

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

TRỊNH THỊ THỦY

XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VĂN HÓA VIỆT NAM
TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY

LUẬN ÁN TIẾN SĨ TRIẾT HỌC

Hà Nội - 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH
HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

TRỊNH THỊ THỦY

XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VĂN HÓA VIỆT NAM
TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY

Ngành: Triết học

Mã số: 92 29 001

LUẬN ÁN TIẾN SĨ TRIẾT HỌC

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: 1. PGS, TS. Trần Hải Minh
2. TS. Lưu Thúy Hồng

Hà Nội - 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi, dưới sự hướng dẫn của PGS, TS. Trần Hải Minh và TS. Lưu Thúy Hồng. Các số liệu, tài liệu tham khảo dùng trong luận văn có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, đảm bảo tính khách quan.

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

Tác giả

Trịnh Thị Thủy

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin cảm ơn người hướng dẫn khoa học là PGS, TS. Trần Hải Minh và TS. Lưu Thúy Hồng đã rất chu đáo và tận tình hỗ trợ tôi trong quá trình thực hiện luận án. Tôi cũng xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến các thầy cô tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền đã trao truyền tri thức cho tôi. Xin cảm ơn đồng nghiệp, bạn bè và người thân đã luôn chia sẻ, đồng hành cùng tôi!

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

Tác giả

Trịnh Thị Thủy

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

- Ban Chấp hành :	BCH
- Bộ Thông tin và truyền thông:	Bộ TT& TT
- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch:	Bộ VH,TT &DL
- Công nghiệp hóa, hiện đại hóa:	CNH, HĐH
- Chủ nghĩa xã hội:	CNXH
- Hình ảnh văn hóa:	HAVH
- Hội nhập quốc tế:	HNQT
- Nghiên cứu sinh:	NCS
- Phòng vấn sâu:	PVS
- Phụ lục:	PL
- Xã hội chủ nghĩa:	XHCN

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI	7
1.1. Những công trình nghiên cứu về văn hóa và hình ảnh văn hóa Việt Nam.....	7
1.2. Những công trình nghiên cứu về xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế.....	21
1.3. Giá trị những công trình nghiên cứu và những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu.....	32
Chương 2: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ	38
2.1. Một số khái niệm công cụ của xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế.....	38
2.2. Các yếu tố cơ bản của xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế.....	52
2.3. Tính tất yếu và yêu cầu của xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế.....	72
Chương 3: XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY - THỰC TRẠNG, NGUYÊN NHÂN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA	84
3.1. Thực trạng xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay.....	84
3.2. Ưu điểm, hạn chế của thực trạng xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay và nguyên nhân.....	111
3.3. Những vấn đề đặt ra từ thực trạng xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay.....	125
Chương 4: QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP NHẪM TIẾP TỤC ĐẨY MẠNH XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY	134
4.1. Quan điểm nhằm tiếp tục đẩy mạnh xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế tới.....	134
4.2. Một số giải pháp chủ yếu nhằm tiếp tục đẩy mạnh xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay.....	147
KẾT LUẬN	177
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC	179
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	181
PHỤ LỤC	195

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Văn hóa có vai trò vô cùng quan trọng trong sự phát triển bền vững của quốc gia, dân tộc. Văn hóa phải gắn liền với chính trị, kinh tế, xã hội và trong tính tổng thể đó, văn hóa tạo nên sức mạnh tổng hợp, trở thành quyền lực mềm để phát triển đất nước. Văn hóa càng khẳng định vai trò quan trọng của mình, khi các vấn đề kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội đang có nhiều biến động phức tạp. Văn hóa trở thành nền tảng tinh thần, thành động lực và mục tiêu của sự phát triển ổn định và bền vững, thành nguồn lực nội sinh của các quốc gia, dân tộc. Xây dựng hình ảnh văn hóa (HAVH) Việt Nam để phát huy tối đa vai trò của văn hóa trong quá trình hội nhập quốc tế (HNQT) hiện nay trở thành nhu cầu thiết yếu, khách quan.

Xây dựng HAVH là điều kiện để Việt Nam phát triển toàn diện đất nước trong bối cảnh HNQT sâu rộng, “khắc phục được mọi khó khăn, vượt qua mọi thách thức để chấn hưng và xây dựng thành công một nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, tiếp tục làm vẻ vang thêm cho dân tộc, cho giống nòi, tạo thành sức mạnh vô song để xây dựng Tổ quốc ta ngày càng cường thịnh, nhân dân ta ngày càng hạnh phúc, đất nước ta ngày càng phồn vinh, xứng đáng với truyền thống ngàn năm văn hiến và anh hùng của một dân tộc anh hùng, sánh vai với các cường quốc năm châu trên thế giới” [124, tr.14]. Nhận thức sâu sắc được ý nghĩa quan trọng đó, ngày 30/11/2021, chỉ sau 6 ngày sau khi Bộ Chính trị, Ban Bí thư trung ương Đảng tổ chức Hội nghị Văn hóa toàn quốc triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng và Chính phủ Việt Nam đã phê duyệt *Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2030*, song song với việc tổng kết *Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn 2030* đã được phê duyệt năm 2015 theo quyết định số 210/QĐ- TTg. Văn hóa thực sự trở thành phương thức ngoại giao đặc biệt, đưa quan hệ Việt Nam với thế giới đi vào chiều sâu, trên

cơ sở xây dựng môi trường hợp tác ổn định, bảo đảm lợi ích quốc gia - dân tộc, khơi dậy khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc. Cũng trong năm 2021 đã diễn ra Hội nghị toàn quốc về văn hóa, triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng, khẳng định xây dựng HAVH có vai trò hết sức quan trọng, vì văn hóa là nền tảng tinh thần, động lực phát triển của xã hội, là ngọn đuốc “soi đường cho quốc dân đi”.

Trên cơ sở đó xây dựng HAVH Việt Nam cũng đã được quan tâm. Thực tế đã chứng minh đời sống văn hóa ngày càng được nâng cao, vị thế của đất nước trên trường quốc tế ngày càng được khẳng định. Nhiều giá trị văn hóa Việt Nam đã lan tỏa, nhiều biểu tượng văn hóa đã được xây dựng và trở nên quen thuộc trong đời sống văn hóa thế giới, cho thấy HAVH Việt Nam đã được xây dựng. Tuy nhiên, việc xây dựng và phát triển văn hóa nước ta vẫn còn chưa đạt thành tựu so với yêu cầu, hoặc chưa đồng bộ, chưa toàn diện, đặc biệt là vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam với các nước trên thế giới còn chưa được hiệu quả. Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng cũng đã nêu ra hạn chế là “văn hóa chưa được các cấp, các ngành nhận thức sâu sắc và quan tâm đầy đủ tương xứng với kinh tế và chính trị... Công tác lãnh đạo, chỉ đạo, quản lý văn hóa còn lúng túng, chậm trễ, nhất là trong việc thể chế hóa các quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng về văn hóa. Đầu tư cho văn hóa chưa đúng mức, còn dàn trải, hiệu quả chưa cao... Chất lượng và số lượng đội ngũ cán bộ trực tiếp làm công tác văn hóa chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển văn hóa trong thời kỳ mới. Công tác giới thiệu, quảng bá văn hóa Việt Nam ra nước ngoài chưa mạnh; tiếp nhận tinh hoa văn hóa nhân loại còn hạn chế; chưa coi trọng đúng mức và có biện pháp tích cực để giữ gìn, bảo vệ và phát huy những giá trị văn hóa tốt đẹp, đặc sắc của dân tộc; nhiều khi bắt chước nước ngoài một cách phản cảm, không có chọn lọc” [136, tr. 163].

Thêm vào đó, các công trình nghiên cứu sâu, trực tiếp về vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam chưa nhiều, nên rất cần nghiên cứu thêm để làm rõ nội hàm,

thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh HNQT, từ đó đề xuất những kiến nghị, giải pháp có tính khả thi nhằm tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT thời gian tới.

Xuất phát từ những lý do trên, nghiên cứu sinh (NCS) chọn vấn đề: “**Xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay**” làm đề tài luận án tiến sĩ của mình.

2. Mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở phân tích, làm rõ một số vấn đề lý luận và thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay, luận án đề xuất các nhóm giải pháp chủ yếu nhằm tiếp tục đẩy mạnh xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Luận án có các nhiệm vụ cơ bản sau:

Thứ nhất: Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài, xác định những vấn đề đã được nghiên cứu kỹ, những vấn đề còn bỏ ngỏ mà luận án cần tiếp tục nghiên cứu.

Thứ hai: Làm rõ những vấn đề lý luận về xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

Thứ ba: Phân tích thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT, làm rõ nguyên nhân của thực trạng, nhận diện những vấn đề đặt ra từ thực trạng cần giải quyết.

Thứ tư: Đề xuất một số nhóm giải pháp tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Luận án nghiên cứu vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

3.2. Phạm vi nghiên cứu của luận án

Xây dựng HAVH có rất nhiều nội dung, có thể nghiên cứu từ phương diện lịch sử, chính trị, quan hệ quốc tế... Luận án tiếp cận từ phương diện triết học văn hóa, tập trung luận giải, chứng minh vấn đề cốt lõi là chủ thể, nội dung, phương thức xây dựng HAVH trong quá trình HNQT.

Phạm vi nội dung: Luận án đi sâu vào phân tích thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam thông qua các hoạt động văn hóa, thông qua hệ giá trị văn hóa và các biểu tượng văn hóa dân tộc.

Phạm vi thời gian: Luận án tiến hành nghiên cứu vấn đề từ năm 2011 đến năm 2023. Năm 2011 là thời điểm Đại hội XI của Đảng chủ trương chuyển từ “chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế trên các lĩnh vực khác” sang “chủ động và tích cực hội nhập quốc tế”. Năm 2011 cũng là năm Chính phủ ban hành Chiến lược Ngoại giao văn hóa theo Quyết định số 208/QĐ-TTg, thể hiện tính chủ động, tích cực HNQT của Đảng ta.

4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu của luận án

4.1. Cơ sở lý luận

Luận án dựa trên quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; các quan điểm của Đảng và Nhà nước Việt Nam về phát triển văn hóa và xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

Luận án cũng dựa trên quan điểm của các trường phái triết học như: chủ nghĩa cấu trúc, chủ nghĩa chức năng, chủ nghĩa kiến tạo để giải quyết vấn đề nghiên cứu.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, đặc biệt là quan điểm khách quan, toàn diện, phát triển, lịch sử - cụ thể, thống nhất giữa lý luận và thực tiễn, lịch sử và logic. Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu cụ thể như:

Phương pháp lịch sử - logic: được sử dụng để nghiên cứu thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

Phương pháp phân tích - tổng hợp: là phương pháp được sử dụng nhiều trong các nội dung của luận án, nhất là khi tác giả phân tích thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam.

Phương pháp thống kê: là phương pháp được luận án sử dụng để bổ sung các minh chứng cho việc đánh giá thực tiễn, thực trạng vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

Phương pháp so sánh được sử dụng để so sánh đánh giá việc thực hiện xây dựng hình ảnh văn hóa trong quá trình HNQT hiện nay.

Phương pháp phân tích trường hợp: được sử dụng để phân tích những trường hợp riêng lẻ, cụ thể có liên quan đến đề tài, để làm luận chứng cho việc đánh giá thực tiễn, thực trạng vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

Phương pháp phỏng vấn sâu (PVS) được sử dụng để có thêm cơ sở khoa học đánh giá thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay. Luận án xây dựng các câu hỏi PVS dành cho các cán bộ lãnh đạo, quản lý văn hóa; cán bộ ngoại giao; phóng viên báo chí...

Cụ thể: Luận án PVS 10 chuyên gia ở Vụ Chính sách đối ngoại, Vụ Ngoại giao văn hóa và UNESCO, Vụ Thông tin Báo chí, Học viện Ngoại giao, Báo Thế giới và Việt Nam thuộc Bộ Ngoại giao; PVS 10 chuyên gia ở 5 đơn vị/ tổng số 26 đơn vị và tổ chức có nhiệm vụ về thông tin đối ngoại: Vụ Hợp tác quốc tế, Cục Báo chí, Cục Thông tin đối ngoại, Cục Phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử, Báo VietNamNet thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông (Bộ TT&TT); PVS 6 chuyên gia ở 3 đơn vị: Cục Hợp tác quốc tế, Cục Di sản văn hóa, Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Bộ VH,TT & DL). Luận án PVS một số chuyên gia trong lĩnh vực quản lý văn hóa tại: Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam, Học viện Chính trị quốc gia Hồ

Chí Minh... để có thêm cơ sở khoa học đánh giá khách quan về thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam và những vấn đề đặt ra cần được giải quyết.

Luận án cũng sử dụng kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học đã có, các tài liệu thứ cấp, đánh giá của các chuyên gia dự Hội nghị văn hóa toàn quốc, triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng để bổ sung cho những luận cứ của mình nhằm luận giải, xử lý các vấn đề và nhiệm vụ nghiên cứu.

4. Đóng góp mới về khoa học của luận án

- Luận án đã luận chứng, làm rõ cơ sở lý luận của vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

- Luận án đánh giá được thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT, làm rõ được nguyên nhân của thực trạng, nhận diện được những vấn đề đặt ra cần giải quyết.

- Luận án đề xuất được một số quan điểm và giải pháp góp phần tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT thời gian tới.

5. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận án

5.1. Ý nghĩa lý luận

Luận án góp phần vào việc làm rõ vai trò, nội dung cơ bản của việc xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT.

5.2. Ý nghĩa thực tiễn của luận án

Luận án có thể dùng làm tài liệu tham khảo phục vụ cho công tác nghiên cứu, học tập và giảng dạy, hoạch định chiến lược xây dựng và phát triển văn hóa Việt Nam. Đây cũng là tài liệu tham khảo trong công tác nghiên cứu, học tập tại các cơ sở đào tạo của Việt Nam.

6. Kết cấu của luận án

Ngoài phần Mở đầu, Tổng quan, Kết luận, Danh mục tài liệu tham khảo và các phụ lục, luận án chính của luận án gồm 4 chương, 11 tiết.

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

1.1. Những công trình nghiên cứu về văn hóa và hình ảnh văn hóa Việt Nam

Văn hóa là một lĩnh vực nghiên cứu vô cùng rộng lớn và có sức ảnh hưởng đối với cuộc sống của con người, có sự tác động rất lớn đối với sự phát triển của kinh tế và xã hội. Do đó, văn hóa là đối tượng nghiên cứu của nhiều ngành khoa học khác nhau, mỗi ngành lại có hướng tiếp cận riêng về văn hóa. Có thể kể đến một số công trình tiêu biểu như sau:

Các tác giả Vũ Khiêu, Phạm Xuân Nam, Hoàng Trinh có cuốn sách *Phương pháp luận về vai trò của văn hóa trong phát triển*, Nxb Khoa học Xã hội, năm 1993. Cuốn sách tập trung làm rõ mối quan hệ, sự tác động qua lại biện chứng giữa văn hóa và phát triển. Nội dung này đã, đang và sẽ còn được đặt ra như là một vấn đề lý luận và thực tiễn bức xúc không những đối với chúng ta, mà còn đối với nhiều nước trên thế giới, đặc biệt là những nước đang phát triển trong bối cảnh hiện nay.

Cuốn sách *Các giá trị truyền thống và con người Việt Nam hiện nay* của tác giả Phan Huy Lê, Vũ Minh Giang, xuất bản năm 1994. Cuốn sách bao gồm các bài viết có các nội dung nghiên cứu quá trình hình thành của truyền thống Việt Nam trong mối quan hệ với bản sắc văn hóa dân tộc, quan hệ giữa cái chung và cái riêng (theo vùng địa- văn hóa và tộc người...) những mặt tích cực cần kế thừa, phát huy và mặt hạn chế, lỗi thời cần khắc phục, xóa bỏ. Nhóm tác giả cũng đề xuất nhiều khuyến nghị và giải pháp có tính khả thi để giữ gìn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống trong xã hội hiện đại.

Cuốn sách *Những vấn đề văn hóa Việt Nam hiện đại* của tác giả Lê Quang Trung, năm 1998, Nxb Giáo dục. Cuốn sách tập hợp hơn 40 bài viết của các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước, các nhà văn hóa, các nhà

nghiên cứu về các vấn đề như: xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc; một số vấn đề văn hóa trong giai đoạn mới; tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng văn hóa; văn hóa và phát triển; phát huy nội lực văn hóa trong quá trình phát triển; vị trí vai trò của văn hóa trong sự nghiệp phát triển đất nước; phương thức lãnh đạo của Đảng về văn hóa; quan hệ giữa văn hóa với kinh tế, chính trị, xã hội; bản sắc văn hóa; phát huy nguồn lực văn hóa.

Tác giả Trần Ngọc Thêm có cuốn sách *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, xuất bản năm 1999, Nxb Giáo dục. Cuốn sách là bản tổng thể về những vấn đề văn hóa của cuộc sống con người. Đây là công trình đề cập khá kỹ về chiều sâu văn hóa truyền thống của Việt Nam. Tác giả đã bàn khá sâu về văn hóa từ góc độ lý luận đến thực tiễn, từ cấu trúc đến vai trò và các thành tố biểu hiện... Trong đó, tác giả đề cập đến giá trị và biểu tượng văn hóa Việt Nam, đó là những gợi mở liên quan đến nội dung xây dựng HAVH Việt Nam trong luận án của NCS.

Trung tâm Khoa học Xã hội và Nhân văn quốc gia, Viện Triết học, *Giá trị truyền thống trước những thách thức của toàn cầu hóa*, Nxb Chính trị quốc gia, năm 2002. Đây là cuốn sách nghiên cứu về một nội dung liên quan đến văn hóa dưới góc nhìn triết học, đó là giá trị truyền thống, trong đó có giá trị văn hóa. Văn hóa là nền tảng của triết học và ngược lại, triết học là nền tảng của văn hóa, vì thế nghiên cứu về triết học văn hóa đã tạo ra một góc nhìn về giá trị truyền thống trước những thách thức của toàn cầu hóa.

Nguyễn Huy Hoàng, *Mấy vấn đề triết học văn hóa*, Nxb Văn hóa - Thông tin và Viện Văn hóa, năm 2002. Cuốn sách đề cập đến vấn đề lý luận quan trọng, đó là mối quan hệ giữa văn hóa và triết học, đối tượng và phạm vi nghiên cứu của triết học văn hóa, những vấn đề cơ bản về lịch sử triết học văn hóa thế giới, về xung đột văn hóa trong xã hội hiện đại, về sự đối thoại giữa các nền văn hóa - văn minh... Những phân tích của tác giả cuốn sách cho thấy

xây dựng HAVH quốc gia không tách rời khỏi tác động của bối cảnh xã hội và quy luật phát triển dưới góc nhìn triết học.

Cuốn sách *Tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hóa* của Ban Tư tưởng văn hóa Trung ương, năm 2003 là công trình khoa học có giá trị. Các nhà khoa học đã khẳng định: Tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hóa giữ vị trí quan trọng trong hệ thống tư tưởng Hồ Chí Minh, vì bản thân Hồ Chí Minh là danh nhân văn hóa. Vì thế phân tích, truyền bá tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hóa là mục đích và nội dung của cuốn sách này. Cuốn sách có thêm phần những trích dẫn trong các bài viết, bài nói của Hồ Chí Minh về văn hóa, rất hữu ích cho công tác nghiên cứu tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hóa và vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh để xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh hiện nay.

Cuốn sách *Về phát triển văn hóa và xây dựng con người thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá*, Nxb Chính trị Quốc gia, năm 2003 của nhóm tác giả Phạm Minh Hạc - Nguyễn Khoa Điềm. Các tác giả đã làm rõ quan điểm về xây dựng và phát triển nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc; quan điểm về xây dựng con người trong điều kiện hiện nay, quan điểm của các nhà kinh điển Mác Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh về phát triển văn hóa và xây dựng con người. Qua đó, đề xuất những chủ trương có tính chiến lược về phát triển văn hóa và xây dựng con người trong thời kỳ CNH, HĐH đất nước, định hướng chiến lược phát triển toàn diện con người và định hướng chiến lược phát triển văn hóa, xây dựng lối sống của xã hội mới.

Cuốn sách *Văn hóa Việt Nam - tìm tòi và suy ngẫm* của tác giả Trần Quốc Vượng, xuất bản năm 2003, Nxb Dân tộc và Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật. Cuốn sách dày gần 1000 trang, nội dung rất đa dạng và phong phú. Đây là một trong những công trình tâm huyết của tác giả về văn hóa Việt Nam, về những giá trị văn hóa truyền thống và những biến đổi của văn hóa dân tộc trong bối cảnh đất nước đổi mới mạnh mẽ, đẩy nhanh quá trình CNH, HĐH.

Những bản khoản của nhà khoa học cũng chính là những vấn đề đặt ra trong xây dựng HAVH Việt Nam trên hành trình phát triển và HNQT hiện nay.

Nhà nghiên cứu Trần Quốc Vượng cũng là tác giả giáo trình *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, Nxb Giáo dục, năm 2006. Giáo trình đã đề cập đến nhiều vấn đề liên quan đến văn hóa và văn hóa Việt Nam: khái niệm, cấu trúc, chức năng của văn hóa; diễn trình lịch sử văn hóa Việt Nam; đặc trưng và bản sắc văn hóa Việt Nam; các thành tố văn hóa sinh hoạt vật chất và sinh hoạt tinh thần của người Việt trong lịch sử; mối quan hệ giữa văn hóa với môi trường... Đây là những vấn đề cơ bản của văn hóa Việt Nam, được phân tích sâu, giúp NCS luận giải rõ hơn về đời sống văn hóa và xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT.

Tác giả Phạm Duy Đức có cuốn sách *Những thách thức của văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế*, Nxb Văn hóa- Thông tin và Viện Văn hóa, năm 2006. Trong cuốn sách này, nhà nghiên cứu đã phân tích kỹ bối cảnh xã hội Việt Nam trước thềm của quá trình HNQT, phân tích kỹ những yếu tố thuận lợi cơ bản mà văn hóa Việt Nam có thể biến thành nguồn lực cho phát triển văn hóa, đồng thời chỉ rõ những thách thức mà văn hóa Việt Nam phải đối mặt như sự suy thoái đạo đức, sự thay đổi giá trị, tình trạng phai nhạt bản sắc văn hóa, mất đi ý nghĩa của thuần phong mỹ tục...

