóa như thế nào để thúc đẩy mối quan hệ giao lưu hợp tác giữa hai quốc gia? Để trả lời câu hỏi này chúng tôi đã tiến hành khảo sát các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam diễn ra tại Hàn Quốc trong khoảng thời gian từ 2002¹³ đến nay (2021), và đưa ra những nhận xét về tính hiệu quả của các chương trình này, từ đó đề xuất một vài kiến nghị để có thể tổ chức các hoạt động này một cách hiệu quả hơn trong tương lai. Để khảo sát các hoạt động này, chúng tôi sử dụng nguồn tài liệu truyền thông cụ thể là các trang báo điện tử, website của Bộ

¹² Hoàng An (2019), *Vĩ sao khách du lịch Hàn Quốc đến Việt Nam tăng mạnh*, <https://cafef.vn/vi-sao-khach-du-lich-han-quooc-den-viet-nam-tang-manh-20190803192124859.chn>.

¹³ Chúng tôi chọn mốc 2002 để tiến hành khảo sát vì theo tìm hiểu của chúng tôi, trước năm 2002 không có các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam được tổ chức ở Hàn Quốc. Năm 2002, sau khi sự kiện văn hóa kỷ niệm 10 năm thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước Việt – Hàn được tổ chức, các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc bắt đầu có những tín hiệu tích cực.

Văn hóa - Thể thao - Du lịch và Bộ Ngoại giao Việt Nam, website của Hội người Việt Nam tại Hàn Quốc. Tại trang web của Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam khi tìm kiếm từ khóa “Hàn Quốc” chúng tôi thu thập được 238 tin từ năm 2009 đến nay, trong đó có 20 (8%) tin về các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc. Khảo sát về các hoạt động văn hóa ở nước ngoài được đăng tải trên website của Việt Nam, trong 25 tin được đăng tải từ năm 2004 đến nay (thời điểm gần nhất là 17/8/2020), không có thông tin nào về sự kiện quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc được đăng tải. Nhìn vào các mốc thời gian và số lượng sự kiện có thể thấy,

website của Bộ Ngoại giao Việt Nam chưa cập nhật được đầy đủ các thông tin về sự kiện hoạt động văn hóa ở nước ngoài nên bảng tổng hợp sau của chúng tôi dựa vào nguồn tài liệu từ website của Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch (từ năm 2009) và các sự kiện quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc được đăng tải trên các trang báo mạng như: (vtv.vn, vov.vn, baovanhoa.vn, baotintuc.vn, thoidai.com.vn, nhandan.vn, dangcongsan.vn). Những trang web này cung cấp thông tin về các hoạt động văn hóa của Việt Nam từ 2002 đến 2009, từ 2009 đến hiện tại các hoạt động được đăng tải đầy đủ trên website của Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch.

Bảng: Thống kê các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam ở Hàn Quốc

Thời gian	Tên gọi	Hoạt động	Đơn vị tổ chức
8~10/12/2002	Tuần lễ văn hóa Việt Nam kỷ niệm 10 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam - Hàn Quốc	-Diệu múa truyền thống và bài hát dân ca, âm nhạc Hàn Quốc.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam, Đại sứ quán Việt Nam
5~12/9/2005	Tuần lễ văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc	-Biểu diễn ca múa nhạc dân tộc, thời trang áo dài. -Triển lãm trang phục truyền thống. -Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của Việt Nam. -Triển lãm tác phẩm Nhật ký trong tù của Chủ tịch Hồ Chí Minh được thể hiện qua ngôn ngữ thư pháp bằng tiếng Hàn.	Bộ Ngoại giao và Thương mại, Quỹ Hàn Quốc, Ủy ban Phát thanh - truyền hình Hàn Quốc, Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam
12~15/11/2007	Tuần lễ Văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc	Kỷ niệm 15 năm quan hệ ngoại giao giữa hai nước được thiết lập sự kiện đặc biệt là trò chuyện với 200 cô dâu Việt cùng gia đình của họ tại Hàn Quốc.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam, Bộ Ngoại giao Thương mại Hàn Quốc
31/3/2009	Triển lãm đồ gốm cổ ở Việt Nam với chủ đề “hành trình văn hóa”	Triển lãm chia 2 phần: Phần một giới thiệu tổng quan về văn hóa Việt Nam bao gồm 54 dân tộc, các vùng cư trú, những nét văn hóa, trang phục và nếp sống đặc trưng. Phần hai giới thiệu các nền văn hóa đặc trưng của Việt Nam như văn hóa Sa Huỳnh, văn hóa Đông Sơn.	Bảo tàng quốc gia Hàn Quốc phối hợp với Bảo tàng quốc gia Việt Nam và Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam

