

Mối tương quan giữa ngoại giao văn hóa và quyền lực mềm trong quan hệ quốc tế thế kỷ XXI

Nguyễn Thái Giao Thủy*

NCS Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn - ĐHQG Hà Nội

Ngày nhận bài: 19/03/2019, ngày gửi phản biện: 8/05/2019, ngày duyệt đăng: 06/06/2019

Bước vào thế kỷ XXI, vai trò của văn hóa nói chung và ngoại giao văn hóa nói riêng đã được thừa nhận rộng rãi như một quyền lực mềm chiếm vị trí quan trọng không chỉ trong quan hệ quốc tế mà còn đối với các nhà hoạch định chính sách văn hóa, chính sách phát triển chung của các quốc gia trên thế giới. Ngoài ra, yếu tố văn hóa còn ảnh hưởng, tác động không nhỏ đến quan hệ quốc tế, có tính quyết định cho các nhiệm vụ ngoại giao của các nước. Vì thế, việc hiểu được tương quan của ngoại giao văn hóa và quyền lực mềm để vận dụng yếu tố văn hóa nhằm nâng cao hiệu quả thực thi đường lối đối ngoại được các quốc gia ngày càng chú trọng.

Từ khóa: ngoại giao văn hóa, quyền lực mềm, quan hệ quốc tế

1. Vai trò của ngoại giao văn hóa trong quan hệ quốc tế thế kỷ XXI

Ngoại giao văn hóa được xem như quyền lực mềm có vai trò quyết định sức mạnh và vị thế của quốc gia trong quan hệ quốc tế. Vì thế, các quốc gia ngày càng chú ý nhiều đến vai trò của ngoại giao văn hóa nhằm sử dụng như một phương tiện hiệu quả để thúc đẩy quan hệ chính trị, an ninh, kinh tế, gắn liền với lợi ích quốc gia một cách toàn diện. Hội nhập quốc tế trong bối cảnh toàn cầu hóa như hiện nay cho thấy "ngoại giao văn hóa là một dẫn chứng tiêu biểu về quyền lực mềm, khả năng thuyết phục thông qua văn hóa, giá trị và ý tưởng, đối lập với quyền lực cứng với sự chinh phục hoặc cưỡng ép thông qua sức mạnh quân sự" (Joseph S. Nye, 2002, p.8). Ủy ban Tư vấn Ngoại giao văn hóa thuộc Bộ Ngoại giao Mỹ trong bản báo cáo về ngoại giao văn hóa vào tháng 9/2005 đã nhận định về vai trò ngoại giao văn hóa như sau: "Ngoại giao văn hóa là trụ cột của ngoại giao nhân dân" vì "trong những hoạt động văn hóa, quan điểm của một quốc gia được thể hiện tốt nhất", "ngoại giao văn hóa thể hiện phần hồn của một quốc gia" (Advisory Committee on Cultural Diplomacy, 2005). Trong khi đó, Bộ Ngoại giao Nhật Bản lại cho rằng: "giao lưu và tin nhiệm lẫn nhau về văn hóa trong thời đại chúng ta đang sống là rất khó, các loại xung đột và đối lập khiến khắp nơi trên toàn cầu đều cảnh giác và đề phòng lẫn nhau. Bởi thế giá trị đặc biệt của ngoại giao văn hóa ngày càng quan trọng", còn người dân thì cho rằng "không có sự tin nhiệm lẫn nhau về văn hóa thì không thể có vũ đài văn hóa quốc tế cũng không thể phát hiện lực ảnh hưởng quốc gia, nâng cao hình tượng văn hóa chỉ là một câu nói trống rỗng" (Fullbright/Culcon Joint Symposium, 2009). Vì vậy, Nhật Bản đã nâng cao vị thế của mình bằng cách xây dựng thương hiệu quốc gia thông qua hình tượng văn hóa để giành lấy sự tin nhiệm của nhân dân các nước khác trên thế giới, gần nhất là các nước Đông Nam Á. Có thể thấy ngoại giao văn hóa với tư cách là công cụ của quyền lực mềm ở thời đại toàn cầu hóa đã được thể hiện rõ nét qua các vai trò sau:

Vai trò chính trị

Là một lĩnh vực đặc biệt của các hoạt động ngoại giao, ngoại giao văn hóa liên quan đến việc sử dụng

*thanha160685@yahoo.com

văn hóa như là đối tượng và phương tiện cơ bản nhất trong chính sách đối ngoại của một quốc gia (Đào Minh Hồng, Lê Hồng Hiệp, 2018, tr.261). Đối với các nước lớn, ngoại giao văn hóa có vai trò quyết định sức mạnh và là con đường mở rộng ảnh hưởng ra thế giới. Ví dụ như: mục tiêu của Mỹ là mở rộng những giá trị về dân chủ và nhân quyền nhằm tạo lập sự thống trị và ảnh hưởng khắp thế giới. Ngoại giao văn hóa Mỹ được định hình từ sau Chiến tranh Thế giới I, được thông qua Hội nghị liên Mỹ về duy trì hoà bình tại Buenos Aires vào năm 1936 để chống lại sự tấn công của Đức quốc xã vào châu Mỹ. Trong Chiến tranh Thế giới II, ngoại giao văn hóa Mỹ được thấy ở các chiến dịch bảo vệ các di sản nghệ thuật, lịch sử tại các khu vực chiến tranh ở châu Âu. Trong chính sách đối ngoại, Chính phủ Mỹ xem ngoại giao văn hóa là một bộ phận quan trọng trong tổng thể chính sách Ngoại giao Nhà nước (Public Diplomacy), là một trong bảy nội dung trong công tác đối ngoại chính của Mỹ, bao gồm: hoạt động truyền thông, tuyên truyền về chủ trương, chính sách, quảng bá hình ảnh, thúc đẩy giao lưu văn hóa, truyền bá tư tưởng tự do, dân chủ trên thế giới. Năm 1999, Tổng thống Nixon đã từng tuyên bố rằng “*Không đánh mà thắng*”; “*Bước vào thế kỷ XXI, cái giá dùng vũ lực xâm lược sẽ càng đắt hơn, còn sức mạnh kinh tế và sức hiệu triệu của hình thái ý thức trở thành nhân tố có tính quyết định*” (Nguyễn Thị Thùy Yên, 2016, tr.184). Tháng 2/2003, Chính phủ Mỹ tuyên bố trong Chiến lược quốc gia chống chủ nghĩa khủng bố “*mục tiêu cuối cùng của đấu tranh chống khủng bố là làm cho quyền dân chủ của Mỹ được bảo hộ, làm cho quan niệm giá trị tự do được tôn trọng trên toàn thế giới*”. Đối với sức hấp dẫn và tầm ảnh hưởng của văn hóa đại chúng Mỹ, Joseph S.Nye cho rằng “*Văn hóa là một tài nguyên sức mạnh mềm, không cần đầu tư quá nhiều mà tương đối có giá trị*” (Joseph S. Nye, 1992, p.8).

Quyền lực mềm là một khái niệm mới nhưng nội dung của nó không còn xa lạ đối với Trung Quốc. Từ xa xưa, các nhà mưu lược Trung Quốc đã nhận thức được đạo lý “*Bình pháp không đánh mà khuất phục lòng người*”, “*không thể chỉ dựa vào vũ lực để trị vì thiên hạ*”. Tuy nhiên, đến Đại hội Đảng Cộng sản Trung Quốc lần thứ XVII, lần đầu tiên quốc gia này đã xem quyền lực mềm là bộ phận quan trọng của sức mạnh tổng hợp đất nước, đồng thời khẳng định phải “*vực dậy sức sống sáng tạo của văn hóa toàn dân tộc, nâng cao quyền lực mềm của văn hóa quốc gia*” (Báo cáo chính trị Đại hội lần thứ XVII Đảng Cộng sản Trung Quốc). Chủ tịch Hồ Cẩm Đào cho rằng “*nâng cao quyền lực mềm của quốc gia là một bài toán trọng đại, thực tế đặt ra trước mắt chúng ta*” (Hồ Cẩm Đào, 2006, tr.1).