Nhà nghiên cứu Thành Duy là tác giả cuốn sách *Văn hóa Việt Nam trước xu thế toàn cầu hóa- thời cơ và thách thức*, Nxb Văn hóa- Thông tin và Viện Văn hóa xuất bản năm 2007. Tác giả đã phân tích kỹ đặc trưng của văn hóa Việt Nam, bản chất và đặc điểm của toàn cầu hóa, những thời cơ mà văn hóa Việt Nam có thể khai thác thế mạnh để phát triển và và những thách thức mà văn hóa Việt Nam phải đối mặt để giữ gìn bản sắc và phát triển ổn định, trong bối cảnh Việt Nam đang chuẩn bị bước vào quá trình HNQT.

Cuốn sách *Những giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam* của tác giả Ngô Đức Thịnh, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, năm 2010. Cuốn sách

ngiên cứu những vấn đề về văn hóa thời kỳ tiền công nghiệp. Tác giả tiếp cận vấn đề giá trị văn hóa từ hệ thống các lý thuyết về hệ giá trị văn hóa, phân tích nội dung và biểu hiện của giá trị trong đời sống văn hóa Việt Nam trong đời sống sinh hoạt vật chất, đời sống sinh hoạt tinh thần. Tác giả đã phân tích và chứng minh một cách thuyết phục rằng các giá trị văn hóa Việt Nam chính là sức mạnh của dân tộc trong đấu tranh chống ngoại xâm, bảo vệ đất nước, là những HAVH Việt Nam được đúc kết, xây dựng từ lịch sử ngàn đời.

Cuốn sách *Phát triển văn hóa Việt Nam giai đoạn 2011-2020: Xu hướng và giải pháp* của tác giả Phạm Duy Đức, Nxb Chính trị Quốc gia, năm 2010. Cuốn sách tập trung nghiên cứu lịch sử văn hóa Việt Nam trong giai đoạn 10 năm, từ năm 2011 đến năm 2020 trong bối cảnh Việt Nam HNQT. Tác giả khẳng định sự phát triển văn hóa Việt Nam không đơn tuyến mà là đa tuyến, đa dạng; cần phải lượng hóa được “phát triển văn hóa” bằng các tiêu chí cụ thể để đánh giá sự tiến bộ của nó; phân biệt mô hình phát triển văn hóa Việt Nam giai đoạn 2011-2020 so với mô hình xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc mà Cương lĩnh năm 1991 của Đảng đã nêu ra để thực hiện. Đây là những phân tích có tính gợi mở cho NCS khi phân tích thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong luận án của mình.

Cuốn sách *Phát triển văn hóa và con người Việt Nam theo tư tưởng Hồ Chí Minh* của nhóm tác giả Hoàng Anh, Nguyễn Duy Bắc, Phạm Văn Thủy, Nxb Chính trị Quốc gia, năm 2010. Cuốn sách là tập hợp các bài viết, bài nghiên cứu của các nhà nghiên cứu, các nhà khoa học về vấn đề phát triển văn hóa và con người Việt Nam theo tư tưởng Hồ Chí Minh. Trong cuốn sách này, nhóm tác giả đã phân tích nội dung xây dựng nền văn hóa mới, đó là nền văn hóa được chỉ dẫn bởi tư tưởng và đạo đức Hồ Chí Minh, thấm nhuần giá trị nhân văn và tinh thần dân tộc, tinh thần quốc tế.

Tác giả Phạm Minh Hạc, *Giá trị học - Cơ sở lý luận góp phần đúc kết, xây dựng hệ giá trị chung của người Việt Nam thời nay*, Nxb Giáo dục, năm

2010. Cuốn sách đề cập đến vấn đề cốt lõi trong xây dựng HAVH, đó là hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam. Giá trị được tác giả nhìn nhận từ góc độ lý luận, soi chiếu vào thực tiễn đời sống xã hội Việt Nam để góp phần đúc kết, xây dựng hệ giá trị chung của người Việt Nam trong bối cảnh mới, đáp ứng yêu cầu thực tiễn: lòng yêu nước, lòng tự hào dân tộc, lòng nhân ái, bao dung, đức tính cần cù, chịu thương chịu khó...

Cuốn sách *Văn hóa Việt Nam truyền thống - một góc nhìn* của tác giả Nguyễn Thừa Hỷ, xuất bản năm 2012, Nxb Thông tin và Truyền thông. Tác giả khẳng định hệ giá trị trong văn hóa truyền thống Việt Nam theo nền văn hóa phương Đông, mang tính âm nếu so sánh với văn hóa phương Tây mang tính dương. Văn hóa Việt Nam lại có phần mềm dẻo linh hoạt hơn so với văn hóa Trung Hoa, những giá trị tinh thần thường được coi trọng hơn những giá trị vật chất, đề cao tình cảm hơn lý trí, đức độ hơn tài năng... Đối với thiên nhiên và xã hội, văn hóa Việt Nam chủ trương hội nhập hòa đồng trong khi phương Tây đề cao sự đấu tranh giải phóng... Góc nhìn của nhà nghiên cứu đặt ra vấn đề xây dựng hệ giá trị văn hóa quốc gia cho phù hợp với HNQT.

Trong cuốn *Bản sắc văn hóa Việt Nam* của tác giả Phan Ngọc xuất bản năm 2013, tác giả đưa ra một số khái niệm về văn hóa, tiếp xúc văn hóa, khúc xạ, giao lưu, bản sắc, tâm thức..., tác giả xét góc độ văn hóa theo cấp độ quan hệ với tính cách người. Các nhu cầu như ăn, mặc, ở, có gia đình, có của cải... là chung cho mọi người, song mỗi dân tộc lại có cách lựa chọn nhau về những nhu cầu này. Đó chính là bản sắc văn hóa của các dân tộc chung sống trên lãnh thổ Việt Nam, là văn hóa dân tộc. Tác giả khẳng định: để HNQT thành công, cần chú trọng giữ gìn bản sắc văn hóa Việt Nam.

Cuốn sách *Những vấn đề văn hóa học lý luận và ứng dụng* của tác giả Trần Ngọc Thêm, Nxb Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2013. Đây là những vấn đề lớn về văn hóa và giá trị văn hóa Việt Nam sau khi chúng ta đã bước vào HNQT. Nhà khoa học đặt ra vấn đề về biến đổi văn hóa sinh hoạt vật chất,

văn hóa sinh hoạt tinh thần, biến đổi hệ giá trị văn hóa dân tộc bởi những tác động đa chiều của môi trường xã hội đến nhận thức, lối sống của con người trong bối cảnh mới. Tác giả đã phân tích từ tọa độ lý luận và thực tiễn của sự phát triển văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa sâu rộng, đặt ra vấn đề nghiên cứu mới về hệ giá trị văn hóa Việt Nam trong bối cảnh mới.

Nhóm tác giả Lương Gia Ban và Nguyễn Thế Kiệt là đồng chủ biên cuốn sách *Giá trị văn hóa truyền thống dân tộc với việc xây dựng nhân cách sinh viên Việt Nam hiện nay*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, năm 2014. Cuốn sách phân tích về vai trò của giá trị văn hóa truyền thống trong giáo dục nhân cách, nội dung và phương thức giáo dục giá trị văn hóa truyền thống, xây dựng nhân cách sinh viên; phân tích thực trạng giáo dục giá trị văn hóa truyền thống cho sinh viên và những vấn đề đặt ra. Trong đó cuốn sách tập trung phân tích những hình ảnh của việc phát huy các giá trị của: lòng yêu nước, ý chí tự cường dân tộc; ý thức cộng đồng, tinh thần đoàn kết; lòng nhân ái, bao dung; cần cù, sáng tạo trong lao động, tinh thần lạc quan; hiếu học.

Cuốn sách *Giá trị văn hóa Việt Nam - truyền thống và biến đổi* của tác giả Ngô Đức Thịnh, Nxb Chính trị Quốc gia - Sự thật, năm 2014. Trong cuốn sách này, tác giả đã phân tích các giá trị của văn hóa Việt Nam trong dòng chảy lịch sử dân tộc, trong bối cảnh toàn cầu hóa và HNQT. Tác giả cuốn sách đã phân tích những giá trị văn hóa đặc trưng của dân tộc; phân tích giá trị văn hóa vùng miền, khẳng định trong thời kỳ đổi mới, khi Việt Nam chủ động HNQT, hệ giá trị văn hóa truyền thống cũng phải biến đổi cho phù hợp trên cơ sở kế thừa có chọn lọc và phát triển biện chứng, khoa học. Các giá trị văn hóa như lòng yêu nước, tinh thần đoàn kết vẫn là những giá trị căn cốt, tinh hoa của văn hóa Việt Nam, nhất là khi văn hóa và con người Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu rộng với thế giới.

Tác giả Trần Thị Kim Cúc có cuốn sách *Văn hóa Việt Nam - một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, năm 2014. Cuốn

sách đề cập một cách khái quát quan điểm của chủ nghĩa Mác Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm của Đảng về xây dựng và phát triển văn hóa, cơ sở lý luận và thực tiễn về cộng đồng; vấn đề thực tiễn xây dựng đời sống văn hóa ở Việt Nam thời kỳ đổi mới và HNQT như xây dựng các thiết chế văn hóa, giao lưu văn hóa Việt Nam và thế giới, tác động của các nguồn lực văn hóa đối với các lĩnh vực xã hội. Qua đó, chúng ta có hướng tiếp cận những giá trị văn hóa mới để quảng bá những hình ảnh đẹp của văn hóa vật thể và phi vật thể với bạn bè năm châu.

Cuốn sách *Nghiên cứu biểu tượng - một số hướng tiếp cận* của tác giả Đinh Hồng Hải, xuất bản từ năm 2014, Nxb Thế giới cuốn sách viết về mối quan hệ giữa ký hiệu học với văn hoá là một mối quan hệ đặc biệt: Các ký hiệu hình thành nên ngôn ngữ biểu tượng và ngôn ngữ biểu tượng lại chính là sự biểu đạt của văn hóa thông qua các kí hiệu. Chúng ta có thể hiểu ngôn ngữ biểu tượng là một thành tố văn hóa do con người tạo ra để sử dụng như một loại công cụ thông tin và giao tiếp có tính đặc trưng. Chúng ra đời, tồn tại và tác động đến đời sống văn hóa của con người. Vì vậy, việc tìm hiểu ngôn ngữ biểu tượng cũng chính là tìm hiểu đời sống văn hóa và xã hội loài người thông qua các biểu tượng do con người tạo ra. Nói cách khác, nghiên cứu biểu tượng là khoa học có chức năng giải mã các thành tố văn hóa được sản sinh trong đời sống của con người.

Cuốn sách *Những biểu tượng đặc trưng trong văn hóa truyền thống Việt Nam - Các vị thần* của tác giả Đinh Hồng Hải, xuất bản năm 2014, Nxb Thế giới. Cuốn sách đã nêu ra các vị thần trong vai trò những biểu tượng tồn tại trong đời sống văn hóa, được biểu hiện thông qua các hành vi tôn giáo và tín ngưỡng của con người. Qua đây chúng ta sẽ tìm thấy nguồn gốc và sự phát triển của các vị thần như Thần Đất, Thần Bếp, Thần Tài, Thánh Gióng, Di Lặc và Ông Trời trong văn hóa Việt Nam cũng như vai trò và vị trí của các vị thần này trong xã hội đương đại.

Cuốn sách *Những biểu tượng đặc trưng trong văn hóa truyền thống Việt Nam – Các con vật linh cũng* của tác giả Đinh Hồng Hải, xuất bản năm 2016, Nxb Thế giới. Cuốn sách đã chỉ ra trong quá trình giao lưu với các nền văn minh lớn trên thế giới như Trung Hoa, Ấn Độ và phương Tây, nền văn hóa Việt Nam đã tích hợp thêm nhiều giá trị văn hóa từ các quốc gia đó và Việt hóa các con vật linh có nguồn gốc bên ngoài thành các biểu tượng của riêng mình. Biểu tượng con rồng trong văn hóa cung đình thời Lý hay biểu tượng con kìm, con nghê trong văn hóa dân gian Việt Nam là những ví dụ tiêu biểu. Qua đây, chúng ta có thể định danh các con vật linh là những con vật linh thiêng (có thực hoặc hư cấu) gắn với truyền thống văn hóa và tín ngưỡng của một cộng đồng dân cư, được thiêng hóa thành những biểu tượng của cộng đồng đó hay nền văn hóa đó.

Cuốn sách *Bảo tồn, giữ gìn bản sắc văn hóa trang phục truyền thống các dân tộc thiểu số Việt Nam* do Lò Giàng Pháo chủ biên, xuất bản năm 2016 tại Nxb Văn hóa dân tộc. Cuốn sách tìm hiểu về trang phục của một số dân tộc thiểu số của nước ta, khẳng định trang phục là một HAVH đặc sắc của các tộc người. Ngày nay, sự giao lưu văn hóa khiến cho các tộc người ít sử dụng trang phục truyền thống, do đó tìm hiểu để bảo tồn, giữ gìn văn hóa trang phục truyền thống của các dân tộc thiểu số là rất quan trọng. Trong cuốn sách, tác giả tìm hiểu một số trang phục của các tộc người như người Mường, Thái, Mông, một số tộc người vùng Trường Sơn, Tây Nguyên và Nam Trung Bộ, Khơ Me, Hoa, Chăm. Đây là những hình ảnh thể hiện giá trị văn hóa đặc sắc trong di sản văn hóa quốc gia cần giữ gìn và phát triển cho thế hệ sau.

Cuốn sách *Văn hóa Việt Nam dưới góc nhìn lịch sử* của tác giả Phan Huy Lê, xuất bản năm 2018, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội. Di sản văn hóa Việt Nam dưới góc nhìn lịch sử được tác giả cuốn sách biên tập trên cơ sở tập hợp những bài nghiên cứu về chủ đề này trong thời gian từ năm 2008 đến cuối năm 2014, kết hợp với một số bài nghiên cứu mới chưa công bố và những

chính lý. Nội dung cuốn sách gồm 4 phần. Phần 1: Tổng quan về lịch sử và di sản văn hóa Việt Nam. Phần 2: Trung tâm văn hóa Thăng Long - Hà Nội: Cấu trúc kinh thành Thăng Long và thành Hà Nội; Đơn vị hành chính và kết cấu kinh tế xã hội; Vài chặng đường chiến đấu bảo vệ kinh thành; Di sản văn hóa. Phần 3: Trung tâm văn hóa Phú Xuân - Huế, phần này gồm 2 chương: 1/ Phú Xuân - Huế: Lịch sử và Di sản văn hóa; Châu bản triều Nguyễn. Phần 4: Một số trung tâm và vùng miền khác: Xứ Thanh; Xứ Nghệ Tĩnh; Không gian lịch sử - văn hóa vùng đất Nam Bộ; Một vài trung tâm quyền lực và văn hóa khác.

Cuốn sách *Hệ giá trị văn hóa và con người Việt Nam* của tập thể tác giả Nguyễn Ngọc Thiện, Từ Thị Loan, Hoàng Chí Bảo..., Nxb Văn hóa Dân tộc, năm 2018. Xuất phát từ các góc nhìn và cách tiếp cận, các bài viết cung cấp những ý kiến, quan điểm rất phong phú, đa chiều về vấn đề văn hóa. Bài viết của tác giả Hoàng Chí Bảo có nói đến vấn đề xây dựng vai trò của nhà nước và hệ thống chính trị trong xây dựng hệ giá trị văn hóa, cần phải vừa lưu giữ, bảo tồn và phát huy các giá trị truyền thống tích cực, thuộc về bản sắc dân tộc Việt Nam, vừa xác định những giá trị mới, đáp ứng yêu cầu phát triển mới, làm cho những giá trị mới đó định hình, được thực hiện và lan tỏa, tỏ rõ sức mạnh Việt Nam. Đó là vấn đề quan trọng đối với việc xây dựng HAVH Việt Nam trong thời kỳ CNH, HĐH và HNQT hiện nay.

Cuốn sách *Lịch sử và văn hóa - Tiếp cận đa chiều, liên ngành* của các tác giả Nguyễn Văn Kim và Phạm Hồng Tung, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, năm 2018. Cuốn sách tổng hợp các bài viết về văn hóa của nhiều tác giả theo những hướng tiếp cận khác nhau. Trong đó đề cập đến 3 nội dung chính: Phần 1: *Nhìn ra thế giới* là tập hợp các bài viết về lịch sử và văn hóa của khu vực Đông Nam Á và các nước trên thế giới. Phần 2: *Khám phá lịch sử* là tập hợp các bài viết về vấn đề dân tộc, văn hóa. Phần 3 tập trung vào *Văn hóa Việt Nam- hội nhập và tiếp biến*, trong đó các tác giả bàn về văn hóa cộng đồng là văn hóa ứng xử cộng đồng tức là phương thức và nguyên tắc ứng xử

của một cộng đồng trong môi trường xác định. Mối quan hệ giữa văn hóa và lịch sử được tập trung phân tích kỹ với những luận điểm khá thuyết phục.

Cuốn sách *Văn hóa trong sự phát triển bền vững ở Việt Nam hiện nay*, của tác giả Lâu Văn Thanh và Hoàng Ngọc Vĩnh, Nxb Đại học Huế, năm 2018. Cuốn sách đã phân tích vai trò của văn hóa trong sự phát triển bền vững, khẳng định văn hóa có quan hệ biện chứng với kinh tế, chính trị. Sức mạnh của văn hóa chính là nền tảng xã hội, là mục tiêu và động lực của sự phát triển, nằm bên trong để điều tiết sự phát triển. Trong xu thế HNQT, gắn với phát triển bền vững, việc khẳng định văn hóa là cội nguồn sức mạnh có ý nghĩa quan trọng về nhận thức khi xây dựng HAVH Việt Nam.

Cuốn sách *Cửa sổ lịch sử văn hóa Việt Nam* của tác giả Hà Văn Tấn, xuất bản năm 2019, Nxb Khoa học xã hội. Đây là tập hợp các bài viết, những công trình nghiên cứu của tác giả về những vấn đề liên quan đến lịch sử, văn hóa, mối quan hệ giữa văn hóa và sử học. Từ những vấn đề chung đó tác giả trình bày một số nội dung về đơn vị xã hội cơ bản của Việt Nam là làng Việt, khẳng định văn hóa làng Việt là đặc trưng làm nên bản sắc văn hóa Việt Nam. Khi xây dựng đời sống văn hóa làm cơ sở xây dựng HAVH Việt Nam, đặc trưng văn hóa làng là nội dung được NCS quan tâm.

Luận án Tiến sĩ *Truyền thuyết Thánh Gióng - đặc điểm và giá trị văn hóa* của tác giả Ngô thị Hồng Giang, hoàn thành tại Viện Văn hóa nghệ thuật Quốc gia Việt Nam, năm 2019. Luận án nghiên cứu truyền thuyết Thánh Gióng về các đặc điểm như không gian và thời gian lưu truyền, nội dung và kết cấu, trong mối quan hệ với các thành tố văn hóa khác, thể hiện các giá trị truyền thống cốt lõi: giá trị lịch sử; giá trị văn hóa sinh thái; giá trị biểu tượng; giá trị triết lý và đạo đức sống. Trong xây dựng HAVH Việt Nam hiện nay, việc nghiên cứu những HAVH đặc trưng của dân tộc Việt Nam giúp cho thế hệ sau có ý thức về bản sắc, khích lệ sự tôn trọng và nhận thức đúng đắn về sự

đa dạng văn hóa, tính sáng tạo của con người theo tinh thần của công ước quốc tế về việc bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại.

Tập sách *Mười giá trị văn hóa tiêu biểu Thăng Long – Hà Nội* của tác giả Nguyễn Viết Chức, Nxb Hà Nội, năm 2019. Tập sách bao gồm 5 cuốn với việc tìm hiểu các nội dung như cấu trúc và chức năng của Đình, đền, chùa, miếu, phủ, quán, nhà thờ; làng nghề, phố nghề; lễ hội, trò chơi, trò diễn dân gian; ẩm thực; khách sạn hàng đầu. Đây là cái nhìn khái quát về các giá trị văn hóa tiêu biểu của Thăng Long - Hà Nội, đồng thời góp phần tuyên truyền, quảng bá HAVH độc đáo của Thủ đô với cả nước và quốc tế, nâng cao tình yêu đất nước và đẩy mạnh phát triển du lịch, phát triển kinh tế - văn hóa.

Cuốn sách *Quyền hưởng thụ và tiếp cận các giá trị văn hóa ở Việt Nam* của tác giả Hồ Thị Nga, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, năm 2019. Quyền hưởng thụ và tiếp cận các giá trị văn hóa là nội dung rất quan trọng trong quyền con người, bên cạnh các quyền về chính trị, dân sự, kinh tế - xã hội. Cuốn sách tập trung nghiên cứu hai vấn đề đó là quyền hưởng thụ và tiếp cận các giá trị văn hóa. Qua đó tác giả đưa ra những quan điểm, giải pháp tăng cường quyền hưởng thụ và tiếp cận văn hóa ở Việt Nam. Đây là những gợi ý cho NCS khi đề xuất giải pháp bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa trong xây dựng HAVH Việt Nam.

Cuốn sách *Hệ giá trị văn hóa Việt Nam* của tác giả Ngô Đức Thịnh, Nxb Tri thức, xuất bản năm 2019. Theo nhà nghiên cứu, giống như văn hoá, hệ giá trị văn hóa cũng mang tính tương đối. Bởi vì suy cho cùng, giá trị hay chân lý đều phải mang tính cụ thể, đều phải gắn với môi trường tự nhiên và xã hội, gắn với đặc tính dân tộc, gắn với điều kiện chủ quan và khách quan của sự vận động và phát triển. Tác giả cuốn sách đã phân tích sâu về các giá trị văn hóa Việt Nam và sự biến đổi của các giá trị văn hóa đó bởi tác động của thực tiễn, có những giá trị mới cần được bổ sung cho phù hợp.