		Giám đốc Bảo tàng quốc gia Hàn Quốc đề nghị cơ quan quản lý văn hóa Việt Nam tạo cơ chế trao đổi hiện vật một cách thường xuyên để hai bên có thể cùng quảng bá.	
3~6/ 9/2009	Tuần lễ văn hóa Việt Nam	-Triển lãm ảnh về đất nước và con người Việt Nam: Trang phục dân tộc áo dài của Việt Nam. -Tuần lễ chiếu phim Việt Nam, Tuần lễ văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc là hoạt động giao lưu văn hóa, góp phần tăng cường giới thiệu văn hóa Việt Nam tới người dân Hàn Quốc và cộng đồng người Việt Nam tại Hàn Quốc. Với chủ đề “Chung tay xây dựng tương lai”, sự kiện năm nay gồm ba chủ đề chính: hợp tác kinh tế, trao đổi văn hóa và giao lưu quốc tế nhằm thúc đẩy quan hệ hợp tác hữu nghị giữa hai nước trên các lĩnh vực.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam, Ủy ban Hình ảnh Quốc gia thuộc văn phòng tổng thống Hàn Quốc
25~27/ 6/2010	Lễ hội văn hóa du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc	Gặp gỡ Bộ trưởng Bộ văn hóa - Thể thao - Du lịch Hàn Quốc và ký biên bản ghi nhớ hợp tác du lịch Việt Nam - Hàn Quốc Hội thảo xúc tiến du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc (tổ chức tại Seoul) Tổ chức lễ hội du lịch văn hóa Việt Nam.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam, Hàn Quốc, Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc
4/2011	Hội chợ Triển lãm du lịch Daegu-Gyeongbuk Tour Expo 2011	Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc được mời tham dự sự kiện và đã mang tới hai gian hàng giới thiệu về đất nước và con người Việt Nam với bạn bè Hàn Quốc.	Đại sứ quán Việt Nam tham dự
24~29/ 8/2011	Lễ hội văn hóa, du lịch Việt Nam 2011 tại Busan Hàn Quốc	-Hội thảo xúc tiến du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc. -Vận động bầu chọn cho Vịnh Hạ Long của Việt Nam và đảo Jeju của Hàn quốc là kỳ quan thiên nhiên mới của thế giới -Triển lãm không gian văn hóa Việt Nam, trưng bày các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, trang phục, ảnh, âm thực. -Biểu diễn các tiết mục âm nhạc dân tộc.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam phối hợp cùng Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc tổ chức
2~3/ 9/2011	Lễ hội văn hóa truyền thống Việt Nam tại Hàn Quốc lần thứ nhất	Trưng bày tranh truyền thống, sản phẩm thủ công mỹ nghệ, âm thực truyền thống.	Đại sứ quán Việt Nam Hội người Việt Nam
6~9/ 7/2012	Lễ hội Văn hóa - Du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc	Xúc tiến quảng bá du lịch và văn hóa cấp quốc gia.	Hội thảo xúc tiến du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc, Thành phố Changwon, Seoul.