Trong quá trình hội nhập thế giới, Trung Quốc xác định ngôn ngữ là chiếc cầu quan trọng trong giao lưu đối ngoại; và văn hóa là một cấu phần của sức mạnh quốc gia để trở thành một cường quốc thế giới. Vì thế bắt đầu từ năm 2004, quốc gia này đã bắt đầu thành lập Học viện Khổng Tử tại các nước nhằm giảng dạy ngôn ngữ và văn hóa Trung Quốc ra khắp châu lục với mục tiêu là truyền bá văn hóa Trung Quốc, tăng cường nhận thức về Trung Quốc với người dân bản địa (Dương Danh Dy, 2008).

Đối với các nước nhỏ, ngoại giao văn hóa được sử dụng thường xuyên hơn, như là cách tạo dựng sức mạnh mềm thông qua việc xây dựng và quảng bá hình ảnh hòa bình và phát triển của đất nước, từ đó thu hút sự chú ý, ủng hộ và hỗ trợ từ các nước khác trên thế giới, góp phần nâng cao vị thế quốc gia trên trường quốc tế

Vai trò kinh tế

Ngoại giao văn hóa luôn được đề cao trong chính sách đối ngoại của các quốc gia phát triển. Mục đích các quốc gia này đối với ngoại giao văn hóa chủ yếu là để tăng cường và phát huy ảnh hưởng quốc gia trên trường quốc tế và hướng cả tới mục tiêu kinh tế. Nền tảng ngoại giao văn hóa của các nước phát

triển không chỉ có giá trị văn hóa, lịch sử và truyền thống mà còn có cả các loại hình nghệ thuật hiện đại như phim ảnh, thời trang, giáo dục, thu hút đầu tư, du lịch và khai thác các ngành công nghiệp văn hóa. Văn hóa là một ngành công nghiệp rất quan trọng trong sự phát triển của một quốc gia. Nhiều quốc gia như Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc hàng năm đã thu về hàng tỷ USD nhờ việc khai thác các sản phẩm văn hóa, du lịch, thời trang... Các quốc gia vừa và nhỏ, thông qua ngoại giao văn hóa, vừa khẳng định vị thế, vừa kêu gọi đầu tư, viện trợ, hỗ trợ, xuất nhập khẩu từ các nước lớn nhằm phát triển nội lực và đẩy mạnh hội nhập quốc tế.

Vai trò gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc

Bản sắc văn hóa dân tộc là vấn đề liên quan đến “hồn” của một dân tộc. Vấn đề bản sắc liên quan đến tư duy, nhận thức của lãnh đạo và nhân dân về cộng đồng dân tộc và cộng đồng quốc tế, chịu ảnh hưởng của các giá trị truyền thống dân tộc cũng như các giá trị hiện đại của dân tộc đó. Bản sắc văn hóa liên quan đến toàn bộ đời sống tinh thần, cho sự tồn tại và phát triển của dân tộc bên cạnh các nền văn hóa, văn minh thế giới. Giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc còn được coi là một mũi nhọn trong các hoạt động đối ngoại của nhân dân các nước.

Ở Việt Nam, vai trò của ngoại giao văn hóa tuy vẫn còn được bàn luận, nhưng về cơ bản vẫn nhận được sự đồng tình của đa số học giả cũng như các nhà hoạch định đường lối, chính sách với các chức năng và vai trò sau: (i) Mở đường cho các hoạt động đối ngoại của đất nước ra khu vực và thế giới; (ii) Tham mưu để giải quyết các khó khăn cho đất nước; (iii) Quảng bá và xây dựng hình ảnh đất nước ra thế giới; (iv) Vận động thế giới công nhận các giá trị văn hóa của đất nước; (v) Tiếp thu tinh hoa văn hóa của thế giới, làm giàu thêm cho bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam, đồng thời tạo cơ sở để hội nhập với thế giới. Sự ra đời của Nghị quyết TW 5 khóa VIII của Bộ Chính trị về Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc năm 1998 được xem là chiến lược văn hóa quan trọng của Đảng trong thời kỳ đổi mới. Ngày nay, ngoại giao văn hóa được gắn chặt với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế để phục vụ tốt mục tiêu công nghiệp hóa - hiện đại hóa, hội nhập khu vực và thế giới của Việt Nam.