Cuốn sách *Tiếp xúc và tiếp biến văn hóa* của tác giả Nguyễn Văn Hiệu xuất bản năm 2021, Nxb Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh. Tác giả nghiên cứu những vấn đề lý luận về văn hóa nhìn từ góc độ tiếp xúc và tiếp biến văn hóa. Ngoài phần lý luận ở các chương 1,2,3, đến chương 4 tác giả tập trung nghiên cứu chủ thể văn hóa Việt Nam đa tộc người (54 dân tộc và là chủ thể của một quốc gia độc lập, có chủ quyền, trong đó tộc người Việt chiếm đa số khoảng 86%). Tính thống nhất trong đa dạng của chủ thể văn hóa Việt Nam hiện nay với tư cách là một dân tộc là kết quả của quá trình lịch sử lâu dài đấu tranh và kiến tạo, trong đó nổi bật là quá trình ứng xử với các cộng đồng, các nền văn hóa khác, trong những điều kiện tiếp xúc khác nhau.

Cuốn sách *Bản sắc văn hóa vùng ở Việt Nam* của tác giả Ngô Đức Thịnh xuất bản năm 2021, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội. Cuốn sách bao gồm các nội dung chính: phác thảo phân vùng văn hoá ở Việt Nam, vùng văn hoá đồng bằng Bắc Bộ, Tây Bắc và miền núi Bắc Trung Bộ, vùng Duyên hải Bắc Trung Bộ, vùng Duyên hải Trung và Nam Trung Bộ, vùng Trường Sơn - Tây Nguyên, vùng Nam Bộ... Những phân tích của nhà nghiên cứu cho thấy tính thống nhất trong đa dạng của văn hóa Việt Nam, mở ra hướng tiếp cận về văn hóa vùng và các vùng văn hóa Việt Nam.

Cuốn sách *Biểu tượng văn hóa truyền thống làng quê Việt Nam* của nhiều tác giả, Nxb Văn hóa Dân tộc, xuất bản năm 2021. Các tác giả đã giới thiệu và phân tích khá kỹ về hệ thống biểu tượng văn hóa truyền thống của làng quê Việt Nam, từ lũy tre làng đến cây đa, bến nước, sân đình, từ sự kết nối gia tộc đến dòng tộc... làm nên đặc trưng và sức bền của văn hóa làng xã. Những biểu tượng này đã được các tác giả phân tích từ nhiều góc độ tiếp cận và trong nhiều ngữ cảnh giao tiếp, những phân tích đó sẽ được tác giả luận án sử dụng trong nội dung khi triển khai nhiệm vụ nghiên cứu của mình.

Cuốn *Kỷ yếu Hội nghị văn hóa toàn quốc, triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng*, tháng 11/ 2021. Nội dung

Kỷ yếu gồm 3 phần, bao gồm 150 bài tham luận. Đây là công trình khoa học có giá trị tham khảo lớn đối với NCS khi triển khai nhiệm vụ của mình. Các tham luận của các nhà khoa học đã phân tích kỹ vai trò của văn hóa trong bối cảnh hiện nay, ghi nhận những thành tựu nổi bật của văn hóa Việt Nam trong thời gian qua; chỉ rõ những hạn chế cần phải giải quyết. Các nhà khoa học với tinh thần xây dựng cao đã tập trung bàn về hệ giá trị văn hóa Việt Nam, vấn đề cốt lõi thu hút tâm sức của các nhà khoa học và cả cộng đồng.

Cuốn sách *Hệ giá trị văn hóa và con người Việt Nam* của tác giả Nguyễn Ngọc Thiện và Từ Thị Loan (đồng chủ biên), Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, năm 2021. Cuốn sách tổng hợp, hệ thống hóa những vấn đề lý luận và thực tiễn về hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người, công trình đi sâu vào khảo sát thực trạng biến động hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị con người từ truyền thống đến hiện đại, từ đó xác định nội dung của hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người Việt Nam thời kỳ đẩy mạnh CNH, HĐH và HNQT. Qua đó, đề xuất các giải pháp, kiến nghị nhằm triển khai thực hiện các hệ giá trị đó trong thực tiễn.

Cuốn sách *Hệ giá trị Việt Nam từ truyền thống đến hiện đại* của tác giả Trần Ngọc Thêm, Nxb Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2021. Tác giả đã đưa ra một bức tranh toàn cảnh về hệ giá trị văn hoá của Việt Nam trong đó nhấn mạnh ý nghĩa của sự kế thừa các giá trị văn hoá truyền thống trong bối cảnh phát triển kinh tế - xã hội hết sức đặc biệt hiện nay. Tác giả cũng đặt ra vấn đề xây dựng hệ giá trị văn hoá phù hợp hơn giúp Việt Nam có khả năng miễn dịch trước những thách thức lớn do thời đại mang lại, đảm bảo phát triển kinh tế đi đôi với phát triển văn hoá.

Cuốn sách *Việt Nam văn hóa sử cương* của tác giả Đào Duy Anh, tái xuất bản năm 2022, Nxb Đại học Sư phạm. Nội dung cuốn sách là một nỗ lực của học giả Đào Duy Anh nhằm giải quyết cuộc va chạm giữa văn hóa Việt Nam truyền thừa từ bao đời và văn hóa Tây Âu mới lan tràn. Để giải quyết xung

đợt này, tác giả đã nghiên cứu bản chất văn hóa Việt Nam, đề nghị “một mặt phải xét lại cho biết nội dung của văn hóa xưa là thế nào, một mặt phải nghiên cứu cho biết chân giá trị của văn hóa mới” để nhận diện đâu là bản sắc cần lưu giữ, đâu là yếu tố cần tiếp nhận và biến đổi. Nội dung cuốn sách đặt ra những vấn đề có tính lý luận và thực tiễn sâu sắc.

Cuốn sách *Những biểu tượng đặc trưng trong văn hóa truyền thống Việt Nam – Các vị Tổ*, của tác giả Đinh Hồng Hải, xuất bản năm 2022, Nxb Thế giới. Nội dung bao trùm lên các biểu tượng được đề cập trong các tập sách này là biểu tượng tổ tiên của các dân tộc người ở Việt Nam, đặc biệt là người Việt, một đề tài được nghiên cứu nhiều nhưng cũng còn tranh luận. Nghiên cứu này sẽ đặt các biểu tượng đó trong vai trò những sản phẩm văn hóa đã được người Việt tạo tác qua nhiều thế hệ dưới góc nhìn sáng tạo truyền thống.

1.2. Những công trình nghiên cứu về xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

Theo khảo sát của NCS, những công trình nghiên cứu một cách trực tiếp về xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT gần như không có. Tuy chưa đề cập trực tiếp đến xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT, song cũng có một số nghiên cứu liên quan đến xây dựng và phát triển văn hoá, con người Việt Nam trong thời kỳ HNQT, hoặc có những nghiên cứu về xây dựng hình ảnh quốc gia ở những mức độ nhất định, có những giá trị tham khảo cho luận án. Cụ thể:

Năm 2006, tác giả Phạm Minh Sơn có tham luận: “Thông tin đối ngoại với việc tạo dựng hình ảnh đất nước con người Việt Nam”. Tham luận được in trong Kỷ yếu hội thảo Khoa học của Học viện Báo chí và Tuyên truyền, đó là Hội thảo *Hoạt động đối ngoại của Đảng ta trong giai đoạn hiện nay*. Trong tham luận của mình, tác giả đã định nghĩa về hình ảnh quốc gia và tạo dựng hình ảnh quốc gia. Theo cách giải thích của tác giả tham luận, hình ảnh quốc

gia biểu hiện thông qua các biểu tượng cụ thể khi nhắc đến quốc gia đó. Cũng có thể hiểu, hình ảnh quốc gia là thương hiệu quốc gia, thể hiện qua lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội...

Tác giả Nguyễn Thị Hồng Nam chủ nhiệm đề tài nghiên cứu cấp Bộ tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền: *Quan hệ công chúng với việc xây dựng và quảng bá hình ảnh Việt Nam thời kỳ hội nhập*, hoàn thành năm 2009. Đề tài đã đưa ra hệ thống khái niệm liên quan đến quan hệ công chúng, xây dựng hình ảnh quốc gia và quảng bá hình ảnh quốc gia; mối quan hệ giữa quan hệ công chúng với xây dựng và quảng bá hình ảnh quốc gia. Đề tài cũng khảo sát thực trạng và nêu phương hướng giải pháp cho việc xây dựng và quảng bá hình ảnh quốc gia Việt Nam thời gian tới. Mặc dù đề tài triển khai vấn đề từ góc độ quan hệ công chúng, nhưng bước đầu đã đề cập đến nội dung quảng bá hình ảnh quốc gia trong thời kỳ hội nhập mà chúng tôi quan tâm.

Bài báo *Xây dựng và quảng bá hình ảnh Việt Nam trong tình hình mới*, tạp chí Thông tin đối ngoại số tháng 12/2011 của tác giả Hoàng Anh Tuấn. Bài viết đã nêu những nội dung cơ bản liên quan đến xây dựng và quảng bá hình ảnh quốc gia Việt Nam giai đoạn hiện tại, khi chúng ta vừa bắt đầu HNQT. Qua đó những HAVH cũng đã được lồng ghép như một nội dung để quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam, dù nội dung này chưa được tác giả nghiên cứu sâu, nhưng những gợi ý ban đầu này cũng là những gợi mở cho tác giả luận án khi triển khai đề tài nghiên cứu của mình.

Ngoại giao văn hoá Việt Nam: Lý luận và thực tiễn thời kỳ hội nhập của tác giả Nguyễn Thái Yên Hương, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội, năm 2011. Cuốn sách đã nêu lên những nội dung cơ bản về lý luận ngoại giao văn hoá Việt Nam như khái niệm ngoại giao văn hoá, cấu trúc, vai trò của ngoại giao văn hoá, đặc trưng ngoại giao văn hoá linh hoạt và nghệ thuật tiến hành ngoại giao văn hoá của Việt Nam. Đồng thời tác giả cũng phân tích thực tiễn về ngoại giao văn hoá Việt Nam, từ đó góp phần định hình thêm giá trị văn hoá đối ngoại Việt Nam thời kỳ hội nhập, khẳng định ngoại giao văn hoá là

một hình thức ngoại giao nhấn mạnh sự thừa nhận văn hóa và hiểu biết lẫn nhau như là một cơ sở của đối thoại, nhằm tạo hình ảnh tốt đẹp của đất nước, quảng bá văn hóa và ngôn ngữ quốc gia trên thế giới.

Cuốn sách *Đảng lãnh đạo xây dựng và phát triển văn hóa trong thời kỳ đổi mới* của tác giả Nguyễn Danh Tiên, Nxb Lý luận chính trị, xuất bản năm 2012. Cuốn sách là tài liệu tham khảo hữu ích vì xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT không thể không đề cập đến vai trò lãnh đạo của Đảng ta, nội dung và phương thức lãnh đạo của Đảng là yếu tố quyết định thành công của xây dựng HAVH Việt Nam.

Năm 2015, tác giả Đinh Thị Thuý Hằng đã có bài báo *Vài suy nghĩ về quảng bá hình ảnh Việt Nam hiện nay* trên tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông số 1/2015, trong đó có đưa quan điểm của tác giả về các nội dung liên quan đến hình ảnh Việt Nam và quảng bá hình ảnh Việt Nam, đặc biệt trên các phương tiện truyền thông. Mặc dù đây mới chỉ là những suy nghĩ bước đầu, nhưng tác giả bài báo cũng đã cho thấy tầm quan trọng của vấn đề quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam thông qua các giá trị văn hóa, cách thức để xây dựng HAVH Việt Nam.

Tác giả Nguyễn Thị Thùy Yên có luận án Tiến sĩ với đề tài *Ngoại giao văn hóa Việt Nam với ASEAN trong thời kỳ hội nhập*, Trường Đại học văn hóa Hà Nội, năm 2016. Luận án là công trình khoa học đề cập đến vấn đề ngoại giao văn hóa như một nội dung quan trọng của xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Luận án đã xây dựng khung lý luận về ngoại giao văn hóa, phân tích thực trạng ngoại giao văn hóa Việt Nam với ASEAN trong thời kỳ HNQT khá kỹ, khẳng định chiến lược ngoại giao của Việt Nam trong xây dựng HAVH.

Cuốn sách *Văn hóa và phát triển - Những vấn đề của Việt Nam và kinh nghiệm của thế giới* do Nxb Chính trị quốc gia Sự thật phát hành năm 2018, tập hợp một số bài tham luận tiêu biểu của Hội thảo “*Văn hóa và phát triển - Những vấn đề của Việt Nam và kinh nghiệm của thế giới*”. Các bài

tham luận của các nhà khoa học gửi tới Hội thảo là những phát hiện, lý giải, làm rõ những vấn đề của Việt Nam, gồm cả những vấn đề lý luận và thực tiễn, về mối quan hệ giữa văn hóa và phát triển, cốt lõi là vai trò của văn hóa trong phát triển mà ngày nay là phát triển bền vững, qua đó trực tiếp góp phần nghiên cứu và tổng kết thực tiễn nhằm tham mưu, tư vấn chính sách cho các cơ quan có trách nhiệm của Đảng và Nhà nước.

Cuốn sách *Phát huy các giá trị văn hóa - đạo đức “sức mạnh mềm” của Việt Nam trong hội nhập và phát triển* của tác giả Song Thành, Nxb Lý luận Chính trị, năm 2018. Cuốn sách tập trung phân tích về giá trị và vai trò của giá trị trong giai đoạn hiện nay có nhiều thay đổi, qua đó tác giả phân tích vấn đề ngoại giao văn hóa gắn với “sức mạnh mềm” của văn hóa trong hội nhập và phát triển. Trong xây dựng HAVH Việt Nam hiện nay, các giá trị văn hóa đạo đức được tác giả nhấn mạnh như là giá trị cốt lõi, làm nên đặc trưng và bản sắc văn hóa Việt Nam.

Tác giả Lưu Trần Toàn có cuốn sách *Tuyên truyền hình ảnh Việt Nam ra thế giới qua báo chí đối ngoại* tại Nxb Thông tin và Truyền thông, năm 2019. Cuốn sách đã đưa ra các vấn đề lý luận và thực tiễn về tuyên truyền hình ảnh Việt Nam ra thế giới qua báo chí đối ngoại, phân tích thực trạng tuyên truyền hình ảnh Việt Nam ra thế giới thông qua báo chí, đặc biệt là báo chí đối ngoại như Thông tấn xã Việt Nam. Tác giả đồng thời đề xuất các giải pháp để tăng cường tuyên truyền hình ảnh Việt Nam qua báo chí, từ đó nâng cao hiệu quả của công tác tuyên truyền hình ảnh Việt Nam ra thế giới thời gian tới. HAVH Việt Nam dù chưa được tách riêng thành một nội dung nhưng đã được tác giả nhắc đến trong các hoạt động của báo chí đối ngoại nhằm tuyên truyền hình ảnh Việt Nam ra thế giới. Những phân tích của tác giả cuốn sách sẽ được NCS vận dụng khi nghiên cứu xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

Cuốn sách *Văn hóa và hội nhập* của tác giả Nguyễn Thừa Hỷ, xuất bản năm 2020, Nxb Thông tin và Truyền thông. Đây là những công trình thuộc

nhiều chủ đề khác nhau được tác giả nghiên cứu và công bố trong gần 50 năm, thể hiện quá trình tìm hiểu, suy tư cũng như những biến chuyển trong nhận thức và tư duy của tác giả về các vấn đề văn hóa và con người Việt Nam. Khi bàn về văn hóa và phát triển, tác giả đã phân tích: bên cạnh những nhu cầu tối thiểu về vật chất, kinh tế, con người còn có những nhu cầu về tinh thần, văn hóa. Văn hóa quan tâm đến mọi loại nhu cầu của con người, từ những nhu cầu sơ đẳng nhất mang tính bản năng đến những nhu cầu cao nhất về tình cảm trí tuệ và tâm linh. Tác giả cuốn sách cũng đưa ra nhận định về xã hội và văn hóa đương đại: “Trong một thế giới đang thay đổi với tốc độ nhanh, bản thân cá nhân mỗi con người cũng không thể không thay đổi. Đứng trước những vận động văn hóa vô cùng mạnh mẽ, mỗi chúng ta phải chủ động trang bị cho chúng ta những kiến thức cơ bản trong việc xử lý những vấn đề văn hóa đang xảy ra trong từng cá thể, trong nhóm và cộng đồng, ở quy mô quốc gia dân tộc cũng như toàn cầu quốc tế”.

Cuốn sách *Văn hóa Việt Nam thời hội nhập* của tác giả Vũ Nho, Nxb Quân đội nhân dân, năm 2021. Tác giả khẳng định: trong các tác phẩm văn chương, dù muốn hay không, dấu ấn của văn hóa vẫn để lại sâu đậm. Từ cách ăn mặc, nói năng, suy nghĩ của nhân vật đều phản ánh không gian văn hóa mà tác giả và nhân vật trải nghiệm. Vì thế, nghiên cứu văn hóa qua văn chương dân gian và văn chương bác học là điều hoàn toàn khả thi. Văn hóa là một khái niệm rộng gồm văn hóa vật thể và phi vật thể. Muốn bảo tồn và phát huy bản sắc dân tộc - Văn hóa Việt Nam thời hội nhập, không thể không biết đến các giá trị văn hóa đã in đậm dấu ấn trong văn học dân gian và văn học biết, đồng thời trong chừng mực có thể hiểu biết sự khác biệt văn hóa Đông - Tây. Do đó vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam với thế giới trở nên quan trọng. Nội dung cuốn sách đã góp phần vào việc bảo tồn những giá trị văn hóa Việt Nam trong thời kỳ hội nhập và toàn cầu hóa, đồng thời chống những ảnh hưởng tiêu cực trong quá trình giao lưu với các nền văn hóa nước ngoài.

Cuốn sách *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về an ninh văn hóa ở Việt Nam hiện nay* của tác giả Cao Thu Hằng, Nxb Khoa học xã hội, xuất bản năm 2021. Cuốn sách trình bày một số vấn đề lý luận về an ninh văn hóa ở Việt Nam hiện nay. Tác giả làm rõ một số nội dung liên quan đến an ninh văn hóa bao gồm nhiều lĩnh vực rộng lớn. Tác giả cũng tập trung phân tích những điểm tích cực và hạn chế trong an ninh văn hóa ở Việt Nam hiện nay và chỉ ra những nguyên nhân của chúng như nguyên nhân kinh tế, nhận thức... Thứ ba, tác giả đưa ra những quan điểm và giải pháp cơ bản để bảo vệ an ninh văn hóa quốc gia. Đây là những gợi mở cho NCS về xây dựng môi trường văn hóa khi HNQT và xây dựng HAVH Việt Nam hiện nay.

Cuốn sách *Sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế* của nhóm tác giả Nguyễn Thị Phương và Nguyễn Cao Đức, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, năm 2021. Cuốn sách gồm 5 chương, nội dung rất phong phú. Từ kinh nghiệm và bài học quốc tế sâu sắc, nhóm tác giả đưa ra dự báo xu hướng phát triển sức mạnh mềm văn hóa đến năm 2030 và giải pháp phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong bối cảnh HNQT. Vấn đề xây dựng HAVH chưa được phân tích cụ thể nhưng diện mạo HAVH Việt Nam đã được phác họa thông qua các yếu tố vật chất và tinh thần.

Cuốn sách *Truyền thông phát triển xã hội, văn hóa, ngoại giao văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa và Cách mạng công nghiệp 4.0* của tác giả Lê Thanh Bình, xuất bản 2021, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật. Cuốn sách khẳng định truyền thông có vai trò quan trọng trong xây dựng HAVH Việt Nam. Để đạt được mục tiêu quảng bá hình ảnh đất nước, cần thực hiện rất nhiều chiến lược khác nhau, trong đó có việc sử dụng truyền thông, ngoại giao kết hợp với áp dụng những thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, từ đó, tạo tiền đề, cơ sở đưa văn hóa nước ta đến với thế giới, 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. Cuốn sách đưa ra cái nhìn tổng quan về truyền thông phát triển

xã hội, văn hóa, ngoại giao văn hóa. Nội dung cuốn sách đề cập những vấn đề lý luận, thực tiễn về truyền thông văn hóa, ngoại giao văn hóa và những bài học kinh nghiệm của một số quốc gia trên thế giới về truyền thông và ngoại giao văn hóa, từ đó, đưa ra những giải pháp cụ thể nhằm góp phần nâng cao năng lực truyền thông và ngoại giao văn hóa - một trong những mũi nhọn đưa đất nước phát triển về mọi mặt.

Tác giả Trần Hải Minh đã triển khai đề tài khoa học về vấn đề *Xây dựng và phát huy hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam* trong bối cảnh mới, thực hiện năm 2022, tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền. Đề tài đã phân tích kỹ về hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam và xây dựng, phát huy hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam trong bối cảnh HNQT trên phương diện lý luận và thực tiễn, phân tích thực trạng xây dựng và phát huy hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam, thực trạng đấu tranh chống lại các xu hướng biến đổi bản sắc và các giá trị văn hóa dân tộc trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay. Nhóm nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp xây dựng, phát huy hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam trong bối cảnh HNQT từ góc nhìn triết học, đó là những gợi mở có giá trị cho NCS trong quá trình triển khai nhiệm vụ.

Cuốn sách *Văn hóa Việt Nam trên đường phát triển và hội nhập* của tác giả Từ Thị Loan, xuất bản 2022, Nxb Văn hóa Dân tộc. Cuốn sách cung cấp nhiều tri thức về di sản văn hóa Việt Nam. Qua đó, tác giả đưa ra một số vấn đề cấp bách trong xây dựng môi trường văn hóa. Hơn thế nữa, ở phần III của cuốn sách tác giả có phân tích nội dung xây dựng thương hiệu quốc gia bằng văn hóa. Có nghĩa là xây dựng hình ảnh đặc trưng, khác biệt, ấn tượng, có sức thuyết phục về văn hóa. Tác giả khẳng định trong thời gian tới, chúng ta cần tiếp tục quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam thông qua văn hóa để nâng cao vị thế và uy tín của quốc gia trên trường quốc tế.