12/5~12/8/2012	Trung bày Triển lãm Quốc gia Việt Nam tại Expo 2012 Yeosu Hàn Quốc	Chủ đề “Biển, đảo Việt Nam - Con người và thiên nhiên”, gian triển lãm Việt Nam được thể hiện hàng nghìn chất liệu gỗ, tre, thủy tinh, gốm... nêu bật sự hài hòa giữa con người và thiên nhiên, đan xen với những giá trị văn hoá, lịch sử, truyền thống độc đáo của Việt Nam.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch (tham dự)
4/11/2012	Lễ hội Văn hóa Việt Nam lần thứ 2	-Trình diễn áo dài, nón lá, các trò chơi dân gian, thi hát dân ca, tái hiện lễ cưới truyền thống của Việt Nam và quảng bá ẩm thực 3 miền Bắc - Trung - Nam của Việt Nam.	Hội người Việt Nam tại Hàn Quốc, Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc
1~6/7/2013	Lễ hội văn hóa du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc 2013	-Chương trình biểu diễn nghệ thuật ca múa nhạc dân tộc và đương đại. -Triển lãm “Việt Nam - vẻ đẹp bất tận” được tổ chức và giới thiệu về đẹp của đất nước Việt Nam, con người và các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, trang phục, ẩm thực. -Hội thảo xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch phối hợp với Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc
27/10/2013	Lễ hội văn hóa Việt Nam lần 3 tại Hàn Quốc	-Trình diễn áo dài, nón lá, các trò chơi dân gian, thi hát dân ca, tái hiện lễ cưới truyền thống của Việt Nam và quảng bá ẩm thực 3 miền Bắc - Trung - Nam của Việt Nam.	Hội người Việt Nam tại Hàn Quốc dưới sự hỗ trợ của Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc, chính quyền thành phố Daejeon, Đại học Chungnam và công ty Kumho Tire của Hàn Quốc
31/8/2014	Lễ hội Văn hóa Việt Nam lần thứ 4	Giới thiệu những nét văn hóa đặc trưng của Việt Nam.	Hội người Việt Nam tại Hàn Quốc, Đại sứ quán Việt Nam, Chính quyền Quận Muan, Trường Đại học Chodang,
16~21/9/2014	Lễ hội du lịch văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc 2014	Biểu diễn nghệ thuật ca, múa, nhạc truyền thống và trình diễn thời trang áo dài; Triển lãm giới thiệu ảnh Việt Nam, đất nước, con người; Hội thảo du lịch... Bên cạnh đó, sẽ có chương trình gặp gỡ, giao lưu, giới thiệu sản phẩm du lịch giữa doanh nghiệp lữ hành, khách sạn của Việt Nam với các đại lý lữ hành, công ty lữ hành của Hàn Quốc; giới thiệu một số sản phẩm du lịch đặc trưng dành cho khách Hàn Quốc.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch
22~29/9/2016	Chương trình giao lưu văn hóa nghệ thuật Việt Nam - Hàn Quốc 2016	Biểu diễn vở kịch mùa hè năm ấy.	Bộ VHTTDL cử đoàn cán bộ, diễn viên của Nhà hát Tuổi trẻ sẽ đi biểu diễn vở kịch “Mùa hè năm ấy” tại Incheon, Hàn Quốc theo nội dung biên bản hợp tác