Hiện nay, khi xu thế vận động của thế giới là hòa bình, hợp tác kinh tế và phát triển là chủ đạo thì ngoại giao văn hóa được xem như là quyền lực mềm có điều kiện hết sức thuận lợi để phát huy vai trò, đóng góp tích cực vào sự nghiệp xây dựng, bảo vệ tổ quốc, hiện đại hóa đất nước, đồng thời bảo vệ truyền thống văn hóa dân tộc và tiếp thu tinh hoa văn hóa thế giới.

2. Mối tương quan giữa ngoại giao văn hóa và quyền lực mềm trong quan hệ quốc tế

Ngoại giao văn hóa đã có mặt lâu đời trong lịch sử ngoại giao trên thế giới và cả Việt Nam. Sau khi Chiến tranh Lạnh kết thúc, ngoại giao văn hóa được quan tâm nhiều hơn, là một trong những nét đặc trưng của ngoại giao thế kỷ XXI. Kỳ nguyên toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ, các nước trên thế giới có cơ hội thuận lợi giao lưu, liên kết và hội nhập chặt chẽ với nhau nhằm đối phó với những nguy cơ và thách thức như đồng hóa về văn hóa, đánh mất bản sắc văn hóa dân tộc. Ngoài ra, trong quan hệ quốc tế ngày nay, văn hóa giữ vị trí rất quan trọng vì văn hóa có mối tương quan chặt chẽ với quyền lực mềm trong sức mạnh tổng hợp của mỗi quốc gia mà quyền lực mềm là quyền lực vô hình, ảnh hưởng đến ý thức công chúng và dư luận quốc tế. Tại Hội nghị Văn hóa và Ngoại giao tổ chức ở Mỹ năm 2000, Tổng thống Mỹ Bill Clinton đã nhấn mạnh rằng: “*Văn hóa có sức thâm nhập mạnh, có thể đạt được mục tiêu mà các biện pháp chính trị và quân sự chưa chắc có thể đạt được*” (Vũ Dương Huân, 2010, tr.317).

Sau Chiến tranh Lạnh, xu hướng chiến tranh, đối đầu giảm, ngoại giao văn hóa bắt đầu phát triển nhanh, trở thành xu hướng chủ đạo trong việc hoạch định chính sách đối ngoại của các quốc gia. Các phương tiện giao thông, liên lạc phát triển mạnh mẽ bởi tác động của cách mạng khoa học và công nghệ. Kinh tế phát triển hỗ trợ cho giao lưu văn hóa; ngoại giao đa phương bùng nổ. Khoảng cách về sức mạnh chính trị, kinh tế trên thế giới ngày càng bị thu hẹp bởi toàn cầu hóa thì sự hội nhập ngày càng lan rộng một cách nhanh chóng. Do đó, các quốc gia đã đẩy mạnh ngoại giao văn hóa như là một lĩnh vực quan trọng, góp phần đảm bảo việc thực hiện hiệu quả các mục tiêu đối ngoại của quốc gia. Trên thế giới, mỗi quốc gia đều có quan điểm của riêng mình về lĩnh vực này, ngoại giao văn hóa có thể là công cụ để tạo ảnh hưởng (các nước lớn như Mỹ, Trung Quốc...), là sự thúc đẩy kinh tế (các nước tâm trung như Hàn Quốc, Mexico, Australia...) hay vừa phát triển, vừa khẳng định sự tồn tại (các nước nhỏ như Thái Lan, Singapore, Malaysia...).