Cuốn sách *Ngoại giao văn hóa Việt Nam một thập kỷ hội nhập quốc tế và một số vấn đề đặt ra trong giai đoạn 2021 - 2030* của nhóm tác giả Lê Hải

Bình và Trần Quốc Khánh, xuất bản 2022, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật. Cuốn sách hệ thống hóa các vấn đề cơ bản về lý luận, thực tiễn của ngoại giao văn hóa trên thế giới và ở Việt Nam; cung cấp một số luận giải về những vấn đề mới hoặc chưa được tiếp cận thấu đáo trong các nghiên cứu trước đây ở Việt Nam như: mối quan hệ giữa ngoại giao văn hóa và ngoại giao công chúng, ngoại giao nhân dân; tư tưởng Hồ Chí Minh về ngoại giao văn hóa, vị trí của ngoại giao văn hóa trong sức mạnh mềm... Nhóm tác giả đã đánh giá kinh nghiệm và kết quả đạt được trong quá trình triển khai ngoại giao văn hóa giai đoạn 2011 - 2020 tại Việt Nam. Chương 3 chú trọng nghiên cứu kinh nghiệm ngoại giao văn hóa ở một số quốc gia điển hình trên thế giới, từ đó đưa ra khuyến nghị cụ thể cho những vấn đề thực tiễn, nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động ngoại giao văn hóa Việt Nam giai đoạn 2021 - 2030.

Cuốn sách *Đường lối văn hóa của Đảng trong chấn hưng, phát triển văn hóa Việt Nam* của nhóm tác giả Lê Mậu Lâm, Ngô Vương Anh, Nguyễn Băng Nhi, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, năm 2022. Công trình khoa học này gồm ba phần, đề cập đến nhiều vấn đề quan trọng liên quan đến đường lối văn hóa của Đảng trong chấn hưng, phát triển văn hóa Việt Nam, đó là lý luận về xây dựng và phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam; giá trị văn hóa và xây dựng hệ giá trị văn hóa trong giai đoạn mới; thực tiễn và định hướng đường lối văn hóa của Đảng trong giai đoạn mới, khi HNQT đã tạo ra nhiều thay đổi cho văn hóa Việt Nam.

Cuốn sách *Phát triển văn hóa và con người Việt Nam - Nền tảng tinh thần, nguồn lực nội sinh phát triển đất nước*, của tác giả Nguyễn Duy Bắc, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội, xuất bản năm 2022. Công trình khoa học gồm bốn phần lớn, liên quan đến bốn nội dung quan trọng trong phát triển văn hóa và con người Việt Nam hiện nay, đó là: phát triển văn hóa và con người Việt Nam trong bối cảnh Đổi mới và HNQT; những yếu tố tác động đến phát triển văn hóa, con người và nguồn nhân lực ở Việt Nam hiện nay;

thực trạng phát triển văn hóa, con người và nguồn nhân lực trong bối cảnh đổi mới, HNQT; nhưng yêu cầu đặt ra và giải pháp phát triển văn hóa, con người và nguồn nhân lực trong bối cảnh đổi mới, HNQT hiện nay.

Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng là tác giả cuốn sách *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, năm 2022. Cuốn sách gồm 29 bài viết, bài phát biểu tiêu biểu của Tổng Bí thư, trong đó có vấn đề văn hóa, vấn đề ngoại giao và ngoại giao văn hóa. Cuốn sách đã đề cập đến nhiều vấn đề lý luận về xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh hiện nay, nhấn mạnh đến các giá trị tiêu biểu của văn hóa Việt Nam. Tiếp thu tinh hoa văn hóa thế giới trên tinh thần đoàn kết, nhân ái, nhưng kiên quyết, kiên trì bảo vệ lợi ích quốc gia dân tộc, lấy văn hóa làm sức mạnh để HNQT một cách tự tin, đó là quan điểm xây dựng HAVH Việt Nam hiện nay.

Ngoài những công trình trên, vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam trong thời kỳ HNQT cũng đã được đề cập ở nhiều bài viết trên các phương tiện truyền thông mới như website, các trang báo mạng uy tín của Việt Nam. Trong đó có thể kể đến các bài viết như:

Bài viết *Xây dựng biểu tượng văn hóa quốc gia* trên báo Quân đội nhân dân điện tử (qdnd.vn) của tác giả Thiện Văn ngày 12/02/2015 cho rằng biểu tượng văn hóa quốc gia là chiều sâu, sức mạnh của một nền văn hóa. Việt Nam có nhiều biểu tượng văn hóa quốc gia độc đáo, mang hồn cốt dân tộc. Khi xây dựng HAVH Việt Nam, cần chú ý đến vấn đề biểu tượng văn hóa quốc gia và xây dựng biểu tượng văn hóa quốc gia.

Tạp chí Tuyên giáo điện tử (tuyengiao.vn) có bài viết *Xây dựng hình ảnh đẹp cho đất nước* của tác giả Lê Phi Hùng ngày 11/8/2019 trong đó nêu rõ quan điểm Xây dựng hình ảnh đẹp cho đất nước, ngoài việc quảng bá nền văn hóa truyền thống đậm đà bản sắc dân tộc, đức tính tốt đẹp của con người Việt Nam, cần phải thông tin hiệu quả về đường lối, chủ trương, chính sách

của Đảng, Nhà nước ta trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc đến bạn bè quốc tế.

Bài viết *Di sản văn hóa - du lịch góp phần quảng bá hình ảnh quốc gia* trên báo Tin tức điện tử (baotintuc.vn) của tác giả Thanh Giang ngày 20/11/2019. Tác giả khẳng định xây dựng HAVH thông qua quảng bá các di sản văn hóa là con đường đưa văn hóa Việt Nam ra thế giới. Để khai thác các giá trị của di sản văn hóa, Việt Nam cần xây dựng chiến lược phát triển du lịch bền vững, bảo vệ hệ sinh thái, bảo tồn và phát huy giá trị di sản hợp lý trên tinh thần kế thừa có chọn lọc và sáng tạo.

Tác giả Đoàn Trang trên báo Hà Nội mới ngày 18/12/2019 đăng bài *Biểu tượng văn hóa chính là “dấu vân tay văn hóa” của mỗi dân tộc*. Tác giả đã phỏng vấn PGS.TS Đinh Hồng Hải, giảng viên Khoa Nhân học - Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học quốc gia Hà Nội, chuyên gia nghiên cứu về biểu tượng văn hóa Việt Nam. Nhà nghiên cứu Đinh Hồng Hải đã có nhiều chia sẻ hữu ích về vấn đề này.

Năm 2020, có một công trình đề cập trực tiếp đến HAVH Việt Nam nhìn ở khía cạnh di sản, đó là bài báo: “Heritage and the image of national culture in Vietnam” (Di sản và hình ảnh của văn hoá dân tộc ở Việt Nam” của tác giả Ekaterina O. Starikova đăng trên báo Asia and Africa Today năm 2020. Bài báo đã đề cập đến chính sách đối với di sản văn hoá phi vật thể đang được thực hiện ở Việt Nam và việc lựa chọn những di sản được công nhận là di sản văn hoá cấp quốc gia đưa vào danh sách kiệt tác di sản thế giới của UNESCO gắn liền với đặc thù xây dựng HAVH dân tộc. Huyền thoại dân tộc trong đó có âm nhạc dân gian với tính liên tục của truyền thống văn hoá Việt Nam và những nét bản sắc văn hoá dân tộc Việt Nam được hình thành từ thời vua Hùng cho đến nay trở thành nền tảng định hình văn hoá dân tộc Việt Nam, có ý nghĩa quan trọng trong HAVH Việt Nam.

Nhóm tác giả Hoàng Thùy - Viết Tuân trên báo Tin nhanh điện tử VnExpress đã có bài viết *10 giải pháp phát triển giá trị văn hóa, sức mạnh người Việt* ngày 24/11/2021. Trong các giải pháp được nhóm tác giả đề xuất có những gợi mở về giải pháp xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh HNQT hiện nay.

Tạp chí Quản lý nhà nước (Quanlynhanuoc.vn) với bài viết *Truyền thông hình ảnh quốc gia và địa phương – Năng lực cần thiết của công chức làm việc trong môi trường quốc tế* của tác giả Nguyễn Thị Thu Vân ngày 20/12/2021 trong đó nêu rõ: Tạo dựng và truyền thông, quảng bá hình ảnh quốc gia là một trong những nội dung của công tác đối ngoại, là hoạt động quan hệ công chúng đối ngoại được các nước trên thế giới đặc biệt chú trọng.

Báo điện tử Tổ quốc (toquoc.vn) có bài viết *Bản sắc văn hóa của từng quốc gia, dân tộc có vai trò quan trọng trong việc phát triển và xây dựng đất nước* của tác giả Hồng Hà ngày 22/03/2022, khẳng định quá trình toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế dẫn đến toàn cầu hóa và HNQT về văn hóa, đòi hỏi cơ bản và cấp thiết trong xây dựng HAVH Việt Nam là vừa phải bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc vừa coi trọng và bảo vệ sự đa dạng văn hóa trên phạm vi toàn thế giới.

Trang tin điện tử Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh ngày 17/10/2022 có bài *Phát triển văn hóa, con người Việt Nam* của tác giả Phạm Phương Thảo, đề cập đến sức mạnh mềm của văn hóa với tư cách là nền tảng tinh thần của xã hội, sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc trong bối cảnh HNQT.

Tác giả Lê Mậu Lâm, Nguyễn Hồng Minh trong Tập san đặc biệt của báo Nhân dân điện tử (special.nhandan.vn) ngày 24/11/2022 với tiêu đề *Văn hóa là động lực và nguồn lực phát triển quan trọng* cho rằng phát triển văn hóa là một trong những vấn đề trọng tâm, một nội dung nổi bật trong Văn

kiện Đại hội XIII của Đảng, cần được nghiên cứu một cách nghiêm túc để vận dụng vào thực tiễn phát triển đất nước.

Bài viết *Xây dựng thương hiệu quốc gia bằng văn hóa: Không thể xem nhẹ yếu tố pháp luật* trên báo Pháp luật điện tử (baophapluat.vn) ngày 25/12/2022 của tác giả Hồng Minh. Bài viết khẳng định: chúng ta phải xây dựng thương hiệu quốc gia bằng văn hóa để Việt Nam trở thành địa chỉ tin cậy đối với nhà đầu tư nước ngoài, khẳng định bản sắc văn hóa độc đáo với các di sản văn hóa nổi tiếng, gia tăng sự hấp dẫn đối với cộng đồng quốc tế, củng cố và nâng tầm thương hiệu quốc gia Việt Nam

Tạp chí Cộng sản điện tử (tapchicongsan.org.vn) có bài viết *Văn hóa là động lực quan trọng để phát triển kinh tế* ngày 11/04/2023 của tác giả Vũ Trọng Lâm, đề cập đến vai trò của văn hóa và xây dựng HAVH Việt Nam đối với phát triển kinh tế, ổn định xã hội.

1.3. Giá trị những công trình nghiên cứu và những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu

1.3.1. Giá trị những công trình nghiên cứu

Như vậy, qua nghiên cứu về tổng quan những công trình liên quan đến vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam thời kỳ HNQT hiện nay, tác giả luận án khái quát một số kết quả, các công trình nghiên cứu tương đối phong phú với nhiều nội dung và hướng tiếp cận khác nhau. Tuy các công trình nghiên cứu có sự khác biệt về hướng nghiên cứu và quy mô, nội dung công trình nghiên cứu, song tựu chung, các tác giả đều đi đến thống nhất một số nội dung về văn hóa và xây dựng HAVH như sau:

Thứ nhất, các công trình nghiên cứu đều thống nhất về bản chất, vai trò, chức năng và cấu trúc của văn hóa. Đó là những đóng góp có ý nghĩa của các công trình khoa học đã có, giúp NCS hiểu thuật ngữ văn hóa theo nhiều nghĩa, theo các góc độ tiếp cận trong đó có triết học văn hóa. Từ những nội dung đó có thể đúc kết lại văn hóa bao gồm những giá trị vật chất và tinh thần

được sáng tạo trong lịch sử nhờ quá trình hoạt động thực tiễn của con người. Những giá trị này đã trở thành tài sản vô giá cho mỗi quốc gia, dân tộc. Đối với văn hóa Việt Nam, đó là những giá trị tiêu biểu, làm nên bản sắc văn hóa, trở thành nguồn lực cho sự phát triển của đất nước.

Những nghiên cứu của các nhà khoa học đi trước đã đề cập đến văn hóa trên nhiều bình diện: lịch sử hình thành; môi trường tự nhiên và xã hội; đặc thù của văn hóa sinh ra từ phương thức sản xuất lúa nước, từ lối sống trọng cộng đồng, trọng tình, trọng tĩn, hướng nội... Các yếu tố cấu trúc của văn hóa Việt Nam cũng đã được nghiên cứu kỹ, đó là văn hóa sinh hoạt vật chất, văn hóa sinh hoạt tinh thần với những biểu hiện đa dạng và sinh động trong đời sống thực tiễn.

Thứ hai, các công trình khoa học đã nghiên cứu khá kỹ các nội dung liên quan đến phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong bối cảnh hiện nay, khi đất nước đang trong thời kỳ đẩy mạnh CNH, HĐH và phát triển kinh tế thị trường định hướng XHCN với tính chất đặc thù.

Vấn đề HNQT được đề cập đến trong nhiều công trình khoa học, cho thấy công nghệ thông tin và các nền tảng xã hội phát triển rất mạnh mẽ, tác động đối với văn hóa là rất lớn. HNQT đã tạo ra cơ hội và thách thức trong phát triển văn hóa Việt Nam. Đặc biệt là vấn đề toàn cầu hóa, trong đó có toàn cầu hóa về văn hóa, làm cho văn hóa trên thế giới đang ngày càng phẳng đi nên vấn đề gìn giữ và xây dựng HAVH đối với quốc tế lại càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết đã được các nhà nghiên cứu đề cập đến. Toàn cầu hóa và HNQT tác động như thế nào đến vấn đề bảo vệ bản sắc văn hóa của từng quốc gia, dân tộc là nội dung được đề cập trong các công trình khoa học, nhất là với đặc thù nền văn hóa thống nhất trong đa dạng và rất giàu bản sắc như văn hóa Việt Nam.

Trong bối cảnh HNQT, Việt Nam đánh giá vai trò quan trọng của phát triển văn hóa, văn hóa trở thành động lực phát triển kinh tế, xã hội. Giai đoạn hiện nay sẽ là giai đoạn phát triển mới về văn hóa, dân tộc ta đứng trước

những cơ hội cũng như thách thức do thời đại mới đặt ra. Những thời cơ và thách thức đó là gì, chúng ta phải làm gì để thích nghi với sự biến đổi của môi trường trong quá trình HNQT là vấn đề đã được các nhà khoa học đặt ra.

Thứ ba, quan hệ giữa văn hóa và kinh tế, chính trị; bảo tồn các giá trị của văn hóa truyền thống Việt Nam, xây dựng hệ giá trị văn hóa dân tộc trong môi trường HNQT hiện nay là những vấn đề được giới khoa học tập trung nghiên cứu. Theo đó, các nhà khoa học đã từng bước luận giải, phân tích nội hàm, phân tích các thành tố cấu thành hệ giá trị quốc gia, đề xuất phương án xây dựng hệ giá trị văn hóa, khẳng định tính cấp thiết cũng như ý nghĩa to lớn của việc xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa dân tộc trong quá trình HNQT hiện nay; giải pháp để triển khai và vận dụng nội dung hệ giá trị văn hóa vào cuộc sống.

Đây là những nội dung quan trọng vì khi xây dựng HAVH Việt Nam, hệ giá trị văn hóa đóng vai trò lớn trong nội dung xây dựng, chi phối phương thức xây dựng và đo lường hiệu quả xây dựng HAVH Việt Nam. Các nhà khoa học đã đề xuất nhiều ý kiến, nhiều phương án xây dựng hệ giá trị văn hóa quốc gia, luận giải cơ sở lý luận và thực tiễn của vấn đề nghiên cứu một cách thuyết phục. Những phân tích đó sẽ được NCS kế thừa trong quá trình thực hiện nhiệm vụ của mình.

Thứ tư, vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam trong thời kỳ HNQT cũng đã có công trình nghiên cứu, tuy chưa đầy đủ. Hầu hết các công trình chủ yếu đi sâu vào phân tích vấn đề xây dựng văn hóa, bảo tồn và gìn giữ giá trị văn hóa Việt Nam hoặc xây dựng hình ảnh Việt Nam nói chung trong hội nhập kinh tế quốc tế, khía cạnh HNQT trong lĩnh vực văn hóa chưa được phân tích sâu. Nếu có đề cập đến HAVH Việt Nam thì chỉ mới ở góc nhìn nghệ thuật hoặc di sản văn hóa, chưa nghiên cứu vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam ở góc độ của luận án.

Tuy nhiên, những gợi mở quan trọng của các nhà khoa học về xây dựng HAVH Việt Nam thông qua xây dựng thương hiệu quốc gia, thông qua xây

dựng biểu tượng văn hóa, thông qua các hoạt động ngoại giao, hoạt động của báo chí đối ngoại...mà trong phạm vi bao quát đã phân tích chính là những đóng góp hữu ích đối với NCS, giúp NCS triển khai nội dung nghiên cứu xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

1.3.2. Những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu

Một là, luận án cần tiếp tục làm rõ các khái niệm về HAVH, xây dựng HAVH, làm cơ sở lý luận cho việc nghiên cứu HAVH ở Việt Nam trong thời kỳ HNQT hiện nay. Tác giả tiếp cận vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam từ phương diện triết học văn hóa, phân tích những nội dung liên quan đến xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh HNQT, vì “Trong những năm tới, tình hình thế giới và trong nước có cả thuận lợi, thời cơ và khó khăn, thách thức đan xen; đặt ra nhiều vấn đề mới, yêu cầu mới nặng nề, phức tạp hơn đối với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc” [39, tr.323]. Cho nên yêu cầu đặt ra là phải luận giải rõ về HAVH, về nội dung và phương thức xây dựng HAVH Việt Nam, về các tiêu chí đánh giá và các yếu tố tác động đến xây dựng HAVH Việt Nam, về môi trường và các điều kiện đảm bảo quá trình xây dựng HAVH Việt Nam...

Hai là, luận án cần phân tích một số quan điểm chỉ đạo của Đảng qua các kỳ Đại hội và các chính sách, pháp luật của Nhà nước liên quan đến xây dựng HAVH Việt Nam hiện nay. Đường lối, quan điểm của Đảng ta về vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh HNQT rất cần được phân tích kỹ, vì Đảng lãnh đạo sự nghiệp cách mạng một cách toàn diện, Nhà nước quản lý và Nhân dân làm chủ nên ý Đảng phải hợp với lòng dân, mọi chủ trương của Đảng về xây dựng HAVH Việt Nam phải được triển khai trong thực tiễn thông qua các văn bản pháp lý của Nhà nước. Đây là nội dung sẽ được tác giả làm rõ trong chương 2 của luận án.

Ba là, luận án cần phân tích, làm rõ thực trạng nội dung xây dựng HAVH Việt Nam từ năm 2011 đến năm 2020 thông qua hoạt động sinh hoạt vật chất (ẩm thực, trang phục, kiến trúc, giao thông...) và văn hóa sinh hoạt

tin thần (văn học, nghệ thuật, tôn giáo, tín ngưỡng, lễ tết, lễ hội...), qua đó đã củng cố và phát triển hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam trong bối cảnh mới; thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam gắn với quá trình đổi mới đất nước, nền văn hóa thống nhất trong đa dạng, giàu giá trị độc đáo, biểu hiện qua các biểu tượng văn hóa; thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam qua các hoạt động của báo chí truyền thông, đặc biệt là báo chí đối ngoại.

Luận án cần phân tích, làm rõ thực trạng phương thức xây dựng HAVH Việt Nam thông qua các hoạt động văn hóa, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, xây dựng đời sống văn hóa cộng đồng; thông qua các hoạt động ngoại giao văn hóa, hoạt động chính trị của Việt Nam, hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa và tổ chức các sự kiện văn hóa... Đây là những nội dung chưa được nghiên cứu sâu trong các công trình khoa học trong phạm vi bao quát của NCS, sẽ được NCS phân tích sâu trong luận án.

Bốn là, luận án cần đánh giá thành công cơ bản và một số hạn chế trong quá trình xây dựng HAVH Việt Nam thời gian qua; phân tích nguyên nhân của thành công và hạn chế trong thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam; nhận diện những vấn đề đặt ra cần giải quyết trong xây dựng HAVH Việt Nam. Đó là vấn đề về chủ thể xây dựng, về nội dung và phương thức xây dựng, vấn đề về điều kiện và môi trường đảm bảo xây dựng HAVH Việt Nam ...

Năm là, trên cơ sở lý luận và thực tiễn của vấn đề nghiên cứu, luận án đề xuất một số quan điểm và giải pháp có tính khả thi để tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong thời kỳ HNQT thời gian tới. Trong thời kỳ HNQT ở nước ta hiện nay, xây dựng HAVH Việt Nam cần chú trọng xây dựng, hoàn thiện hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam; tiếp tục đổi mới, hoàn thiện nội dung và phương thức xây dựng HAVH Việt Nam; xây dựng môi trường văn hóa trong sạch, lành mạnh, xử lý tốt mối quan hệ giữa việc giữ gìn bản sắc văn hóa Việt Nam với tiếp thu những giá trị tinh hoa văn hóa của nhân loại... Đó là những vấn đề sẽ đề cập trong chương 4 của luận án.

Tiểu kết chương 1

Trong chương 1, tác giả đã tập trung phân tích các công trình nghiên cứu có liên quan đến đề tài. *Thứ nhất*, các công trình nghiên cứu về văn hóa và HAVH Việt Nam khá phong phú, các tác giả đã phân tích khái niệm, các giai đoạn lịch sử về văn hóa, các thời kỳ văn hóa, các nội dung của văn hóa. *Thứ hai*, nội dung các công trình nghiên cứu về văn hóa và HAVH Việt Nam cũng khá đa dạng, từ biểu tượng văn hóa đến giá trị văn hóa... Tác giả luận án đã phân tích những công trình nghiên cứu về các giá trị trong văn hóa Việt Nam. Đó là những giá trị đã được khẳng định từ lâu đời và trở thành hình ảnh đặc trưng của văn hóa Việt Nam. *Thứ ba*, các công trình nghiên cứu liên quan đến xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT tuy còn rất ít, chủ yếu là đi về vấn đề chung về xây dựng và phát triển giá trị văn hóa, con người Việt Nam trong bối cảnh mới, nhưng đó là những gợi mở quan trọng cho tác giả luận án khi nghiên cứu xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay.