			đã ký kết giữa Nhà hát với phía Hàn Quốc, theo thư mời của Đoàn kịch Ji-Geum, Hàn Quốc từ ngày 22/9-29/9/2016.
16/10/2016	Lễ hội Văn hóa Việt Nam lần thứ 6	Giao lưu văn hóa ẩm thực truyền thống.	Hội người Việt Nam tại Hàn Quốc, Hiệp hội Giao lưu văn hóa Hàn- Việt (KOVECA), Ban Quản lý Lao động và Văn phòng Quản lý Lao động theo chương trình EPS tổ chức với sự hỗ trợ của Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc, Bộ Lao động - Thương binh - Xã hội và chính quyền thành phố Seoul.
29/10/2017	Lễ hội Văn hóa Việt Nam lần thứ 7		
14/12/2017	Tuần lễ văn hóa, du lịch Việt Nam 2017	-Giới thiệu thông tin về các địa điểm du lịch, sản phẩm du lịch nổi tiếng của Việt Nam.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch
16~25/6/2018	Giới thiệu du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc	- Giới thiệu các sản phẩm du lịch. - Giới thiệu năm du lịch quốc gia 2018 Hạ Long và diễn đàn du lịch Đông Nam Á (ATF 2019).	Tổng cục du lịch Công ty Cổ phần Hàng không Vietjet
2/9/2018	Lễ hội Văn hóa Việt Nam lần thứ 8	Hoạt động trải nghiệm khác nhằm quảng bá văn hóa Việt Nam như: Gian hàng ẩm thực 3 miền Việt Nam, Trải nghiệm mặc áo dài, Vẽ thư pháp trên giấy và nón lá, Giới thiệu đồ thủ công mỹ nghệ Việt Nam...	Hội người Việt Nam tại Hàn Quốc
12/10/2018	Lễ hội Văn hóa Du lịch Việt Nam	Hội thảo quảng bá văn hóa và du lịch tại thành phố Gwangju.	Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch
8~16/12/2018	Việt Nam dễ gần	-Trải nghiệm văn hóa, ẩm thực và vẻ đẹp của Việt Nam (hướng dẫn trẻ em gấp diều, dạy người lớn làm bánh xèo, nấu chè đậu đen, chiếu phim “tâm cảm: chuyện chưa kể”, viết tên, nói lời chúc mừng năm mới bằng tiếng Việt).	Nhà văn hóa ASEAN, Quỹ giao lưu Quốc tế Hàn Quốc, Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc
3/2019	Tuần lễ ẩm thực Việt Nam tại Hàn Quốc	Giới thiệu Phở bò, bún chả, súp gà hạt sen, gói bưởi tôm, chè hạt sen long nhãn... là những món ăn thân thuộc của người dân Việt được đích thân Bếp trưởng Chung và cộng sự giới thiệu tới các thực khách.	Sự kiện diễn ra tại khách sạn Aloft Seoul Myeongdong do Bộ Văn hóa Thể thao Du lịch tổ chức

26/6/2019	Lễ hội Văn hóa, Du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc	Chương trình Roadshow giới thiệu du lịch Việt Nam.	Bộ Văn hoá - Thể thao - Du lịch, Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc
1/9/2019	Lễ hội Văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc lần thứ 9	-Diễn hành trang phục truyền thống Việt Nam, cuộc thi tìm hiểu lịch sử và văn hóa dân tộc. - Tổ chức 20 gian hàng ẩm thực ba miền Việt Nam.	Hội người Việt Nam tại Hàn Quốc, Đại sứ quán Việt Nam
18~21/7/2019	Triển lãm Thổ cẩm và lụa tại Seoul Hàn Quốc	Sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam tại Hàn Quốc.	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam phối hợp với ĐSQ Việt Nam tại Hàn Quốc, Hiệp hội thiết kế và thủ công Hàn Quốc tổ chức.
2~3/10/2019	Lễ hội văn hóa Việt Nam tại 4 thành phố: Buyeo, Gwangju, Incheon và Seoul	Đoàn nghệ thuật quốc gia Việt Nam tổ chức lưu diễn tại 4 thành phố (đây là sự kiện tiếp nối thành công và mở rộng thành quả của lễ hội văn hóa du lịch vào tháng 6/2019).	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam.
18/12/20~31/10/21	Trưng bày “Dòng chảy gốm sứ văn hóa Việt Nam” tại Bảo tàng quốc gia Gwangju, Hàn Quốc	Trong không gian 680m2, bảo tàng quốc gia Gwangju đã sắp xếp 73 hiện vật gốm sứ tiêu biểu và đặc sắc của Bảo tàng Lịch sử quốc gia.	Bảo tàng Lịch sử quốc gia, Bảo tàng quốc gia Gwangju