Bước vào thế kỷ XXI, nhiều học giả cho rằng thế kỷ này sẽ là thế kỷ va chạm giữa các nền văn minh, đặc biệt là sau sự kiện 11/9/2001, nghĩa là chiến tranh có thể xảy ra do yếu tố văn hóa - văn minh. Vì vậy, các quốc gia chủ trương sử dụng nhân tố văn hóa trong quan hệ đối ngoại của mình nhằm thúc đẩy sự giao lưu, đối thoại giữa các nền văn hóa - văn minh hướng đến xây dựng một nền "văn hóa hòa bình" trong xu thế toàn cầu hóa hiện nay. Bên cạnh đó, nhân tố văn hóa càng ngày càng được các quốc gia sử dụng như một công cụ hiệu quả để hỗ trợ cho các hoạt động đối ngoại trên lĩnh vực chính trị, an ninh, kinh tế... Có thể thấy rõ điều này qua quá trình xây dựng Cộng đồng Văn hóa - Xã hội của ASEAN như là một trong ba nhánh chủ đạo, bên cạnh Cộng đồng An ninh - Chính trị và Cộng đồng Kinh tế của Cộng đồng ASEAN được hình thành vào cuối năm 2015 (Ratih Indraswari Ma, 2015, pp.394-297).

Ngoại giao văn hóa cũng như ngoại giao kinh tế, ngoại giao chính trị đều là một phần quan trọng trong đường lối đối ngoại của một quốc gia. Ngoại giao văn hóa sử dụng văn hóa làm công cụ kết nối mối quan hệ ngoại giao giữa quốc gia này với quốc gia khác trên phương diện hợp tác hòa bình và là một giải pháp hữu hiệu khi ngoại giao kinh tế, ngoại giao chính trị không thể thỏa thuận được. Một trong những đặc điểm quan trọng của ngoại giao văn hóa là phương thức thực hiện đa dạng bao gồm các hình thức giao lưu, trao đổi phong phú giữa các cá nhân, tổ chức của các quốc gia. Chính vì vậy, ngoại giao văn hóa được áp dụng dễ dàng, linh hoạt và nhanh chóng đạt được hiệu quả cao.

Hiện nay, trong quan hệ quốc tế, xu hướng hợp tác hòa bình giữa các quốc gia đang là xu thế chủ đạo. Vì vậy, ngoại giao văn hóa ngày càng được triển khai như một công cụ hữu hiệu để tăng cường hợp tác giữa các quốc gia. Quá trình toàn cầu hóa cũng tạo điều kiện cho sự giao lưu và thông tin liên lạc ngày càng thuận tiện hơn. Đó cũng là lý do thúc đẩy ngoại giao văn hóa đạt được nhiều thành tựu và được quan tâm nhiều hơn. Vì nắm giữ những giá trị tinh thần cốt lõi của một quốc gia, văn hóa có thể trở thành một phương tiện vô cùng hiệu quả để giới thiệu hình ảnh của một quốc gia với thế giới, hoặc làm cho thế giới hiểu biết thêm về quốc gia đó nhưng đồng thời nó cũng có thể được sử dụng như là một công cụ, một quyền lực mềm của các cường quốc nhằm thu phục các quốc gia nhỏ, yếu hơn hiện đang đối đầu với mình.

Ở Mỹ, ngoại giao văn hóa dùng để "mở đường" với những nước không có quan hệ tốt đẹp với Mỹ với chiêu bài là dùng các dàn nhạc đi đến những nước này giao lưu và biểu diễn. Điển hình như vào năm 1956, Mỹ và Liên Xô lúc này là hai cường quốc đại diện cho hai hệ thống đối đầu với nhau quyết liệt, Mỹ đã đưa dàn nhạc giao hưởng Boston đến biểu diễn. Sự kiện này đã tạo nên một trang sử mới cho quan hệ hai quốc gia (Phương Loan, 2008).