Tổng quan các công trình khoa học có liên quan đến đề tài cho thấy văn hóa đang được đánh giá là lĩnh vực quan trọng và là vấn đề nội sinh của dân tộc. Trên cơ sở khái quát những công trình nghiên cứu có liên quan đến đề tài luận án, tác giả nhận thấy cần tiếp tục nghiên cứu vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam trên phương diện lý luận và thực tiễn; đánh giá thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong thời gian qua; xác định rõ nội dung, phương thức xây dựng HAVH Việt Nam trong điều kiện HNQT hiện nay, nhận diện những vấn đề đặt ra cần giải quyết để có cơ sở đề xuất quan điểm, giải pháp thực hiện.

Qua phân tích các công trình nghiên cứu có liên quan, có thể khẳng định đề tài *Xây dựng HAVH Việt Nam trong thời kỳ HNQT hiện nay* không trùng lặp với các nghiên cứu đã có. NCS cần tiếp tục đi sâu nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn của xây dựng HAVH Việt Nam, để tìm ra những giải pháp khả thi, nhằm tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong thời kỳ HNQT, góp phần xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, xây dựng đất nước phồn vinh.

Chương 2

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

2.1. Một số khái niệm công cụ của xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

2.1.1. Văn hóa

Văn hóa là thuật ngữ có nội hàm rất rộng, vì “văn hóa chính là cái tên mà chúng ta đặt cho điều bí ẩn khôn cùng đối với những ai ngày nay đang suy nghĩ về nó” [49, tr.35]. Khái niệm văn hóa lần đầu tiên được E.B.Tylor đề cập trong cuốn *Văn hóa nguyên thủy* (1871): “gồm có tri thức, tín ngưỡng, nghệ thuật, đạo đức, luật pháp, tập quán và một số năng lực, thói quen khác được con người chiếm lĩnh với tư cách một thành viên của xã hội” [48, tr.13].

Cùng với thời gian, khái niệm văn hóa được mở rộng nghĩa theo các góc độ tiếp cận khác nhau. Nhưng tựu chung, có hai cách tiếp cận cơ bản. Theo nghĩa hẹp, thì văn hóa là khái niệm chỉ các lĩnh vực hoặc sản phẩm tinh thần do con người sáng tạo ra, đó là các sản phẩm văn hóa nghệ thuật, khoa học, giáo dục, triết học, đạo đức... Văn hóa cùng vận động và phát triển với kinh tế, chính trị, xã hội. Từ điển Bách khoa định nghĩa văn hóa theo nghĩa rộng, đó là “toàn bộ những hoạt động sáng tạo và những giá trị của nhân dân một nước, một dân tộc về mặt sản xuất vật chất và tinh thần trong sự nghiệp dựng nước và giữ nước” [66, t.4, tr.798]. Nói cách khác, văn hóa “là hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động thực tiễn trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội của mình” [116, tr.27].

Theo UNESCO, “Văn hoá là tổng thể sống động các hoạt động sáng tạo (của các cá nhân và cộng đồng) trong quá khứ và hiện tại. Qua các thế kỷ hoạt động sáng tạo ấy đã hình thành nên hệ thống các giá trị, các truyền thống

và thị hiếu - những yếu tố xác định riêng của mỗi dân tộc” [109, tr.5]. Định nghĩa này cho thấy nguồn gốc và bản chất của văn hoá trên quan điểm biện chứng về mối quan hệ giữa con người với thế giới xung quanh.

Trong Từ điển tiếng Việt, văn hóa là “1. tổng thể nói chung những giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra trong quá trình lịch sử; 2. những hoạt động của con người nhằm thoả mãn nhu cầu đời sống tinh thần nói chung: sinh hoạt văn hoá văn nghệ. 3. tri thức, kiến thức khoa học; 4. trình độ cao trong sinh hoạt xã hội, biểu hiện của văn minh; 5. tổng thể nói chung những giá trị vật chất và tinh thần...” [96, tr.1406]. Từ điển Triết học định nghĩa: “Văn hoá là toàn bộ những giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra trong quá trình thực tiễn xã hội lịch sử và tiêu biểu cho trình độ đạt được trong lịch sử phát triển xã hội” [132, tr.1329-1330]. Các cách tiếp cận trên đều nhấn mạnh tính giá trị của văn hóa như một đặc trưng cơ bản.

Theo Hồ Chí Minh: “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 hóa” [86, t3, tr.458]. Văn hóa phải gắn bó chặt chẽ với đời sống: “Văn hóa xa đời sống, xa lao động là văn hóa suông” [86, t11, tr.558], cần phải “xây dựng một nền văn hóa Việt Nam có tính chất dân tộc, khoa học và đại chúng” [86, t7, tr.40].

Theo Đào Duy Anh, văn hóa “là chỉ chung tất cả các phương tiện sinh hoạt của loài người, cho nên ta có thể nói rằng văn hóa tức là sinh hoạt” [3, tr.11, 12]. Nhà khoa học Trần Ngọc Thêm khẳng định: “Văn hóa là hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động thực tiễn trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội của mình” [116, tr.27]. Theo Nguyễn Đăng Duy: “Văn hoá là hệ thống những giá trị chuẩn mực xã hội biểu hiện ra trong mọi

lối sống, nếp sống vật chất và tinh thần của một cộng đồng người hay một quốc gia” [30, tr.23-24]. Tác giả Trần Quốc Vượng cho rằng: “văn hoá là cái tự nhiên được biến đổi bởi bàn tay của con người” [143, tr.16]. Theo Hà Văn Tấn, “Văn hoá là hệ thống ứng xử của con người với thiên nhiên và xã hội, trong hoạt động sinh tồn và phát triển của mình.” [110, tr.151]. Tác giả Phạm Xuân Nam cho rằng: “Văn hóa là sự hiểu biết của con người, nó định hướng cho cách ứng xử và bao gồm những cái đúng, cái tốt, cái đẹp” [90, tr 21-22], nhấn mạnh văn hóa là nhân hóa, là sự phát triển của con người, tức là nhấn mạnh phẩm chất người, năng lực người của văn hóa.

Kế thừa các quan điểm trên, có thể hiểu: *Văn hoá là toàn bộ giá trị vật chất và tinh thần được con người sáng tạo, tích lũy trong quá trình thực tiễn, xã hội, lịch sử được vận hành và trao truyền trong đời sống xã hội từ thế hệ này sang thế hệ khác thông qua nguyên tắc kế thừa và giao lưu tiếp biến, trở thành chuẩn mực và thước đo trình độ phát triển, thành bản sắc dân tộc.* Văn hóa có tính hệ thống, tính giá trị, tính liên tục, tính nhân văn, tính thực tiễn, tính dân tộc. Các giá trị văn hóa vừa là hằng số, vừa luôn thay đổi và được bổ sung để phù hợp với thực tiễn đời sống xã hội luôn vận động, phát triển.

2.1.2. Xây dựng hình ảnh văn hóa quốc gia

Hình ảnh trong Từ điển Tiếng Việt được định nghĩa là “1. hình người, vật, cảnh tượng thu được bằng khí cụ quang học (như máy ảnh) hoặc để lại ấn tượng nhất định và tái hiện được trong trí nhớ: hình ảnh quê hương, hình ảnh mẹ lại hiện lên trong tâm trí. 2. khả năng gợi tả sinh động trong cách diễn đạt: lối diễn đạt có hình ảnh, dùng nhiều từ ngữ giàu hình ảnh” [99, tr.569]. Theo Từ điển Bách khoa Việt Nam, hình ảnh được định nghĩa từ nhiều góc độ: “1. Trong triết học, là kết quả của sự phản ánh khách thể, đối tượng vào ý thức của con người. Ở trình độ cảm tính, hình ảnh là những cảm giác, tri giác và biểu tượng; ở trình độ tư duy, đó là những khái niệm, phán đoán và suy luận. Về mặt nguồn gốc, hình ảnh là khách quan; về cách nhận thức (hình thức) tồn

tại, hình ảnh là chủ quan. Hình thức thể hiện vật chất của hình ảnh là các hành động thực tiễn, ngôn ngữ, các mô hình kí hiệu khác nhau. Hình thức đặc thù của hình ảnh là hình tượng nghệ thuật... 2. Trong nhiếp ảnh, là sản phẩm nhằm thoả mãn nhu cầu nhận thức sự vật bằng mắt. Hình ảnh gồm hai yếu tố cơ bản: hình dáng của vật thể và sắc độ của hình ảnh... 3. Trong mỹ thuật, là sự diễn tả hay tái hiện một vật, một người trong nghệ thuật tạo hình (hội hoạ, đồ hoạ, điêu khắc...). Hình ảnh trong nghệ thuật không phải là sự sao chụp thụ động về bên ngoài của mẫu thật, mà còn nhằm lột tả tinh thần của mẫu..." [66, t2, tr.297]. Trong Từ điển Triết học, hình ảnh là “ảnh, hình ảnh, hình tượng, thánh tượng, thể hiện khuôn mặt của đức Chúa Giêsu, đức mẹ Maria đồng trinh, đức Chúa trời và các vị Thánh khác” [132, tr.482].

Như vậy có thể hiểu hình ảnh là kết quả của sự phản ánh một cách khách quan của khách thể, đối tượng vào ý thức của con người, trở thành một loại hình ngôn ngữ mang tính biểu tượng, có khả năng dung chứa các thông tin về khách thể, đối tượng đã được con người lưu vào trí nhớ. Khi đã xuất hiện, hình ảnh có tính độc lập tương đối, giúp con người điều chỉnh hành vi cho phù hợp với hoàn cảnh. Vì thế khi nói đến HAVH, người ta thường hình dung thông tin văn hóa được phương tiện báo chí truyền thông mang đến cho công chúng và độc giả những thông số, sự nhận biết, những cứ liệu xác định về cuộc sống con người, sự kiện, sự việc đang diễn ra trong đời sống văn hóa dân tộc. Những thông tin đó được tái hiện bằng hình ảnh trong tác phẩm báo chí truyền thông. Sau quá trình nhận thức, hình ảnh trong trí nhớ của một cá nhân được hình thành, thể hiện cảm xúc tích cực hay tiêu cực của cá nhân đối với hình ảnh đó. Có thể hiểu: *Hình ảnh là những gì con người nhìn thấy được thông qua thị giác hoặc được tái hiện thông qua các phương tiện ngôn ngữ/ phi thị giác, để lại ấn tượng nhất định và tái hiện được trong trí nhớ một cách chân thực và sâu sắc, thể hiện cảm nhận bằng lý trí về đối tượng mà con người vừa thu nhận.*

Hình ảnh mà con người thấy được thông qua thị giác là hình ảnh cụ thể được thu nhận, phản ánh một cách trực tiếp như công trình kiến trúc, danh lam thắng cảnh mà chúng ta trực tiếp nhìn thấy, khắc sâu vào tâm trí, tái hiện trong trí nhớ, trở thành hình ảnh trực tiếp. Hình ảnh cũng được tái hiện thông qua các phương tiện ngôn ngữ/ phi thị giác từ các tác phẩm báo chí dưới dạng ngôn ngữ góp phần xây dựng HAVH mang tính biểu tượng. Do cách tiếp nhận khác nhau và các lĩnh vực cuộc sống đa dạng, nên hình ảnh mà con người thu nhận được có nhiều cách hiểu khác nhau, nhiều dạng thức thể hiện. Luận án này nghiên cứu HAVH trên cả hai phương diện, đó là hình ảnh trực tiếp và hình ảnh gián tiếp, được tái hiện. Khái niệm HAVH chưa xuất hiện nhưng lại có ý nghĩa lớn trong bối cảnh văn hóa trở thành sức mạnh mềm cho sự phát triển của quốc gia trong quá trình HNQT.

Hình ảnh văn hóa quốc gia

HAVH quốc gia là khái niệm khá mới mẻ. Trong phạm vi bao quát của NCS, khái niệm HAVH quốc gia chưa được đề cập, hoặc nếu đã được đề cập thì chỉ được nhắc đến một cách gián tiếp trong các khái niệm có liên quan như hình ảnh quốc gia, hình ảnh đất nước... Trong bài viết: “Tạo dựng hình ảnh đất nước con người”, tác giả Phạm Minh Sơn đã đưa ra khái niệm về “hình ảnh đất nước với nghĩa hẹp thể hiện ở những biểu hiện cụ thể của từng lĩnh vực; theo nghĩa rộng, đó là hình ảnh đặc trưng của quốc gia trên các lĩnh vực đó như kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội...” [108, tr.22]. Từ khái niệm trên, có thể hiểu HAVH quốc gia là một phương diện thể hiện hình ảnh quốc gia, đất nước.

Tác giả Nguyễn Thị Hồng Nam trong đề tài cấp Bộ tuy chưa bàn đến xây dựng HAVH Việt Nam, nhưng đã đề cập đến vấn đề tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Việt Nam khi cho rằng hình ảnh quốc gia được hình thành từ các yếu tố rất khác nhau, trong đó có HAVH thông qua biểu hiện của một cá nhân cụ thể - một chính trị gia hoặc một nhà hoạt động xã hội hoặc là chính đất nước đó. Đó cũng có thể là các lĩnh vực hoạt động của quốc gia: chính quyền,

quân đội, chính sách đối ngoại, chính sách đối nội và các vấn đề khác. Đề tài định nghĩa: “hình ảnh quốc gia là tập hợp các đặc điểm có liên quan với nhau được hình thành trong quá trình phát triển của hệ thống nhà nước, được thể hiện thông qua các khuynh hướng chính trị, kinh tế, xã hội, cộng đồng và các quá trình khác trong nước. Đây chính là uy thế, vị thế của quốc gia đang có hoặc sẽ có được trong nhận thức của cộng đồng thế giới” [91, tr. 37]. Kết quả nghiên cứu khẳng định: “Hình ảnh quốc gia là tập hợp các biểu tượng của uy tín quốc gia và sự thành công của nó trên trường quốc tế, là sự đánh giá của dư luận cộng đồng thế giới về quốc gia đó. Đặc biệt trong thời kỳ HNQT, tạo dựng hình ảnh quốc gia mang ý nghĩa chiến lược” [91, tr.8]. Nhóm nghiên cứu nhấn mạnh rằng “Khi xây dựng hình ảnh quốc gia, cần lưu ý có những yếu tố là bất di bất dịch là những sự kiện trong quá khứ và không thay đổi theo thời gian. Ví dụ như; tiềm năng tài nguyên thiên nhiên như đất đai, khoáng sản, di sản dân tộc và văn hoá và các tiềm năng khác về địa lý như vị trí, chiều dài đường biển, tổng diện tích lãnh thổ... Ngoài ra cũng phải kể đến các yếu tố khác như: tổ chức nhà nước và cơ cấu các cơ quan quản lý, các chính đảng, các vị anh hùng dân tộc” [91, tr. 40]. Như vậy, HAVH quốc gia được hiểu như là một phần của hình ảnh quốc gia, tạo nên hình ảnh quốc gia.

Tác giả Hoàng Tuấn Anh cho rằng “hình ảnh quốc gia là những hình ảnh liên tưởng của người nước ngoài về quốc gia đó về chính sách kinh tế, chính trị, đầu tư, đặc tính sản phẩm, bản sắc văn hóa, tính cách con người... của đất nước đó” [7, tr.56], vì thế phải có một chiến lược tạo dựng và quảng bá hình ảnh quốc gia với sự tham gia của cả cộng đồng. Tác giả Đinh Thị Thúy Hằng nhấn mạnh đến hình ảnh quốc gia và khẳng định: quảng bá hình ảnh Việt Nam cần phải có chiến lược và thỏa mãn được nhu cầu của công chúng mục tiêu và đảm bảo thể hiện được tính định vị (sự khác biệt) trong tâm trí của công chúng mục tiêu [61, tr.26]. Tác giả Lưu Trần Toàn định nghĩa hình ảnh quốc gia “là tổng hòa tất cả yếu tố của một quốc gia thể hiện

nhận thức, ấn tượng, tình cảm của công chúng quốc tế dựa trên quá trình học hỏi, thông tin, trải nghiệm mà họ có được về quốc gia đó” [133, tr.53].

Trong luận án này, NCS tham khảo những nghiên cứu về quảng bá hình ảnh quốc gia, tạo dựng thương hiệu quốc gia... để chắt lọc những nét tương đồng về nội hàm nhằm tìm ra khái niệm HAVH, phục vụ cho vấn đề nghiên cứu xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Tiếp cận dưới góc độ triết học văn hóa, NCS hiểu: *HAVH quốc gia là một tập hợp giá trị phản ánh diện mạo, cấu trúc, bản chất của một nền văn hóa với ấn tượng nhất định, tái hiện trong trí nhớ của con người một cách trực tiếp hoặc bằng giác quan và lý trí thông qua biểu tượng văn hóa, được thể hiện qua các hình thức biểu hiện xác định.*

Đó là hình ảnh đẹp về đặc trưng văn hóa, mang trong mình các giá trị văn hóa cốt lõi của một dân tộc, khắc sâu trong tâm khảm công chúng, thể hiện nhận thức, ấn tượng, tình cảm của công chúng (trong đó có công chúng quốc tế) dựa trên quá trình học hỏi, tìm tòi, trải nghiệm mà họ có được về văn hóa của quốc gia đó đặc biệt là biểu tượng và hoạt động văn hóa.

Trong tiếng Anh, từ xây dựng là “Construction” được hiểu là một quy trình thiết kế và thi công để tạo nên các công trình phục vụ nhu cầu con người. Đây cũng là cách hiểu của nhiều người ở Việt Nam khi cho rằng nói đến xây dựng là nói đến khái niệm gắn liền với công trình kiến trúc như công trình nhà ở, công trình cơ sở hạ tầng và công trình công nghiệp. Tuy nhiên, từ xây dựng theo Từ điển Tiếng Việt có nhiều nghĩa: “1. Làm nên công trình kiến trúc theo một kế hoạch nhất định: xây dựng nhà cửa; vật liệu xây dựng. 2. Làm cho hình thành một chỉnh thể về xã hội, kinh tế, chính trị, văn hóa theo một phương hướng nhất định: xây dựng cơ đồ, xây dựng đất nước. 3. Tạo ra, sáng tạo ra cái có giá trị tinh thần, có ý nghĩa trừu tượng: xây dựng đề cương, xây dựng những ước mơ” [99, tr.1549]. Xây dựng cũng có thể hiểu là thái độ, ý kiến có tinh thần đóng góp, làm tốt hơn: ý kiến xây dựng, thái độ xây dựng.

Như vậy, thuật ngữ này được hiểu theo nhiều cách. Nếu hiểu với nghĩa động từ trực tiếp, thì đó là (1) làm nên một công trình kiến trúc hoặc (2) hình thành một chỉnh thể theo một phương hướng nhất định. Nếu hiểu theo nghĩa trừu tượng, thì đó là (3) hoạt động tạo ra cái có giá trị tinh thần, mang ý nghĩa biểu tượng, như là xây dựng đất nước, xây dựng nền văn hóa. Nếu hiểu theo nghĩa là một tính từ, thì đó là (4) cách thể hiện thái độ chân thành, tích cực với mục đích làm cho tốt đẹp hơn. Trong luận án này, có thể hiểu xây dựng theo nghĩa thứ ba, đó là hoạt động sáng tạo đặc biệt nhằm tạo ra những giá trị tinh thần thông qua những hình thức mang tính biểu tượng chứa đựng nội dung cụ thể, có ý nghĩa tích cực.

Tiếp cận dưới góc độ triết học văn hóa, NCS hiểu: *Xây dựng HAVH quốc gia là kiến tạo, định hình, tạo ra một tập hợp giá trị phản ánh diện mạo, cấu trúc, bản chất của một nền văn hóa với ấn tượng nhất định, tái hiện trong trí nhớ của con người một cách trực tiếp hoặc bằng giác quan và lý trí thông qua biểu tượng văn hóa, được thể hiện qua các hình thức biểu hiện xác định.*

2.1.3. Hình ảnh văn hóa Việt Nam và xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Hình ảnh văn hóa Việt Nam

HAVH Việt Nam mang những nét đặc trưng, tiêu biểu bởi Việt Nam có nền văn hóa vô cùng độc đáo, mang tính cộng đồng sâu sắc, thống nhất trong đa dạng. Việt Nam có 54 tộc người cùng chung sống trong một quốc gia có chủ quyền, các tộc người gắn bó với nhau bởi những yếu tố tạo nên một dân tộc như cùng chung lãnh thổ, chung đời sống văn hóa... Tác giả Lưu Trần Toàn đã khẳng định: “hình ảnh Việt Nam là tổng hòa tất cả yếu tố của Việt Nam thể hiện nhận thức, ấn tượng, tình cảm của công chúng quốc tế dựa trên quá trình học hỏi, thông tin, trải nghiệm mà họ có được về Việt Nam” [134, tr.54]. Đó là hình ảnh về một Việt Nam “có nền văn hóa đa dạng vào bậc nhất trên thế giới. Đây chính là một trong những lợi thế của sức mạnh mềm Việt

Nam trong kỷ nguyên hội nhập” [78, tr.166]. Nhà nghiên cứu Lê Thanh Bình khẳng định: “ngoại giao văn hóa đã và đang tích cực góp phần thay thế hình ảnh một Việt Nam thời kỳ nghèo đói, lạc hậu do chiến tranh tàn phá bằng hình ảnh một đất nước cất cánh phát triển, hội nhập vững chắc, có nhiều đóng góp cho khu vực và quốc tế. Việt Nam đẩy mạnh quá trình hội nhập những vẫn giữ được nhiều giá trị văn hóa truyền thống, cởi mở, thân thiện, thủy chung với bạn bè, tôn trọng đối tác, trách nhiệm với công việc chung của cộng đồng quốc tế...” [21, tr.114]. Đây là hình ảnh Việt Nam trong quá trình HNQT, một Việt Nam “đẻo dai, linh hoạt, khả năng ứng biến với bối cảnh bất cân xứng về lực lượng, nhanh chóng thích ứng với hoàn cảnh của dân tộc ta” [17, tr.74], có nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc.