3. Đánh giá và đề xuất

Đánh giá

Theo bảng thống kê các sự kiện quảng bá văn hóa Việt Nam ở Hàn Quốc ở trên, sự kiện đầu tiên được tổ chức vào năm 2002 nhân dịp kỷ niệm 10 năm thiết lập quan hệ ngoại giao hai nước (1992-2002). Trong khuôn khổ của sự kiện ba bộ phim điện ảnh của Việt Nam nổi tiếng ở giai đoạn đó đã được trình chiếu tại Hàn Quốc. Cụ thể là: “Vua bãi rác”, “Thung lũng hoang vắng”, “Tết này ai đến xông nhà”. Ngoài ra một loạt các sự kiện: triển lãm mỹ thuật hiện đại, biểu diễn nghệ thuật truyền thống đã được tổ chức nhân dịp này. Chương trình được các cơ quan

bộ ban ngành của cả hai nước phối hợp tổ chức với mong muốn giới thiệu văn hóa Việt Nam tới người dân Hàn Quốc, góp phần nâng cao mối quan hệ ngoại giao giữa hai nước.

Theo tài liệu thống kê của chúng tôi, có 30 sự kiện quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc đã diễn ra trong khoảng thời gian từ năm 2002 đến nay (2021). Trong thời gian qua, do tình hình dịch bệnh phức tạp nên các chương trình tạm dừng tổ chức. Trưng bày “Dòng chảy gốm sứ văn hóa Việt Nam” tại Bảo tàng quốc gia Gwangju, Hàn Quốc diễn ra trong vòng 10 tháng từ (18/12/20~31/10/21) là hoạt động duy nhất được tổ chức.

Các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam chủ đạo được tổ chức định kỳ hàng năm là: “ Lễ hội văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc” do Hội người Việt Nam tại Hàn Quốc phối hợp cùng Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc và “Lễ hội văn hóa du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc” do Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam tổ chức. Chương trình “Lễ hội Văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc” lần đầu tiên được tổ chức vào năm 2011, sự kiện này được duy trì đều đặn hàng năm vào dịp Quốc khánh (2/9). Đây là dịp để người Việt Nam ở Hàn Quốc giới thiệu văn hóa Việt Nam tới bạn bè quốc tế, đồng thời cũng là cơ hội để cộng đồng người Việt Nam gặp gỡ, trao đổi, giao lưu nhằm tăng tính kết nối trong nội bộ cộng đồng. Cùng với sự lớn mạnh của cộng đồng người Việt Nam tại Hàn Quốc¹⁴, quy mô của chương trình qua mỗi năm đều lớn mạnh, các hoạt động cũng trở nên đa dạng hơn. Các hoạt động thường được tổ chức trong sự kiện này là: lễ hội ẩm thực, trình diễn trang phục truyền thống, tái hiện lễ cưới truyền thống...ngoài các hoạt động quen thuộc này, chương trình còn có sự xuất hiện của các nghệ sỹ tên tuổi từ Việt Nam sang. Tính đến năm 2019, chương trình đã có 9 lần tổ chức đều đặn hàng năm và trở thành hoạt động nhận được sự quan tâm của đông đảo bạn bè quốc tế và người dân địa phương. Chương trình gần nhất được tổ chức vào năm 2019 tại quảng trường Gwanghwamun ở thủ đô Seoul vào ngày 1/9/2019 đã thu hút được sự tham gia của hơn 15 ngàn người Việt Nam đang sinh sống tại Hàn Quốc. Trong lễ hội một số chương trình mới lạ lần đầu được tổ chức như: tìm hiểu lịch sử văn hóa Việt Nam,

cuộc thi tìm kiếm tài năng Việt - Hàn, biểu diễn thời trang áo dài, hanbok cùng nhiều tiết mục văn nghệ đặc sắc.