Trong thời kỳ Chiến tranh Lạnh, một trong những sự kiện ngoại giao văn hóa được nhắc đến nhiều nhất chính là “*ngoại giao bóng bàn*” giữa Trung Quốc và Mỹ. Vào tháng 4/1971, đội tuyển bóng bàn Mỹ đang thi đấu tại giải Vô địch Thế giới ở Nhật Bản đã sang Trung Quốc theo lời mời từ Chính phủ nước này. Trận giao hữu bóng bàn trong không khí thân thiện giữa các vận động viên hai nước đã phá vỡ những tảng băng cản trở quan hệ ngoại giao giữa hai bên suốt hơn 20 năm và lệnh cấm vận Trung Quốc đã được Mỹ bãi bỏ. Đây cũng là những người Mỹ đầu tiên được phép đặt chân vào Đại Lục kể từ khi Đảng Cộng sản lên nắm quyền đất nước này vào năm 1949 (Đình Thị Vân Chi, 2015). Chính sự kiện “*ngoại giao bóng bàn*” đã mở đường cho chuyến viếng thăm lịch sử của Tổng thống Mỹ Richard Nixon sang Trung Quốc vào năm 1972.

Gần đây nhất, người ta hay nhắc đến “*ngoại giao âm nhạc*” trong quan hệ Mỹ và Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Triều Tiên. Sự xuất hiện của Dân nhạc Giao hưởng New York nổi tiếng tại thủ đô Bình Nhưỡng vào ngày 26/2/2008 với một buổi biểu diễn bao gồm các tác phẩm của cả hai quốc gia đã hâm nóng lại quan hệ căng thẳng sau hơn 50 năm thù địch (Trần Lê, 2015).

Một ví dụ khác gần gũi hơn bởi nó diễn ra giữa các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á, chính là “*ngoại giao Golf*” trong quan hệ giữa Campuchia và Thái Lan (năm 2008) liên quan đến việc tranh chấp về ngôi đền Preah Vihear. Trong một buổi gặp mặt cấp cao giữa hai nước, Bộ trưởng Bộ Quốc phòng Campuchia là Tea Banh đã chơi golf cùng với các quan chức quân sự Thái Lan tại Siemriep và buổi đánh golf này đã mở đầu cho cuộc hội đàm giữa hai bên diễn ra sau đó một cách tốt đẹp (Nguyễn Việt, 2015).

Về phương diện văn thể quốc gia, có lẽ Mỹ là quốc gia thành công nhất trong việc truyền bá tư tưởng, lối sống thông qua việc phổ biến của văn hóa “*thức ăn nhanh*” với các thương hiệu như Mc Donald, KFC và phim ảnh Hollywood... Trong khi đó, bằng sự quảng bá của mình, Nhật Bản đã khiến cả thế giới biết đến như là một đất nước hoa anh đào hay tinh thần võ sĩ đạo, Karatedo... Singapore là một đảo quốc có nhiều mô hình giáo dục của Vương quốc Anh. Tại đây đã thu hút nhiều sinh viên các quốc gia lân cận, có nguồn thu rất lớn từ dịch vụ giáo dục. Nền giáo dục tốt giúp đất nước này giải quyết được vấn đề thiếu nguồn nhân lực có trình độ cao.

3. Thay lời kết

Tại Việt Nam, ngoại giao văn hóa cùng với ngoại giao kinh tế và ngoại giao chính trị tạo thành thể “*kiềng ba chân*” cho ngoại giao hiện đại, là một công cụ hữu hiệu nhằm thực hiện đường lối đối ngoại của Đảng và Nhà nước. Không tách rời ngoại giao kinh tế và ngoại giao chính trị, ngoại giao văn hóa đã tạo dựng và quảng bá hình ảnh Việt Nam nhằm đẩy mạnh công cuộc phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao vị thế của Việt Nam trên thế giới. Vai trò chính trị của ngoại giao văn hóa có thể xuyên suốt, nhất quán trong toàn bộ quá trình cách mạng Việt Nam từ việc tranh thủ sự ủng hộ của thế giới đối với công cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc (thời kỳ 1945 - 1975), hành động “*mở đường*” cho việc bình thường hóa quan hệ với các nước và hội nhập quốc tế (thời kỳ 1975 - 1986 và 1986 - 1995). Nguyên Bộ trưởng Bộ ngoại giao Nguyễn Dy Niên nhấn mạnh: “*Cùng kinh tế đối ngoại và chính trị đối ngoại, văn hóa đối ngoại tạo thành thể kiềng ba chân vững chãi cho nước ta vươn ra hội nhập thế giới*” (Nguyễn Dy Niên, 2003). Nguyên Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Gia Khiêm cũng khẳng định “*cần đẩy mạnh ngoại giao văn hóa để thành một trụ cột cơ bản của ngoại giao*” (Phạm Gia Khiêm, 2007).