Từ những gợi ý trên, trong luận án này, NCS có thể hiểu: *HAVH Việt Nam là một tập hợp giá trị phản ánh diện mạo, cấu trúc, bản chất của nền văn hóa Việt Nam với ấn tượng nhất định, tái hiện trong trí nhớ của con người một cách trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua biểu tượng văn hóa, được thể hiện qua các hình thức xác định.*

Việt Nam có một nền văn hóa phong phú và đa dạng được tạo thành từ những phong tục lâu đời, thể hiện tư duy sáng tạo của người Việt Nam cùng với phương thức tiếp nhận những giá trị văn hóa trong quan hệ giao lưu với các nền văn hóa khác, từ hệ thống lễ hội dân gian đậm tính cộng đồng, từ sự tinh tế trong giao tiếp ứng xử, sự huyền bí và hấp dẫn của văn học, nghệ thuật... Chính từ sự khác biệt về cấu trúc địa hình, khí hậu và phân bố dân tộc, người dân Việt Nam đã tạo ra những vùng văn hoá độc đáo, đa dạng mà thống nhất. Từ phương thức sản xuất đó, mà HAVH Việt Nam luôn gắn liền với ruộng lúa, với mái nhà tranh, với đàn trâu và trẻ mục đồng đi trong tiếng sáo, với những biểu tượng gần gũi và thân thương, gắn bó sâu đậm với mỗi người dân Việt Nam. HAVH Việt Nam là các di sản văn hóa, là làng quê yên bình sau lũy tre xanh, là những mái đình rêu phong, những ngôi chùa tĩnh mịch, là

mái chèo đong đưa trên những dòng sông, là câu hò điệu ví dều dặt say nồng... Đó là những hình ảnh đã gắn bó bền chặt trong trí não, trong con tim của những người con đất Việt.

HAVH Việt Nam là bãi mía nương dâu, chiếc nón bài thơ, tà áo dài duyên dáng và cả những tượng đài lịch sử của tinh thần đấu tranh kiên cường, bất khuất. Đó là trống đồng Đông Sơn, là kỳ quan thiên nhiên, là hệ thống di sản văn hóa đã được thế giới công nhận vì những giá trị đặc biệt, chứng minh trí tuệ và sáng tạo tài hoa của con người. HAVH Việt Nam còn là con người Việt Nam thân thiện, yêu nước nồng nàn, giàu lòng nhân ái, đoàn kết, hiếu học, cần cù, sáng tạo, anh hùng. Những phẩm chất đó đã tạo nên hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam, tạo nên cốt lõi của bản sắc văn hóa, sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam. Đó cũng là hình ảnh nền văn hóa của đất nước thanh bình, hiếu khách, vừa đậm đà bản sắc, vừa hiện đại, tràn đầy sức sống.

Xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Tiếp cận từ góc độ triết học văn hóa, NCS đưa cách hiểu sau: *Xây dựng HAVH Việt Nam là toàn bộ các hoạt động sáng tạo của chủ thể tác động vào thực tiễn nhằm tạo ra những giá trị văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc thông qua hình thức mang tính biểu tượng, chứa đựng nội dung cụ thể, có ý nghĩa tích cực, thúc đẩy sự phát triển ổn định và bền vững của đất nước theo định hướng của Đảng.* Xây dựng HAVH Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, để văn hoá thực sự là động lực thực hiện khát vọng phát triển đất nước là quan điểm chỉ đạo của Đảng ta, là nhu cầu của chính nhân dân. Để phát huy các giá trị văn hóa Việt Nam, rất cần xây dựng HAVH Việt Nam, nhất là trong bối cảnh HNQT hiện nay. Vấn đề là phải xác định rõ nội dung xây dựng HAVH Việt Nam là gì, xây dựng HAVH Việt Nam bằng cách nào, tức là xác định phương thức xây dựng HAVH Việt Nam, bối cảnh tác động đến xây dựng HAVH Việt Nam... Có như vậy, mới có thể xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT, quảng bá cho thế giới về một Việt Nam thân thiện, cởi mở, năng động và sáng tạo.

2.1.4. Mối quan hệ giữa hội nhập quốc tế và xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

****Hội nhập quốc tế***

HNQT là quá trình phát triển tất yếu của xã hội, sự ra đời và phát triển của công nghệ thông tin, của kinh tế thị trường chính là động lực thúc đẩy quá trình HNQT của các quốc gia và vùng lãnh thổ. Ban đầu, HNQT ra đời từ khoảng giữa thế kỷ XIX, trong lòng châu Âu, gắn liền với việc xây dựng Cộng đồng châu Âu. Nhưng hiện nay, HNQT đã trở thành một xu thế tất yếu của thế giới, có tác động sâu rộng và mạnh mẽ đến thế giới và từng quốc gia. Về bản chất, hội nhập quốc tế chính là một hình thức phát triển cao của hợp tác quốc tế nhằm đạt được một mục tiêu hoặc lợi ích chung nào đó. Vì thế, Việt Nam không thể đứng ngoài dòng chảy lịch sử mà phải chủ động HNQT để tranh thủ sự ủng hộ của thế giới, khai thác thế mạnh của khoa học và kỹ thuật, của công nghệ thông tin để phát triển đất nước ổn định và bền vững theo định hướng của Đảng.

HNQT là quá trình các quốc gia xích lại gần nhau để cùng hợp tác trên cơ sở chia sẻ lợi ích, mục tiêu, giá trị và nguồn lực, tuân thủ quy định chung trong khuôn khổ các định chế hoặc tổ chức quốc tế. Trong quá trình HNQT, vấn đề HNQT trong lĩnh vực văn hóa cần đặc biệt lưu tâm vì chính vai trò quan trọng và tính chất nhạy cảm của văn hóa. HNQT tạo điều kiện để người dân mỗi nước được thụ hưởng tốt hơn các giá trị văn hóa của nhân loại trên tất cả các lĩnh vực của đời sống, nhưng cũng tạo ra nhiều thách thức mà mỗi nền văn hóa phải vượt qua.

****Xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế***

Xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là toàn bộ các hoạt động sáng tạo của chủ thể nhằm tạo ra những giá trị văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc thông qua hình thức mang tính biểu tượng, chứa đựng nội dung cụ

thể, có ý nghĩa tích cực, thúc đẩy sự phát triển ổn định và bền vững của đất nước trong quá trình HNQT theo định hướng của Đảng.

Nói cách khác, đó là các hoạt động làm cho cộng đồng thế giới, người Việt Nam ở trong nước và nước ngoài hiểu đúng, hiểu rõ và đầy đủ về Việt Nam, nhằm tạo những ấn tượng, tình cảm tốt đẹp về đất nước và con người Việt Nam trong bối cảnh HNQT vừa hợp tác vừa cạnh tranh trên toàn cầu, trong điều kiện vừa thuận lợi vừa khó khăn như hiện nay. Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng đã khẳng định: “Với văn hóa, không có sự cao thấp, chỉ có sự đa dạng. Sức mạnh mềm của Việt Nam được thể hiện trước hết ở sức hấp dẫn, tỏa ra từ các giá trị văn hóa bao gồm các giá trị vật thể và phi vật thể, giá trị tinh thần và giá trị con người Việt Nam. Chúng ta phải phát huy được những giá trị đó để tạo nên “thương hiệu” cho quốc gia, có sức thu hút thế giới bên ngoài, góp phần nâng cao tinh thần tự tôn dân tộc, sự tự tin trong giao tiếp và quảng bá rộng rãi giá trị văn hóa của Việt Nam ra thế giới” [136].

Ngày 24/11/2021, tại Hội nghị Văn hóa toàn quốc diễn ra ở Hà Nội, Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng đã khẳng định: “dù theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp thì khi đã nói đến văn hóa là nói đến những gì là tinh hoa, tinh túy nhất, được chưng cất, kết tinh, hun đúc thành những giá trị tốt đẹp, cao thượng, đặc sắc nhất, rất nhân văn, nhân ái, nhân nghĩa, nhân tình, tiến bộ...” [135, tr.155]. Tổng Bí thư chỉ đạo: “Trọng tâm xây dựng và phát triển văn hóa là xây dựng con người có nhân cách và xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh; chú trọng mối quan hệ giữa văn hóa và chính trị, văn hóa và kinh tế; xây dựng văn hóa trong Đảng và trong hệ thống chính trị; xây dựng văn hóa công chức, văn hóa công vụ, đặc biệt là đạo đức công vụ, chú trọng sự nêu gương của cán bộ, đảng viên.” [136, tr.161]. Như vậy, mục đích xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là để thế giới hiểu thêm về một Việt Nam có nền văn hóa đậm đà bản sắc nhưng cũng rất tiên tiến,

hiện đại cả về nội dung và hình thức thể hiện, để Việt Nam khẳng định vị thế của mình trong quá trình HNQT.

** Mọi quan hệ giữa xây dựng hình ảnh văn hóa và quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam*

Nói đến xây dựng HAVH Việt Nam và quá trình HNQT hiện nay là nói đến mối quan hệ tương tác, biện chứng và quyết định lẫn nhau của hai thành tố này. Bởi vì trong thực tiễn, Việt Nam đang ngày càng “Chủ động và tích cực hội nhập quốc tế, giải quyết tốt mối quan hệ giữa độc lập, tự chủ và hội nhập quốc tế; thúc đẩy hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng, linh hoạt, hiệu quả vì lợi ích quốc gia - dân tộc” như tinh thần chỉ đạo của Đảng trong Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XIII [41, t.1, tr.164]. Chính quá trình HNQT đặt ra yêu cầu phải xây dựng HAVH quốc gia, vì nếu không xây dựng được thì quốc gia không giữ được độc lập, tự chủ. Khi văn hóa không còn, mọi thứ sẽ mất hết bởi văn hóa là thứ duy nhất còn lại sau khi mọi thứ đã mất đi, khi đó chúng ta sẽ bị lệ thuộc, trở thành một phần mờ nhạt của thế giới. Vì thế xây dựng HAVH Việt Nam là để Việt Nam tăng cường vị thế, chủ động và tích cực HNQT nhằm thúc đẩy sự phát triển bền vững đất nước. Ngược lại, càng hội nhập sâu, chúng ta càng có điều kiện để xây dựng HAVH Việt Nam vừa tiên tiến, vừa đậm đà bản sắc; khẳng định và củng cố những giá trị trường tồn của văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT. Từ đó, HNQT mở rộng môi trường cho văn hoá Việt Nam phát triển mạnh mẽ hơn, giúp chúng ta phát huy hơn nữa sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam.

HAVH Việt Nam sẽ giúp định vị sâu sắc hơn hình ảnh đất nước, tạo ra sự hiểu biết cho cộng đồng quốc tế, tăng cường thiện cảm trong giao lưu văn hóa, giúp HAVH Việt Nam đọng lại trong tâm trí cộng đồng quốc tế, có sức thu hút độc giả. Văn hóa Việt Nam được nhận thức đầy đủ hơn, được tin tưởng và trân trọng hơn. Việt Nam trở thành đối tác tin cậy, thành địa chỉ tổ

chức các sự kiện chính trị- xã hội mang tầm quốc tế. Ví dụ: năm 2000, lần đầu tiên ngày Đại lễ Vesak được tổ chức tại trụ sở Liên Hợp Quốc ở Mỹ. Từ đó, sự kiện văn hóa đặc biệt này được luân phiên tổ chức ở các nước. Việt Nam đã vinh dự đăng cai tổ chức Vesak năm 2008, 2014 và 2019, khẳng định hình ảnh Việt Nam đã thực sự lan tỏa sự yêu mến và tin tưởng của cộng đồng quốc tế. Hội nghị Thượng đỉnh Mỹ - Triều diễn ra tại Hà Nội vào tháng 2/2019, các thông tin xung quanh cuộc gặp gỡ giữa Tổng thống Donald Trump và Kim Jong Un ở Việt Nam đã khiến Việt Nam trở thành tâm điểm của thế giới. Qua đó quảng bá đến thế giới hình ảnh một Việt Nam yên bình, mến khách, chuyên nghiệp và hiện đại trong văn hóa ngoại giao đã được định vị trong trí nhớ của nhân loại, làm thay đổi nhận thức, thái độ của cộng đồng quốc tế. Mặt khác, nhờ HNQT mà văn hóa Việt Nam có thêm cơ hội để quảng bá, để tiếp nhận nhiều giá trị văn hóa mới của nhân loại và biến đổi, sáng tạo cho phù hợp với đặc trưng văn hóa của dân tộc mình, để chủ động hội nhập mà không bị hòa tan. Bên cạnh đó, qua hoạt động quảng bá văn hóa những sản phẩm, mặt hàng thương mại, các nông sản... của Việt Nam cũng được sự tin tưởng, ủng hộ của bạn bè quốc tế.

Như vậy, xây dựng HAVH Việt Nam và quá trình HNQT hiện nay là hai mặt có quan hệ biện chứng, thúc đẩy và quyết định lẫn nhau, nội dung này là điều kiện, là tiền đề cho nội dung kia, thúc đẩy nhau cùng phát triển. Những tác động đa chiều, khó đoán của bối cảnh xã hội cũng như sự “va chạm” giữa văn hóa Việt Nam với các nền văn hóa thế giới khiến cho việc xây dựng HAVH Việt Nam và quá trình HNQT phụ thuộc và quy định lẫn nhau: muốn chủ động HNQT hiệu quả, nhất thiết phải xây dựng thành công HAVH Việt Nam, sử dụng văn hóa như nguồn lực nội sinh để Việt Nam chủ động HNQT mà vẫn giữ vững bản sắc độc đáo.

2.2. Các yếu tố cơ bản của xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

2.2.1. Chủ thể xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Thứ nhất là chủ thể lãnh đạo, quản lý

Chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam trước hết là Đảng và Nhà nước. Đảng lãnh đạo, Nhà nước quản lý mọi lĩnh vực cuộc sống nên Đảng cũng lãnh đạo, Nhà nước cũng quản lý các hoạt động của lĩnh vực văn hóa, trong đó có hoạt động xây dựng HAVH Việt Nam. Đảng và Nhà nước là chủ thể lãnh đạo, quản lý xây dựng HAVH Việt Nam bằng cách kiến tạo đường lối, quan điểm; định hướng cho các hoạt động xây dựng HAVH Việt Nam bằng văn bản pháp luật. Quản lý văn hóa được hiểu là “sự tác động chủ quan bằng nhiều hình thức, phương pháp của chủ thể quản lý (các cơ quan đảng, nhà nước, đoàn thể, các cơ cấu dân sự, các cá nhân được trao quyền và trách nhiệm quản lý) đối với khách thể (là mọi thành tố tham gia và làm nên đời sống văn hóa) nhằm đạt được mục tiêu mong muốn (bảo đảm văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, nâng cao vị thế quốc gia, cải thiện chất lượng sống của người dân...)”[50, tr.26]. Chủ thể quản lý nhà nước về văn hóa cũng chính là chủ thể quản lý, kiến tạo môi trường xây dựng HAVH Việt Nam.

Theo quy định của Luật Di sản văn hóa số 10/VBHN- VPQH ngày 23/7/2013, Điều 55, chương 5, cơ quan quản lý văn hóa là Chính phủ. Chính phủ ban hành văn bản pháp luật, huy động các nguồn lực, đóng vai trò là chủ thể lãnh đạo, chỉ đạo, quản lý xây dựng HAVH Việt Nam.

Thứ hai là chủ thể thực thi xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Một là, các cơ quan, ban, ngành liên quan đến hoạt động truyền thông, các cơ quan báo chí đối ngoại, cơ quan trực tiếp thực hiện nhiệm vụ xây dựng HAVH Việt Nam, quảng bá hình ảnh đó qua các phương tiện truyền thông đại chúng. Trong Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020 mang số 208/QĐ-TTg ngày 14/2/2011, các chủ thể thực hiện xây dựng HAVH Việt Nam chính

là Bộ Ngoại giao; Bộ VH, TT&DL, Bộ TT& TT; 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 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, gửi báo cáo hoạt động ngoại giao văn hóa hàng năm về Bộ Ngoại giao để tổng hợp trình Chính phủ.

Hai là, đội ngũ cán bộ làm công tác văn hóa, đội ngũ văn nghệ sĩ cũng chính là chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam thông qua các hoạt động quản lý, sáng tạo văn hóa một cách có ý thức, có chủ đích của mình. Đề án Văn hóa công vụ số 1847/QĐ-TTg ngày 27/12/2018 xác định rõ: “Nâng cao văn hóa công vụ, góp phần hình thành phong cách ứng xử, lề lối làm việc chuẩn mực của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức; đảm bảo tính chuyên nghiệp, trách nhiệm, năng động, minh bạch, hiệu quả trong hoạt động thực thi nhiệm vụ, công vụ; đáp ứng yêu cầu phục vụ Nhân dân, xã hội” [26], đảm bảo kế thừa, phát huy các giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc, đồng thời đáp ứng các yêu cầu của quá trình HNQT.

Ba là, nhân dân là chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam, vì vai trò của nhân dân trong xây dựng HAVH Việt Nam rất quan trọng, vì đặc trưng của văn hóa Việt Nam là văn hóa của “đất nước Nhân dân, đất nước của Nhân dân, đất nước của ca dao, thần thoại” như lời thơ của tác giả Nguyễn Khoa Điềm. Nhân dân vừa là chủ thể sáng tạo, trao truyền, vừa là đối tượng thụ hưởng hiệu quả xây dựng HAVH Việt Nam. Như vậy, người dân Việt Nam cũng là chủ thể thực hiện xây dựng HAVH Việt Nam, thông qua việc giữ gìn, phát huy các giá trị văn hóa của dân tộc, thông qua cách thức tiếp nhận các giá trị văn hóa ngoại sinh, thông qua hoạt động ngoại giao nhân dân, bởi vì xây dựng văn hóa là sự nghiệp của toàn dân.

Các chủ thể thực thi xây dựng HAVH Việt Nam là những người kiến tạo giá trị văn hóa, cốt lõi của HAVH.

2.2.2. Nội dung xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Như đã xác định, văn hóa là toàn bộ những giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra thông qua hoạt động thực tiễn, mang giá trị đặc trưng, được trao truyền như là biểu tượng mang tính thiêng của dân tộc. Đời sống văn hóa kiến tạo ra giá trị, giá trị đó thể hiện qua biểu tượng văn hóa. Xây dựng HAVH Việt Nam có thể được xác định bởi những nội dung sau:

Thứ nhất, xây dựng hình ảnh đời sống văn hóa

Cụm từ đời sống văn hóa được sử dụng từ khi Chủ tịch Hồ Chí Minh viết bài *Đời sống mới* với bút danh Tân Sinh, công bố năm 1947, với nội dung kêu gọi toàn dân xây dựng đời sống văn hoá, chống giặc đói, giặc dốt, giặc ngoại xâm, xây dựng đạo đức cách mạng và sửa đổi nề nếp sinh hoạt trong đời sống để tăng tính chất khoa học, dân tộc và đại chúng cho văn hóa như Đề cương văn hóa Việt Nam đã xác định. Theo Từ điển Tiếng Việt, đời sống là “toàn bộ nói chung những hoạt động trong một lĩnh vực nào đó của con người, của xã hội: đời sống văn hóa, đời sống tinh thần”[98, tr.458]. Như vậy, có thể hiểu *đời sống văn hóa là bộ phận quan trọng cấu thành nên đời sống của một xã hội, phản ánh trình độ phát triển của một quốc gia, dân tộc gắn với tiến trình lịch sử, chỉ những hoạt động trong lĩnh vực văn hóa, đáp ứng các nhu cầu vật chất và tinh thần của con người*. Muốn cho các sản phẩm văn hoá được sáng tạo và vận hành trong xã hội, phải có ba yếu tố: sản phẩm văn hoá, thể chế văn hoá, các dạng hoạt động văn hoá của chủ thể sáng tạo văn hoá. Ba yếu tố đó tạo thành cấu trúc của đời sống văn hoá.

Xây dựng và phát triển đời sống văn hóa là thúc đẩy sự nghiệp xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, là góp phần phát triển đất nước trong HNQT. Đó là chiến lược trong sự nghiệp xây dựng văn hóa và con người thời kỳ mới, làm cho văn hóa gắn bó với đời sống xã hội, hình thành lối sống, chuẩn mực đạo đức, tạo môi trường văn hoá lành mạnh, góp phần xây dựng HAVH Việt Nam trong HNQT. Chủ thể hoạt động văn hóa trong đời

sống văn hóa chính là người dân, họ tự giác tham gia vào các hoạt động văn hóa, sáng tạo, lưu giữ, quảng bá và tiêu dùng các giá trị văn hóa. Thông qua những hoạt động này, giá trị văn hóa sẽ được sản sinh và HAVH sẽ được lan tỏa trong đời sống. Nhưng việc xây dựng đời sống văn hóa phải đặt dưới sự lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước để người dân không tự phát trong các hoạt động của mình, để đời sống văn hóa được xây dựng đúng định hướng của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước.

Đề án Văn hóa công vụ số 1847/QĐ-TTg ngày 27/12/2018 của Chính phủ cho thấy xây dựng văn hóa công vụ là góp phần xây dựng đời sống văn hóa. Đó là xây dựng tinh thần, thái độ làm việc của cán bộ, công chức, viên chức; xây dựng chuẩn mực giao tiếp, ứng xử của cán bộ, công chức, viên chức; chuẩn mực về đạo đức, lối sống để góp phần xây dựng nền hành chính chuyên nghiệp, trách nhiệm, minh bạch, hiệu quả, vì Nhân dân phục vụ. Hoặc là Chương trình thực hiện Phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa” giai đoạn 2021 – 2026 số 2214/QĐ-TTg ngày 28/12/2021 xác định rõ nội dung xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh ở gia đình, nhà trường, cộng đồng dân cư, trong các công sở... Xây dựng môi trường văn hóa trên không gian mạng. Xây dựng gia đình no ấm, tiến bộ, hạnh phúc. Xây dựng văn hóa học đường, giáo dục lối sống văn hóa, hoàn thiện nhân cách con người trong thời đại mới... [26].