Song song với chương trình Lễ hội Văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc, một chương trình do Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam phối hợp cùng Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc tổ chức hàng năm có tên gọi “Lễ hội văn hóa du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc” cũng nhận được sự quan tâm của các cấp, ban ngành hai quốc gia trong thời gian qua. Sự kiện này được tổ chức lần đầu tiên vào năm 2002 nhân dịp kỷ niệm 10 năm thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước với tên gọi “Tuần lễ văn hóa Việt Nam” - là chương trình thiên về giới thiệu quảng bá vẻ đẹp của đất nước, con người Việt Nam với bạn bè Hàn Quốc. Từ năm 2010 trở đi, chương trình được đổi tên thành “Lễ hội văn hóa du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc” có sự lồng ghép các hoạt động quảng bá du lịch Việt Nam như: Hội thảo xúc tiến du lịch Việt Nam, Ký biên bản ghi nhớ hợp tác du lịch Việt Nam - Hàn Quốc, giới thiệu các sản phẩm du lịch, triển lãm Việt Nam về đẹp bất tận...Lần tổ chức gần đây nhất vào năm 2019, chương trình đã mời huấn luyện viên Park Hang Seo tham dự để tăng tính kết nối giao lưu với người Hàn Quốc. Bên cạnh những hoạt động có tính định kỳ, một số hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc nằm trong khuôn khổ giao lưu trao đổi của một số ngành đặc thù cũng được tổ chức trong thời gian qua và thu hút được sự quan tâm của một bộ phận nhất định người dân Hàn Quốc. Có thể kể ra: Chương trình triển lãm đồ gốm cổ Việt Nam tại Bảo tàng quốc gia Hàn Quốc, chương trình biểu diễn vở kịch “Mùa hè năm ấy” của Nhà hát Tuổi trẻ tại thành phố Incheon Hàn Quốc, Triển lãm thổ cẩm và lụa tại Seoul, trưng bày “Dòng chảy gốm sứ

¹⁴ Theo thống kê tháng 12 năm 2020 có 211.243 người Việt Nam đang cư trú tại Hàn Quốc (thông tin tham khảo từ website Bộ Tư pháp Hàn Quốc: (<https://www.immigration.go.kr/immigration>))

văn hóa Việt Nam”, “Triển lãm cổ vật Việt Nam tại Bảo tàng Quốc gia Hàn Quốc”, tại bảo tàng quốc gia Gwangju Hàn Quốc đã cho thấy được nỗ lực đưa văn hóa Việt Nam đến gần hơn với người dân Hàn Quốc.

Với 30 hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc trong khoảng thời gian gần 20 năm từ năm 2002 đến hiện tại (2021) có thể thấy tần suất tổ chức các hoạt động quảng bá còn khá thưa thớt, nội dung của các hoạt động mặc dù có sự cải tiến nhưng nhìn chung vẫn tập trung những hoạt động rập qua các năm. Trong quá trình thực hiện nghiên cứu này, chúng tôi đã tiến hành phỏng vấn sâu đối với 5 người dân địa phương (thông qua internet) đang sinh sống tại Seoul nhưng đáng tiếc trong số 5 người được phỏng vấn chỉ có một người quan tâm đến Việt Nam nên đã chủ động tìm hiểu thông tin về các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc, số còn lại cho biết chưa từng được biết và trải nghiệm các hoạt động này:

“Tôi theo học tiếng Việt từ năm lớp 10 và có sự quan tâm đặc biệt đối với đất nước và con người Việt Nam. Tuy nhiên những thông tin quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc còn rất hạn chế, người Hàn Quốc không được biết đến những thông tin này. Tôi có chơi với nhiều người bạn Việt Nam và thường xuyên chủ động cập nhật các thông tin về Việt Nam nên mới được biết” (Trích nội dung phỏng vấn anh Jeon - 26 tuổi hiện sống ở Seoul).