Tóm lại, sự đa dạng về văn hóa trên thế giới đã tạo ra sự cân bằng về văn hóa giữa các quốc gia. Trong quan hệ quốc tế hiện nay, các quốc gia đều sử dụng nhân tố văn hóa như công cụ để thể hiện quyền lực mềm trong các hoạt động ngoại giao, nhằm đạt tới ba mục tiêu của chính sách đối ngoại là an ninh, phát triển và ảnh hưởng. Như vậy, ngoại giao văn hóa cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, đã và đang trở thành trụ cột quan trọng trong chính sách đối ngoại của các quốc gia trong quan hệ quốc tế ngày nay.

Tài liệu tham khảo

1. Joseph S. Nye (2002), *The Paradox of American Power. Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone*, New York: Oxford University Press, p.8.
2. Advisory Committee on Cultural Diplomacy (2005), "*Cultural Diplomacy - The Linchpin of Public Diplomacy*", US Department Report, <http://www.state.gov/documents/organization/54374.pdf>, ngày truy cập 15/8/2016.
3. Fullbright/Culcon Joint Symposium (2009), "*Japan and US Soft Power: Addressing Global Challenges*", www.jpff.go.jp, ngày truy cập 08/10/2015.
4. Nguyễn Thị Thùy Yên (2016), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam với Asean trong thời kỳ hội nhập*, Luận án Tiến sĩ, Hà Nội, tr.184.
5. Joseph S.Nye (1992), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, NY Basic Books, p.8.
6. Báo cáo Chính trị Đại hội lần thứ XVII Đảng Cộng sản Trung Quốc.
7. Hồ Cẩm Đào (2006), Phát biểu tại Đại hội Đại biểu Hội liên hiệp văn học nghệ thuật Trung Quốc lần 8, *Nhân Dân Nhật báo* ngày 11/11/2006, tr.1.
8. Dương Danh Dy (2008), *Ngoại giao văn hóa của Trung Quốc*.
9. Vũ Dương Huân, *Ngoại giao và công tác ngoại giao*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010, tr.317.
10. Phương Loan (2008), Cuộc đua trình diễn về đẹp "Tâm hồn quốc gia", *Tuần Việt Nam*, số ra ngày 1/8/2008.
11. Đinh Thị Vân Chi, *Văn hóa góp phần giúp thế giới xích lại gần nhau*, Đại học Văn hóa Hà Nội, <http://huc.edu.vn/chi-tiet/1207/Van-hoa-gop-phan-giup-the-gioi-xich-lai-gan-nhau.html>, ngày truy cập 24/11/2015.
12. Trần Lê (chuyên ngữ), Bình Nhưỡng: Âm vang dân nhạc giao hưởng New York, *Nhịp cầu thế giới Online*, <http://nhipcaupthegioi.hu/Viet-Nam-The-gioi/BINH-NHUONG-AM-VANG-DAN-NHAC-GIAO-HUONG-NEW-YORK-1219.html>, ngày truy cập 24/11/2015.
13. Nguyễn Viêt, *Ngoại giao golf giảm căng thẳng tranh chấp biên giới Thái Lan-Campuchia*, Dân trí, <http://dantri.com.vn/the-gioi/ngoi-giao-golf-giam-cang-thang-tranh-chap-bien-gioi-thai-lan-campuchia-1224952735.htm>, ngày truy cập 24/11/2015.
14. Nguyễn Dy Niên, Quốc phục và nghi lễ nhà nước, *Văn hóa*, số 947, ngày 14-15/12/2003.
15. Phạm Gia Khiêm, Vươn lên tầm ngoại giao khu vực và quốc tế, *Tuần báo Thế giới và Việt Nam*, số 40 + 41 (từ ngày 25/8 đến ngày 7/9/2007).