Thứ hai, xây dựng hệ giá trị văn hóa

Giá trị là phần cốt lõi của văn hóa, nằm ngay trong bản thân các sản phẩm văn hóa, tồn tại khách quan và khi được con người nhận thức ra ý nghĩa của nó, giá trị mới hiện hữu. Từ điển Triết học định nghĩa giá trị là “những định nghĩa về mặt xã hội của các khách thể trong thế giới chung quanh, nhằm nêu bật tác dụng tích cực hoặc tiêu cực của các khách thể ấy đối với con người và xã hội...” [132, tr.418]. Nói cách khác, giá trị là “hệ thống những đánh giá mang tính chủ quan của con người về bất cứ một hiện tượng tự

nhiên, xã hội và tư duy theo hướng những cái đó là cần, là tốt, là hay, là đẹp... đó chính là những cái được con người cho là chân, thiện, mỹ giúp khẳng định và nâng cao bản chất người. Một khi những nhận thức giá trị ấy đã hình thành và định hình thì nó chi phối cách suy nghĩ, niềm tin, hành vi, tình cảm của con người” [132, tr.25]. Giá trị là một phạm trù mang tính nhân văn rất rõ vì chỉ ở con người xã hội mới có giá trị. Trong quá trình phát triển và “tự vượt lên mình giữa con người với ngoại giới, giữa con người với con người, trong xã hội xuất hiện các giá trị” (70, tr. 84). Nói cách khác, “giá trị là phạm trù dùng để chỉ cái có ý nghĩa, cái có lợi, cái thỏa mãn nhu cầu tồn tại và phát triển của con người trên cơ sở mối quan hệ giữa con người với thế giới và con người với con người. Giá trị là kết quả của sự sáng tạo vô tận của con người. Do đó, tính sáng tạo là một thuộc tính cơ bản của giá trị. Giá trị có thể là một sự vật, một thuộc tính, một phẩm chất, một trạng thái, một chuẩn mực, một tư tưởng. Giá trị chỉ ra đời trong xã hội loài người, là một “phạm trù người”. [88, tr.8].

Theo đó giá trị văn hóa “là yếu tố cốt lõi của văn hóa, nó được sáng tạo và kết tinh trong quá trình lịch sử của mỗi cộng đồng, tương ứng với môi trường tự nhiên và xã hội nhất định. Giá trị văn hóa hướng đến thỏa mãn những nhu cầu và khát vọng của cộng đồng về những điều tốt đẹp (chân, thiện, mỹ), từ đó bồi đắp và nâng cao bản chất Người. Giá trị văn hóa luôn ẩn tàng trong bản sắc văn hóa, di sản văn hóa, biểu tượng, chuẩn mực văn hóa. Chính vì vậy mà văn hóa thông qua hệ giá trị của nó góp phần điều tiết sự phát triển xã hội” [122, tr.22-23]. Từ điển Bách khoa Văn hóa học định nghĩa: “Giá trị văn hóa là hệ thống những đối tượng (khách thể), trạng thái, nhu cầu, mục đích thiết thân đối với con người, trên cơ sở những thứ đó cuộc sống con người cũng như mối quan hệ giữa con người với thế giới xung quanh được điều hòa” [1, tr.166]. Đó là hiểu theo nghĩa rộng, còn hiểu theo nghĩa hẹp, giá trị văn hóa là “toàn thể những thành tựu văn hóa, những tác phẩm giá trị nhất về văn học, nghệ thuật, về đạo đức, những phát minh, sáng chế có ý nghĩa

nhất, những công trình kiến trúc xuất sắc nhất..” [1, tr.167]. Giá trị văn hóa “phản ánh năng lực sáng tạo vươn tới các giá trị nhân văn của con người trong hoạt động thực tiễn xã hội. Giá trị văn hóa bao gồm tổng thể các giá trị văn hóa vật chất và giá trị văn hóa tinh thần”, theo đó “giá trị văn hóa là đơn vị cơ bản của nền văn hóa. Nếu nó được lưu truyền, kế thừa và phát huy ở các thế hệ sau thì sẽ tạo nên truyền thống văn hóa “[17, tr.277].

Cùng với sự thay đổi của đất nước từ khi đổi mới, giá trị văn hóa Việt Nam cũng có những biến đổi, tuy nhiên các giá trị cốt lõi như yêu nước, nhân ái, nghĩa tình, đoàn kết... đã được định hình và phát triển trong lịch sử văn hóa Việt Nam đã tập hợp thành hệ giá trị theo nguyên tắc nhất định. “Hệ giá trị văn hóa phản ánh và thể hiện một cách sống động toàn bộ cuộc sống con người trong suốt quá trình lịch sử. Văn hóa tạo nên một hệ thống các giá trị truyền thống bao gồm thẩm mỹ và lối sống, từ đó từng dân tộc xây dựng nên bản sắc riêng của mình” [17, tr.278]. Hệ giá trị văn hóa “được hiểu là hệ thống các giá trị vật thể và phi vật thể cốt lõi, được kết tinh từ các mối quan hệ xã hội của con người, mỗi tộc người được hình thành do quá trình cư trú, hoạt động của họ tác động vào thế giới tự nhiên cụ thể mà tạo ra, nhằm thỏa mãn các nhu cầu sống, nhu cầu tồn tại và phát triển của mình”, đó là “các loại hình văn hóa gắn với tập quán cư trú, kiến trúc nhà ở, làng bản gắn với môi trường, các tri thức dân gian về môi trường và tài nguyên; các luật tục quy định các nếp sống của cộng đồng; dân ca, dân vũ; hoạt động kinh tế của mỗi tộc người, của các cộng đồng tộc người với những mức độ khác nhau trong quá trình nông thôn hóa, đô thị hóa... Các yếu tố của các loại hình văn hóa trên biểu hiện rất đa dạng, phong phú, giàu bản sắc và là tài sản, là nguồn vốn hữu hình và vô hình của cộng đồng, dân tộc và địa phương, đây chính là nguồn tài nguyên cho phát triển” [13, tr.60]. Trong bối cảnh HNQT, “nền văn hóa dân tộc phải khẳng định vị thế của mình trong giao lưu, tiếp xúc, đối thoại giữa các nền văn hóa trên thế giới...Trong khi phải chủ động thích ứng với

yêu cầu HNQT, đồng thời nền văn hóa dân tộc phải bảo vệ và phát huy các giá trị đạo đức, tinh thần tốt đẹp và bền vững của dân tộc Việt Nam trong những điều kiện và đặc điểm mới” [13, tr.64 -65].

Như vậy, có thể hiểu hệ giá trị văn hóa là *thuật ngữ dùng để chỉ một tập hợp các giá trị văn hóa mang đậm bản sắc dân tộc và nhân loại, các giá trị đó được kết tinh từ các mối quan hệ xã hội và được tạo ra thông qua hoạt động sáng tạo của con người, nhằm thỏa mãn các nhu cầu tồn tại và phát triển của chính con người trong thực tiễn.*

Xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay tiếp cận từ góc độ triết học đặc biệt chú trọng nội dung này, bởi hệ giá trị văn hóa là cốt lõi của HAVH.

Thứ ba, xây dựng các biểu tượng văn hóa

Theo Từ điển Triết học, biểu tượng là “hình ảnh trực quan, cảm tính, khái quát về các sự vật và hiện tượng của hiện thực, được giữ lại và tái tạo lại trong ý thức và không có sự tác động trực tiếp của bản thân các sự vật và các hiện tượng đến giác quan” [132, tr.86]. Từ điển Bách khoa Việt Nam định nghĩa biểu tượng là “hình ảnh của sự vật lưu lại trong óc khi sự vật không còn tác động đến các giác quan nữa; hình thức cao nhất của sự phản ánh trực quan – cảm tính xuất hiện trên cơ sở tri giác. Khác với tri giác, biểu tượng không còn phản ánh rời rạc các thuộc tính của sự vật: sự vật được phản ánh dưới hình thức biểu tượng có tính chỉnh thể. Biểu tượng là hình ảnh về vật trong đầu óc, ý thức, tư duy con người. Những biểu tượng của con người, khác với ở động vật, thường được bọc bằng một lớp vỏ ngôn ngữ và chứa nhiều yếu tố của sự phản ánh khái quát. Biểu tượng là khâu trung gian giữa giai đoạn nhận thức cảm tính và giai đoạn nhận thức lý tính” [66, t.1, tr.290]. Còn theo Từ điển Tiếng Việt, “biểu tượng là hình ảnh có ý nghĩa tượng trưng, hình thức của nhận thức, cao hơn cảm giác, cho ta hình ảnh của sự vật còn giữ lại trong đầu óc sau khi tác động của sự vật vào giác quan ta đã chấm dứt” [99, tr.92].

Nếu hiểu theo nghĩa hẹp thì biểu tượng “là một phương thức chuyển nghĩa của lời nói hoặc một loại hình tượng nghệ thuật có khả năng truyền cảm lớn, vừa khái quát được bản chất của một hiện tượng nào đấy, vừa thể hiện một quan niệm, hay một triết lý sâu xa về con người, cuộc đời” [60, tr.24]. Hiểu theo nghĩa rộng, biểu tượng được dùng để nói về giá trị, thương hiệu quốc gia. Biểu tượng văn hóa được xem như chứng minh thư tâm lý của dân tộc, đó có thể là chương trình chính trị, cương lĩnh chính trị, thông cáo, tuyên bố, khẩu hiệu hoặc các nghi thức quốc gia...

Theo luận giải của nhà nghiên cứu Đinh Hồng Hải thì biểu tượng là một từ bắt nguồn từ ngôn ngữ cổ ở châu Âu, đó là “những hình ảnh tượng trưng do con người tạo ra, tồn tại trong đời sống của con người và có tác động đến đời sống văn hóa của con người” [58, tr. 2]. Theo đó, “biểu tượng văn hóa chính là “đấu văn tay văn hóa” của mỗi dân tộc. Để hiểu về biểu tượng, chúng ta cần phân biệt hai thành tố hàm chứa trong mỗi biểu tượng: Một là những cái hiện hữu ta có nhìn thấy hay cảm nắm được, đó là những biểu tượng cụ thể được thể hiện qua các yếu tố văn hóa vật thể. Hai là những biểu tượng tinh thần, chẳng hạn như “tinh thần yêu nước”, “chủ nghĩa anh hùng”... là những thành tố văn hóa trừu tượng hay văn hóa phi vật thể. Để có một thành tố văn hóa được gọi là biểu tượng quốc gia, nó cần có cả hai yếu tố nói trên” [135].

Xây dựng HAVH thông qua các biểu tượng văn hóa là một quá trình phức tạp và liên quan đến nhiều yếu tố khác nhau, bởi các biểu tượng văn hóa góp phần làm nên sự đa dạng của văn hóa. Biểu tượng văn hóa vật chất là ẩm thực độc đáo, với những món ngon nổi tiếng thế giới; là trang phục với áo dài mềm mại, với áo côm, váy đen và khăn piêu của người Thái; váy xòe xếp ly, xà cạp và chiếc mũ sắc sỡ của người Mông; thắt lưng đính xà tích, vòng cổ bạc trên áo dài 5 thân của người Tày; áo bà ba, khăn rằn của người Nam Bộ; áo tầm vông và xà rồng của người Khmer... Đó là nhà sàn chên vênh mà vững chắc trên sườn non, nhà đất với mái cong hình thuyền, nhà vườn hài hòa

với thiên nhiên, kiểu kiến trúc nhà ở độc đáo gắn với phong thủy của cư dân nông nghiệp lúa nước. Kiến trúc Việt Nam phong cách nhẹ nhàng, thiết kế đơn giản, phóng khoáng, luôn gắn liền với phong cảnh, bố cục thống nhất, hài hòa và cân đối. Trang trí màu sắc, hoa văn đậm bản sắc dân tộc, sử dụng vật liệu địa phương như tre, nứa, đá, gạch, ngói để xây dựng, nên mặc dù chịu ảnh hưởng của kiến trúc các nước như Trung Quốc, Ấn Độ hay phương Tây, nhưng vẫn đậm nét dân tộc. Biểu tượng của văn hóa giao thông trước đây là những dòng sông, những con thuyền và bến đò, những con đường nhỏ nhắn, quanh co. Hiện nay, giao thông thông minh đã tìm đến tận xóm làng, khi nông thôn mới được hiện đại hóa với những con đường bê tông, với hệ thống đèn xanh đèn đỏ. Người Việt Nam đã quen với biểu tượng của Vietnam Airlines là bông sen vàng. Hãng Vietjet Air có thêm hình ảnh hoa sen đang hé nở và slogan “Vietnam Timeless charm - Vẻ đẹp bất tận” trên thân máy bay, đem HAVH Việt Nam đến với bạn bè quốc tế.

Biểu tượng văn hóa tinh thần là những sản phẩm văn hóa phục vụ cho đời sống tinh thần của con người. Đó là kho tàng văn hóa của người Việt Nam, trong đó có nhiều giá trị văn hóa đã trở thành di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại: nhã nhạc Cung đình Huế; không gian văn hóa Cồng Chiêng Tây Nguyên; dân ca Quan họ Bắc Ninh; tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương; nghệ thuật Đờn ca tài tử Nam Bộ; dân ca Ví, Giặm Nghệ Tĩnh; thực hành Tín ngưỡng thờ Mẫu Tam phủ của người Việt... Biểu hiện mang tính thiêng của văn hóa Việt Nam là gia đình. Văn hóa Việt Nam đặc biệt tôn vinh và gắn kết với gia đình, coi nó như trụ cột quan trọng của xã hội. Trong văn hoá Việt Nam, lòng hiếu thảo được coi là một nguyên tắc cơ bản trong cuộc sống. Gia đình được coi là trung tâm của văn hoá Việt Nam, là nơi lưu giữ và trao truyền giá trị văn hoá từ thế hệ này sang thế hệ khác. Nhờ tôn vinh giá trị gia đình, Việt Nam tạo ra một biểu tượng văn hóa tinh thần đặc trưng, không chỉ củng cố mối quan hệ gia đình, mà còn lan rộng tới cộng đồng và toàn xã hội,

góp phần xây dựng một xã hội ấm áp và đoàn kết: Quốc Tổ Lạc Long Quân-Quốc Mẫu Âu Cơ.

Thứ tư, xây dựng thương hiệu quốc gia và văn hóa doanh nghiệp

Đây chính là nội dung quan trọng của xây dựng HAVH Việt Nam thông qua lĩnh vực kinh tế. Thương hiệu quốc gia là một trong những yếu tố quan trọng, quyết định vị thế của chính quốc gia trên bản đồ quốc tế. Vì thế việc xây dựng HAVH Việt Nam phải gắn liền với xây dựng và phát triển thương hiệu quốc gia. Trong bối cảnh HNQT, nói đến thương hiệu quốc gia thường là nói đến tên, khẩu hiệu, ký hiệu, biểu tượng hay là những thiết kế hoặc là tổng hợp những yếu tố trên với mục đích xác định hàng hóa hay dịch vụ của một hay một nhóm nhà cung cấp, một quốc gia để phân biệt với những nhóm nhà cung cấp hay quốc gia khác. Ví dụ như Vietnam Value là thương hiệu quốc gia của Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt trong chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, với mục tiêu là xây dựng hình ảnh Việt Nam là một quốc gia có uy tín về hàng hóa và dịch vụ với chất lượng cao, tăng niềm tự hào và sức hấp dẫn của đất nước và con người Việt Nam, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, xây dựng HAVH Việt Nam.

Như vậy, xây dựng thương hiệu quốc gia là quy trình, cách thức để quốc gia tạo ra được một thương hiệu, đồng thời sử dụng và quản lý thương hiệu đó đúng cách, đúng mục đích, đảm bảo thương hiệu quốc gia được sử dụng đúng như mục tiêu chương trình thương hiệu quốc gia trước đó đề ra. Xây dựng thương hiệu quốc gia là cách thức, con đường, biện pháp và nghệ thuật vận dụng các chiến lược về thương hiệu trong quan hệ với các quốc gia khác, tạo dựng hình ảnh ấn tượng trong lòng đối tác, tạo lòng tin, từ đó tăng cường sự hiện diện và ảnh hưởng của mình đối với các quốc gia khác. Ví dụ: nước Mỹ nổi tiếng với những thương hiệu hàng đầu thế giới như Hollywood, Microsoft, IBM, Apple, Google... Thụy Sĩ dẫn đầu thế giới về đồng hồ với các thương hiệu Rolex, Longin, Omega... Nước Đức nổi tiếng thế giới về

công nghiệp chế tạo ô tô thông qua các thương hiệu BMW, Mercedes... Trong bối cảnh HNQT, xây dựng thương hiệu quốc gia phải gắn với xây dựng văn hóa doanh nghiệp, phải có triết lý kinh doanh phù hợp với đặc thù nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, phù hợp với quy luật phát triển kinh tế thế giới, củng cố và nâng tầm thương hiệu quốc gia Việt Nam.

2.2.3. Phương thức xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Khi nói đến phương thức xây dựng HAVH Việt Nam là nói đến phương pháp và hình thức rất đa dạng để các chủ thể tiến hành hoạt động, trong đó nhấn mạnh phương pháp “gắn liền với hoạt động có ý thức, phản ánh hoạt động nhận thức và hoạt động thực tiễn của con người” [19, tr.333]. Trong phạm vi nghiên cứu, NCS xác định các phương thức chủ yếu sau:

Thứ nhất, xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam thông qua các hoạt động bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa

Bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa là công việc khó khăn, bởi vì bảo tồn là bảo vệ và giữ gìn giá trị văn hóa theo dạng thức vốn có, tức là giữ lại, không để các giá trị văn hóa bị thay đổi hay mất đi; trong khi phát huy là đưa giá trị văn hóa vào trong thực tiễn xã hội, để văn hóa là nguồn nội lực, là tiềm năng góp phần thúc đẩy sự phát triển xã hội, mang lại những lợi ích vật chất và tinh thần cho con người, thúc đẩy sự phát triển xã hội. Mối quan hệ giữa bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa vừa thống nhất vừa tương phản, biện chứng và quyết định lẫn nhau. Nếu không bảo tồn tốt thì không thể phát huy giá trị văn hóa, vì bảo tồn tốt mới giữ được giá trị văn hóa. Nhưng phát huy giá trị văn hóa cũng là để khẳng định sự cần thiết của việc bảo vệ và giữ gìn giá trị văn hóa theo dạng thức vốn có, để giá trị văn hóa theo dạng thức vốn có được trao truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác. Vì thế bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa chứa đựng và bổ sung cho nhau. Một số hoạt động bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa thường diễn ra như hoạt động nghiên cứu khoa học về giá trị văn hóa; các hoạt động khôi phục, gìn giữ giá trị văn hóa trong

cộng đồng; các hoạt động lan tỏa, truyền bá giá trị văn hóa, giáo dục về bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa ...

Xây dựng HAVH Việt Nam không phải là công việc của một công ty truyền thông hay một tổ chức, một cá nhân. “Đây cũng không phải là nhiệm vụ của riêng Chính phủ. Đây là quá trình đòi hỏi sự hợp lực của tất cả mọi nguồn lực nhằm làm cho những giá trị tốt đẹp của quốc gia được quốc tế biết tới nhiều hơn, giảm thiểu tác động tiêu cực do một số cá nhân hoặc tổ chức gây ra làm ảnh hưởng tới thương hiệu chung của cả quốc gia, nhằm quảng bá du lịch, thu hút nhà đầu tư” [66, t.4, tr.41]. Xây dựng các không gian văn hóa như trung tâm văn hóa, rạp hát, nhà hát, bảo tàng, thư viện và các khu di tích để tạo điều kiện cho người dân và du khách tiếp cận với văn hóa Việt Nam; tổ chức các sự kiện văn hóa như triển lãm, biểu diễn nghệ thuật, cuộc thi để tạo sân chơi và giao lưu văn hóa.

Xây dựng HAVH Việt Nam thông qua các hoạt động văn hóa, các chủ thể lãnh đạo, quản lý văn hóa đã đẩy mạnh và đa dạng hóa các biện pháp tuyên truyền, giáo dục để nâng cao nhận thức của các cấp ủy, chính quyền, đội ngũ cán bộ quản lý và cán bộ công tác trong lĩnh vực văn hóa và toàn dân về tầm quan trọng của xây dựng HAVH Việt Nam. Chính vì vậy, để xây dựng HAVH Việt Nam, chúng ta phải huy động sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị, của cộng đồng, phát huy giá trị văn hóa, tổ chức và quản lý các hoạt động văn hóa nhằm xây dựng HAVH Việt Nam. Đấu tranh, phòng, chống diễn biến hòa bình trên lĩnh vực văn hóa, phát huy các giá trị văn hóa, giữ gìn bản sắc văn hóa cũng là xây dựng HAVH Việt Nam. Hoạt động bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa; triển khai chiến lược phát triển văn hóa và du lịch Việt Nam, quảng bá thương hiệu sản phẩm, tổ chức các hoạt động văn hóa, nghệ thuật; hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực về văn hóa, các hoạt động hợp tác quốc tế về văn hóa ... đều góp phần xây dựng HAVH Việt Nam.

Thứ hai, xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam thông qua các hoạt động văn hóa đối ngoại, hoạt động ngoại giao văn hóa, giao lưu tiếp biến văn hóa

Văn hóa đối ngoại “là toàn bộ những giá trị mà con người tạo ra được biểu hiện và thấm thấu trong hoạt động đối ngoại. Những giá trị đó được biểu hiện ở tri thức và kinh nghiệm về quan hệ đối ngoại, đồng thời cũng được biểu hiện ở những kết quả của hoạt động đối ngoại mà các chủ thể tham gia hoạt động đối ngoại tạo ra” [24, tr.57]. Nội dung văn hóa đối ngoại biểu hiện trước hết ở chính sách đối ngoại, ở nhận thức và hành vi của các chủ thể tham gia hoạt động đối ngoại, ở kết quả hoạt động của họ tạo ra. Nội dung văn hóa đối ngoại còn được thể hiện qua các hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa, hợp tác quốc tế, qua đó các tinh hoa văn hóa được thấm thấu và bổ sung cho nhau. Trong quá trình HNQT, văn hóa phải được coi là sức mạnh mềm để Việt Nam chủ động hợp tác và hội nhập bình đẳng. “Trên ý nghĩa này, đẩy mạnh ngoại giao văn hóa không chỉ dừng ở những hoạt động giới thiệu hình ảnh Việt Nam ra bên ngoài mà phải có những tính toán dài hơi và hiệu quả, trong đó đặc biệt coi trọng thế mạnh của con người Việt Nam” [13, tr.17].