Theo quan sát của chúng tôi, dường như các hoạt động văn hóa Việt Nam chưa thực sự tạo được dấu ấn, thu hút sự quan tâm của người dân địa phương:

“Tôi và gia đình tôi biết đến Việt Nam vì Việt Nam là điểm đến của nhiều tập đoàn lớn của Hàn Quốc như Samsung, LG. Và năm trở lại đây tôi biết đến Việt Nam nhờ sự thành công của HLV Park Hang Seo, còn

các hoạt động văn hóa khác...tôi biết Việt Nam có phở, có bánh mì, có cà phê ngon và từ giờ tôi có thể thưởng thức ẩm thực Việt ở Seoul” (Trích nội dung phỏng vấn chị Park - 45 tuổi ở Seoul).

Dù những năm trở lại đây các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam được tiến hành với quy mô hoành tráng, các nội dung đã được cải tiến nhưng những thông tin này vẫn chưa thực sự tiếp cận được với người dân địa phương. Từ đây đặt ra một vấn đề cải tiến đổi mới các hoạt động và tìm hiểu cách thức tiến hành linh hoạt hiệu quả hơn, đặc biệt trong bối cảnh covid đang tác động đến cuộc sống của người dân trên khắp các quốc gia, hoạt động quảng bá văn hóa cần phải tìm một hướng đi mới cho phù hợp với bối cảnh mới.

Đề xuất

Từ thực tế của các hoạt động quảng bá văn hóa đã đề cập đến ở trên, bài viết xin được đề xuất một số ý kiến để các chương trình quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc được tiến hành hiệu quả hơn như sau:

Thứ nhất, tăng cường công tác truyền thông, quảng bá các sự kiện văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc đến đông đảo người dân địa phương. Việt Nam chủ động hơn trong việc đăng tải thông tin về sự kiện trên các phương tiện truyền thông Hàn Quốc.

Thứ hai, sử dụng hình ảnh của những nhân vật có sức ảnh hưởng chung đối với hai quốc gia Việt Nam - Hàn Quốc như: Huấn luyện viên Park Hang Seo, ca sỹ Hari won...

Thứ 3, đổi mới các nội dung quảng bá, tránh sự rập khuôn một số hoạt động lặp lại qua nhiều năm. Bàn bạc với đối tác đồng tổ chức để xây dựng những nội dung phù hợp.

Thứ 4, mở rộng các sự kiện quảng bá văn hóa Việt Nam tới các địa phương ngoài Seoul để tăng cơ hội hiểu biết về văn hóa Việt Nam của người Hàn Quốc.

Thứ 5: đề xuất với phía Hàn Quốc về việc tổ chức đan xen các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam cùng các chương trình sự kiện của Hàn Quốc để thu hút sự tham gia của người dân địa phương.

Thứ 6: tháng 1 năm 2017, Trung tâm văn hóa Việt Nam đầu tiên ở Hàn Quốc chính thức được khai trương và đi vào hoạt động, tuy nhiên các hoạt động vẫn còn cầm chừng, thông tin update trên fanpage còn nghèo nàn. Cần tích cực chủ động hơn trong các hoạt động quảng bá văn hóa.

Kết luận

Trải qua 30 năm thiết lập quan hệ ngoại giao, Việt Nam và Hàn Quốc đã có một bước tiến mới trong mối quan hệ giữa hai quốc gia. Trong thời gian qua cả hai nước đã tiến hành nhiều hoạt động quảng bá văn hóa. Mặc dù chính phủ, các cấp, ban ngành Việt Nam đã nhận thức được tầm quan trọng hoạt động này nhưng cũng phải thừa nhận các hoạt động quảng bá văn hóa còn thừa thớt, nội dung quảng bá còn mang tính rập khuôn thiếu sự đổi mới sáng tạo qua mỗi năm. Để các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam ở Hàn Quốc nhận được sự quan tâm của người dân địa phương, phía Việt Nam cần xem xét để có sự cải tiến đổi mới cho phù hợp với tình hình hiện tại. Đặc biệt trong bối cảnh covid diễn biến căng thẳng, các hoạt động giao lưu văn hóa bị đình trệ, nên cần nhanh chóng thay đổi phương thức quảng bá.

Khảo sát về các hoạt động quảng bá văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc của chúng tôi có thể chưa thực sự đầy đủ nhưng cũng mong giúp người đọc hình dung được về thực trạng và một số điểm cần khắc phục để trong tương lai các hoạt động này sẽ thực sự là cầu nối trong mối quan hệ hợp tác văn hóa giữa hai nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. 강정석 (2013), 해외 PR 및 국가브랜드 제고를 위한 전략목표체계 구축에 관한 연구, 한국행정연구원, 서울. (Nghiên cứu thiết lập hệ thống nâng cao vị thế quốc gia và quảng bá ở nước ngoài, Viện Hành chính Hàn Quốc, Seoul, 2013)
 2. Chỉ thị số 25/CT-TTg Về việc đẩy mạnh triển khai chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam.
 3. Nghị quyết 22-NQ/TW, ban hành ngày 10/4/2013 của Bộ Chính trị Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam về hội nhập quốc tế
 4. Tạ Quang Đông (2020), *Phát triển các sản phẩm, dịch vụ văn hóa để quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới*, Tạp chí Cộng Sản, Hà Nội.
- Internet**
5. <http://airserco.com.vn/viet-nam-to-chuc-le-hoi-du-lich-van-hoa-viet-nam-tai-han-quoc-nd34754.html>
 6. Báo tin tức (2021), Đẩy mạnh triển khai Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam, <https://baotintuc.vn/van-hoa/day-manh-trien-khai-chien-luoc-van-hoa-doi-ngoai-cua-viet-nam-20210910190424391.htm>.
 7. <https://bvhttdl.gov.vn/>, (Website của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam).
 8. <https://cand.com.vn/Chuyen-dong-van-hoa/Quang-ba-van-hoa-du-lich-Viet-Nam-tai-Han-Quoc-i526530/>
 9. Sài Gòn Giải Phóng (2014), Quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới, <https://www.sggp.org.vn/quang-ba-van-hoa-viet-nam-ra-the-gioi-135085.html>.
 10. <https://www.mcst.go.kr/kor/main.jsp>, (Website của Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch Việt Nam)
 11. https://www.mofa.gov.vn/vi/vd_quantam/ (Website của Bộ Ngoại giao Việt Nam)
 12. <https://www.mofa.go.kr/www/index.do>, (Website của Bộ Ngoại giao Hàn Quốc)
 13. <https://avck.vn/> (Website của Hội người Việt Nam tại Hàn Quốc)

Abstract:**REAL SITUATION OF VIETNAMESE CULTURAL PROMOTION IN KOREA**

After officially establishing diplomatic relations in 1992, the relationship between the two countries - Vietnam and Korea, has turned to a new page with many achievements in fields, such as politics, diplomacy, economy, etc. The cultural exchange also receives the attention of the governments and departments of the two countries. Determining that cultural exchange activities will bring the country's image closer to people in other countries, Vietnam has been gradually paying more

attention to cultural promotion activities in other countries, including Korea. The article summarizes the activities to promote Vietnamese culture in Korea for nearly 20 years from 2002 to the present (2021) by synthesizing information through media sources. The author desires to provide a general picture of cultural promoting activities, and based on that to propose suggestions to promote Vietnamese culture more effectively.

Keywords: The promotion of Vietnamese-Korean culture, Vietnamese Cultural Festival, Vietnamese Culture and Tourism Week.