Xây dựng HAVH Việt Nam cần sự hợp tác và giao lưu với cộng đồng quốc tế. Điều này có thể được thực hiện thông qua việc tham gia vào các sự kiện văn hóa quốc tế, trao đổi nghệ thuật, công tác đại diện và hợp tác văn hóa với các quốc gia khác. Tổ chức các hội thảo và buổi thuyết trình với sự tham gia của các chuyên gia văn hóa, nhà nghiên cứu và diễn giả để phân tích và thảo luận về văn hóa Việt Nam, tạo ra một diễn đàn để trao đổi ý kiến và chia sẻ kiến thức về văn hóa Việt Nam. Tổ chức các hoạt động giao lưu văn hóa như du lịch, chương trình hợp tác kinh tế và văn hóa. Tạo cơ hội để người nước ngoài hiểu và có cái nhìn sâu sắc hơn về văn hóa Việt Nam thông qua tiếp xúc trực tiếp với người dân và các di sản văn hóa của đất nước. Các phương thức này giúp xây dựng HAVH Việt Nam một cách đa dạng và rộng

rãi, tăng cường sự hiểu biết và tương tác văn hóa giữa Việt Nam và các quốc gia khác trong bối cảnh HNQT.

Thứ ba, xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam thông qua các hoạt động của báo chí và truyền thông, nhất là báo chí đối ngoại

Báo chí và truyền thông có vai trò rất to lớn trong việc hình thành và tạo ra nhận thức của công chúng về thế giới xung quanh, không những thế báo chí và truyền thông còn có khả năng giúp công chúng nhận biết, tìm hiểu về các sự kiện, con người, nơi chốn mà chúng ta không thể trực tiếp tiếp xúc. Đó là khi được tiếp xúc với các hình ảnh thông qua báo chí, sách xuất bản... từ đó hình ảnh về đất nước, con người được hình thành trong nhận thức của công chúng. Thực tế với những giác quan hạn chế không thể tiếp cận trực tiếp với toàn bộ thế giới, nhưng chính báo chí và truyền thông đã giúp tạo nên một bức tranh đáng tin cậy của thế giới bên ngoài tầm với của công chúng bằng chuỗi hình ảnh và thông tin. Vì thế, trong xây dựng HAVH Việt Nam, rất cần đến sự đóng góp của báo chí và truyền thông như một phương thức hữu hiệu.

Trong truyền thông xây dựng HAVH Việt Nam, đối tượng tiếp nhận thông điệp không chỉ là người dân Việt Nam mà còn là cộng đồng quốc tế, vì thế các chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam cần xem xét kỹ các yếu tố như nguồn phát, nội dung thông điệp và các kênh truyền thông hữu hiệu. Hoạt động của báo chí và truyền thông, nhất là báo chí đối ngoại là phương thức có nhiều ưu thế trong xây dựng HAVH Việt Nam, khi công nghệ thông tin phát triển mạnh mẽ. Phương thức này bao gồm việc sử dụng các phương tiện truyền thông, website, mạng xã hội, triển lãm, festival và các sự kiện văn hóa để giới thiệu văn hóa Việt Nam đến công chúng quốc tế. Sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng như truyền hình, radio, xuất bản và các trang web, các trang mạng xã hội để giới thiệu văn hóa Việt Nam. Tổ chức các chương trình, talkshow và phỏng vấn để truyền tải thông tin về văn hóa, lịch sử, di sản

và các hoạt động văn hóa của đất nước. Đây là cách tạo sự quan tâm và hiểu biết về Việt Nam để xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT.

Thứ tư, xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam thông qua các hoạt động xây dựng thương hiệu quốc gia và văn hóa doanh nghiệp

Xây dựng thương hiệu quốc gia là các phương pháp, hình thức để áp dụng những chiến lược tiếp thị với đối tác nước ngoài nhằm tạo dựng hình ảnh và danh tiếng quốc tế phục vụ cho lợi ích quốc gia trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, thương mại, quản trị, đối ngoại, văn hóa, du lịch, truyền thông, khoa học, giáo dục... Yếu tố quyết định để xây dựng HAVH Việt Nam thông qua xây dựng thương hiệu quốc gia và văn hóa doanh nghiệp là sự sáng tạo, năng động của chủ thể, là độ tin cậy, an toàn thể hiện trong thành tựu phát triển kinh tế, là đặc trưng của nền văn hóa, là chất lượng và khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường quốc tế... Bởi vì trong mọi lĩnh vực của đời sống, văn hóa là nhân tố chi phối, quyết định chất lượng, hiệu quả của các hoạt động sản xuất, kinh doanh, văn hóa là sức mạnh mềm trong các quan hệ đối ngoại; là nguồn tài nguyên nhân văn của sáng tạo; là nền tảng của các hoạt động giáo dục, khoa học, công nghệ, cho nên văn hóa là chìa khóa vàng để xây dựng thương hiệu quốc gia và văn hóa doanh nghiệp, tạo dựng hình ảnh Việt Nam giàu bản sắc, năng động và sáng tạo trong HNQT.

Trong bối cảnh HNQT, xây dựng thương hiệu quốc gia là để khẳng định quốc gia hùng mạnh. Ví dụ: thương hiệu của Hàn Quốc là “Hàn Quốc năng động” thể hiện đồng bộ trong các lĩnh vực thương mại, đầu tư, chính trị, ngoại giao và văn hóa, theo đó Hàn Quốc hướng tới xây dựng hình ảnh cường quốc thế giới dựa trên nền tảng công nghệ phát triển, sử dụng ngành công nghiệp thẩm mỹ và công nghiệp âm nhạc (K-pop) để tạo đòn bẩy tiêu dùng sản phẩm xuất khẩu và quảng bá hình ảnh đất nước. Cũng như người ta quen với thương hiệu quốc gia của Nhật bản là Sony, của Phần Lan là Nokia...

Việt Nam đã sớm nhận ra sự cần thiết phải xây dựng HAVH Việt Nam thông qua xây dựng thương hiệu quốc gia và văn hóa doanh nghiệp trong bối cảnh HNQT. Hiện nay, trong bối cảnh Việt Nam đã bình thường hóa các hoạt động sản xuất kinh doanh, hướng tới phục hồi kinh tế và tăng trưởng mạnh mẽ sau hai năm bị đứt gãy do ảnh hưởng của đại dịch Covid- 19, chúng ta đang định vị Thương hiệu quốc gia Việt Nam xanh, tạo đà cho Việt Nam đẩy mạnh chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo chiều sâu, đảm bảo bền vững.

2.2.4. Môi trường và điều kiện xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

Thứ nhất, bối cảnh toàn cầu hóa tác động đa chiều đến xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

“Cách mạng Việt Nam đang diễn ra trong những biến đổi sâu sắc, phức tạp của thế giới, trên những thành tựu lớn lao mà dân tộc Việt Nam đã đạt được và trước những cơ hội và thách thức mà người Việt Nam phải nắm bắt và vượt qua” [19, tr.549], trong đó có toàn cầu hóa là quá trình mở rộng và tăng cường sự tương tác kinh tế, sau đó lan sang các lĩnh vực chính trị, xã hội và văn hóa giữa các quốc gia trên thế giới, nhờ vào sự phát triển của công nghệ thông tin và viễn thông, cùng với sự giảm bớt các rào cản kinh tế và chính trị. Toàn cầu hóa có những ảnh hưởng đa dạng, đa chiều đến các quốc gia và người dân trên khắp thế giới. Quá trình toàn cầu hóa tác động đến xây dựng HAVH Việt Nam theo nhiều cách, nhiều phương diện khác nhau, tác động đến nội dung và phương thức xây dựng HAVH Việt Nam.

Toàn cầu hóa đã tác động đa chiều đến môi trường và điều kiện xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT thời gian qua. *Tác động tích cực* của toàn cầu hóa đã tạo ra cơ hội để Việt Nam truyền bá và giao lưu văn hóa của mình với thế giới. Nhờ vào các phương tiện truyền thông, công nghệ thông tin và mạng xã hội, người Việt có thể chia sẻ các giá trị văn hóa của mình với thế giới, thúc đẩy sự hiểu biết, quan tâm và tạo dựng HAVH Việt

Nam. Truyền thông và công nghệ thông tin đã làm cho thế giới trở nên nhỏ hơn và kết nối mọi người từ khắp nơi trên thế giới, cung cấp cơ hội để chia sẻ thông tin qua các phương tiện truyền thông đại chúng như Internet, mạng xã hội, phim ảnh, âm nhạc và truyền hình; dẫn đến việc trao đổi văn hóa rộng lớn, ảnh hưởng đến xây dựng HAVH của Việt Nam.

Tuy nhiên, toàn cầu hóa cũng *tác động tiêu cực* đến xây dựng HAVH Việt Nam, đó là nguy cơ làm mất đi một số giá trị văn hóa truyền thống khi sự xâm nhập của các yếu tố văn hóa nước ngoài trở nên quá mạnh. Với sự phổ biến của phương tiện truyền thông quốc tế, văn hóa Việt Nam có thể chịu áp lực từ các nền văn hóa khác, “đặt ra thách thức cho công tác bảo đảm an ninh, an toàn thông tin, đấu tranh dư luận trong bối cảnh các thế lực thù địch tăng cường lợi dụng internet, mạng xã hội để phát tán thông tin xuyên tạc nhằm kích động, đẩy nóng vấn đề, tập hợp lực lượng chống lại các chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước, gây mất an ninh trật tự xã hội, ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh của Việt Nam” [12, tr.14]. Điều này có thể dẫn đến việc mất đi các yếu tố độc đáo và bản sắc của văn hóa. Vì “biểu hiện sống động nhất của đạo đức chính là thực hành các chuẩn mực đạo đức bằng sự thôi thúc của lương tâm, ý thức tự giác, bổn phận thiêng liêng, nhờ đó giải phóng cao nhất mọi năng lực nội sinh để phục vụ cho lý tưởng cách mạng, phụng sự quốc gia - dân tộc, xả thân cho giá trị đúng đắn, kể cả hy sinh tính mạng” [12, tr.15] như lời của đồng chí Võ Văn Thưởng, nên đây là một thách thức của toàn cầu hóa đối với xây dựng HAVH Việt Nam.

Thứ hai, xây dựng hình ảnh văn hóa trong quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam mang tính chủ động, trên cơ sở nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc và nền kinh tế thị trường định hướng XHCN

Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng khẳng định: “Nền văn hóa mà chúng ta xây dựng là nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc... Con người là chủ thể, giữ vị trí trung tâm trong chiến lược phát triển; phát triển văn hóa, xây dựng

con người vừa là mục tiêu, vừa là động lực của công cuộc đổi mới...” [136, tr.160]. Chúng ta chỉ HNQT thành công khi có nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Đại hội Đảng lần thứ XIII khẳng định: “các hoạt động văn hoá, nghệ thuật, trưng bày triển lãm, tuyên truyền cổ động được tổ chức sôi nổi, rộng khắp từ Trung ương đến cơ sở, phục vụ hiệu quả các nhiệm vụ chính trị và các sự kiện chính trị, văn hoá, thể thao và du lịch trọng đại của đất nước, nâng cao đời sống văn hoá, tinh thần của nhân dân... Công tác bảo tồn, phát huy di sản văn hoá tiếp tục được quan tâm, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch. Đã tổ chức tốt công tác thông tin đối ngoại tuyên truyền quảng bá hình ảnh đất nước, con người, văn hoá Việt Nam ra thế giới” [41,t1, tr.48-49].

Nền kinh tế thị trường định hướng XHCN là một hệ thống kinh tế kết hợp giữa các yếu tố của cả kinh tế thị trường và yếu tố tính chất XHCN, “ là kinh tế thị trường lành mạnh, nằm trong sự điều tiết của xã hội, của các chủ trương, chính sách lớn của Đảng và Nhà nước, không vì lợi nhuận mà gây tổn hại cho xã hội” [13, tr.23]. Mô hình kinh tế thị trường định hướng XHCN nhấn mạnh vào việc kiểm soát và hạn chế quyền ưu tiên của người sở hữu vốn, đảm bảo quyền lợi của người lao động và xã hội như công bằng, bình đẳng và sự phát triển bền vững.

Thứ ba, xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam diễn ra trong bối cảnh đất nước đổi mới căn bản, khẳng định vị thế trên trường quốc tế

Đại hội XIII của Đảng nhiều lần xác định tiếp tục đẩy mạnh toàn diện, đồng bộ công cuộc đổi mới nhằm: “Khơi dậy khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc” [41,t2, tr.326]. Quan điểm này là sự phát triển mới, lần đầu tiên được xác định trong Văn kiện Đại hội XIII của Đảng. Đây là điểm nhấn quan trọng trong tư duy, sự phát triển nhận thức của Đảng về sức mạnh nội sinh của dân tộc và phương thức phát triển đất nước trong bối cảnh mới, là khát vọng chính đáng, vì lợi ích của toàn dân, vì khát vọng đó mà nhân dân Việt Nam đã hy sinh bao xương máu, để bây giờ đất nước ta mới “có được cơ

đò, tiềm lực, vị thế và uy tín quốc tế như ngày nay” [41,t2, tr.322]. Đảng đã nhận định: “lý luận về đường lối đổi mới, về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở nước ta ngày càng hoàn thiện và từng bước được hiện thực hóa. Đất nước đã đạt được những thành tựu to lớn, có ý nghĩa lịch sử, phát triển mạnh mẽ, toàn diện so với những năm trước đổi mới. Quy mô, trình độ nền kinh tế được nâng lên. Đời sống nhân dân được cải thiện rõ rệt cả về vật chất và tinh thần” [41,t2, tr.322].

Công cuộc đổi mới đất nước là một quá trình quan trọng trong lịch sử của Việt Nam, tác động sâu sắc và đa chiều đến văn hóa Việt Nam. Cải cách kinh tế là trọng tâm của đổi mới, sau đó tinh thần đổi mới lan nhanh sang các lĩnh vực khác. Đổi mới đã thúc đẩy Việt Nam tăng cường quan hệ quốc tế, mở rộng quan hệ hợp tác kinh tế với các đối tác quốc tế, gia nhập Hiệp định ASEAN, WTO và ký kết các hiệp định thương mại tự do. Việc tham gia vào các liên minh và tổ chức quốc tế đã mở rộng phạm vi hợp tác kinh tế của Việt Nam, thúc đẩy tích cực quá trình đổi mới. Công cuộc đổi mới đã mang lại những kết quả đáng mừng, kinh tế phát triển, quan hệ quốc tế mở rộng, vị thế của Việt Nam trong cộng đồng quốc tế tăng lên. “Nhìn tổng thể trên mọi mặt của đời sống xã hội, công cuộc xây dựng con người mới, xã hội mới đã đạt được những kết quả quan trọng... Đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân được nâng lên rõ rệt... Tinh thần đoàn kết, tương thân, tương ái, ý thức về giá trị truyền thống lịch sử dân tộc, bảo vệ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc được mọi tầng lớp nhân dân coi trọng... góp phần trực tiếp bảo đảm thắng lợi của cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân và những thành tựu to lớn có ý nghĩa lịch sử của thời kỳ đổi mới” [11, tr.18-19].

Thứ tư, xây dựng hình ảnh văn hóa trong quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam cần trên cơ sở tính thống nhất về vai trò lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước và sự đồng thuận của nhân dân

Sự lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước và sự đồng thuận của nhân dân đóng vai trò quan trọng trong xây dựng và phát triển văn hóa. “Quá trình xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam trong thế kỷ XXI là quá trình giữ gìn và phát huy bản sắc dân tộc lên một tầm cao mới, đồng thời là quá trình không ngừng sáng tạo những giá trị văn hóa mới để văn hóa Việt Nam vẫn giữ được “cốt cách” (bản sắc) dân tộc, vừa theo kịp bước tiến chung của nhân loại” [118, tr.290]. Vai trò lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước trong xây dựng HAVH thể hiện ở chỗ Đảng lãnh đạo, xác định hướng đi cho phát triển văn hóa của đất nước, Nhà nước cụ thể hóa đường lối của Đảng bằng các văn bản pháp quy. Qua các tài liệu và khuyến nghị, Đảng đề ra các nguyên tắc cơ bản, mục tiêu phát triển văn hóa và xác định các giá trị văn hóa cần được bảo tồn và phát triển. Chính phủ và các cơ quan quản lý văn hóa hoạt động dưới sự lãnh đạo của Đảng xây dựng và duy trì hệ thống hành chính để quản lý văn hóa hiệu quả, xây dựng chính sách, quy định, cơ chế quản lý để bảo vệ và phát triển văn hóa trong cộng đồng. Đảng và Chính phủ đã tạo ra môi trường thuận lợi để văn hóa phát triển thông qua việc đầu tư vào giáo dục, nghiên cứu, sáng tạo và bảo tồn di sản văn hóa, xây dựng hạ tầng văn hóa, hỗ trợ nguồn lực và tài chính, đào tạo nhân lực và khuyến khích các hoạt động văn hóa sáng tạo và biểu diễn. Đảng và Chính phủ luôn coi trọng bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc trong quá trình phát triển. Việc bảo tồn và phát huy văn hóa dân tộc không chỉ giúp duy trì HAVH của dân tộc mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc tạo động lực phát triển văn hóa.

Để xây dựng và phát triển văn hóa, sự đồng thuận và sự tham gia tích cực của nhân dân rất quan trọng. Nhân dân là nguồn lực chính để bảo tồn và phát triển văn hóa. Sự đồng thuận giữa Đảng và nhân dân, thông qua các cuộc thảo luận và tương tác xã hội, giúp tạo ra một môi trường thúc đẩy sự phát triển văn hóa và tôn trọng các giá trị văn hoá truyền thống, tác động sâu sắc đến thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam, đảm bảo tạo ra một hình ảnh đặc trưng và sự phong phú của văn hóa Việt Nam, là nền tảng để quốc tế hiểu và

đánh giá đúng về Việt Nam. Sự đồng thuận của nhân dân đã giúp Đảng xây dựng chính sách phát triển văn hóa phù hợp với yêu cầu HNQT, đảm bảo việc bảo vệ và phát triển văn hóa Việt Nam đồng thời thích ứng với các yêu cầu và tiêu chuẩn quốc tế, kiến tạo môi trường tự do, dân chủ để xây dựng HAVH Việt Nam phù hợp và thân thiện trong cộng đồng quốc tế.

2.3. Tính tất yếu và yêu cầu của xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

2.3.1. Tính tất yếu của xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

Thứ nhất, xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế là yếu tố quyết định để Việt Nam tạo thế chủ động hội nhập mà không bị hòa tan, giữ vững bản sắc dân tộc

Hội nhập đã trở thành thuật ngữ quen thuộc trong đời sống Việt Nam, kể từ khi xuất hiện trong Văn kiện Đại hội VIII của Đảng năm 1996: “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” [35, tr.342]. Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII ngày 16/7/1998 đã xác định nhiệm vụ: “Mở rộng hợp tác quốc tế về văn hóa. Làm tốt việc giới thiệu văn hóa, đất nước và con người Việt Nam với thế giới; tiếp thu có chọn lọc các giá trị nhân văn, khoa học tiên bộ của nước ngoài. Phổ biến những kinh nghiệm tốt xây dựng và phát triển văn hóa của các nước. Ngăn ngừa sự xâm nhập các sản phẩm văn hóa phản động, đồi trụy. Giúp cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài hiểu biết tình hình nước nhà, thu nhận thông tin và sản phẩm văn hóa từ trong nước ra, nêu cao lòng yêu nước, tự tôn dân tộc, giữ gìn truyền thống, bản sắc dân tộc, phát huy trí tuệ, tài năng sáng tạo, đóng góp vào công cuộc xây dựng đất nước.” [34, tr.54-57]. Đại hội Đảng lần thứ X năm 2006, Đảng ta khẳng định quan điểm chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế, “đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế trên các lĩnh

vực khác” [35, tr.651]. Kết quả là Việt Nam trở thành thành viên của WTO.

Hiện nay, HNQT là xu hướng tất yếu. Việt Nam cũng vậy, chúng ta xây dựng HAVH Việt Nam để chủ động HNQT mà vẫn giữ bản sắc văn hóa, không bị hòa tan, để định vị bản sắc văn hóa Việt Nam trên bản đồ văn hóa thế giới. Chúng ta xây dựng HAVH Việt Nam để chủ động HNQT mà vẫn giữ bản sắc văn hóa, bởi vì giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc là giữ gìn cốt cách dân tộc trong quá trình phát triển. Trong nội dung xây dựng HAVH Việt Nam, hệ giá trị văn hóa là linh hồn của bản sắc văn hóa, cốt cách dân tộc là yếu tố then chốt. Muốn vậy, chúng ta phải xây dựng HAVH Việt Nam, lấy đó làm cơ sở củng cố ý thức tự tôn dân tộc, làm nền tảng cho sự phát triển kinh tế bền vững, làm nguồn lực để tiếp tục phát huy tính sáng tạo của dân tộc trong quá trình HNQT. Xây dựng HAVH Việt Nam và quảng bá hình ảnh đó trên thế giới là một trong những nhân tố bảo đảm cho sự phát triển bền vững của dân tộc như quan điểm chỉ đạo của Đảng ta, nhằm “Kết hợp sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại; nêu cao ý chí độc lập, tự chủ, chủ động, tích cực hội nhập và nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế; phát huy tối đa nội lực, tranh thủ ngoại lực, trong đó nguồn lực nội sinh, nhất là nguồn lực con người là quan trọng nhất” [41,t2, tr.326].

Thứ hai, xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế có tầm quan trọng đặc biệt đối với sự phát triển ổn định, bền vững của đất nước, là cơ sở để Việt Nam tiếp tục đổi mới, thực hiện khát vọng phồn vinh, hạnh phúc

Văn hóa giữ vị trí đặc biệt, phải phát triển cùng với chính trị, kinh tế, xã hội. Bởi vì văn hóa là “toàn bộ những hoạt động sáng tạo và những giá trị của nhân dân một nước, một dân tộc về mặt sản xuất vật chất và tinh thần trong sự nghiệp dựng nước và giữ nước...Văn hóa biểu hiện trong lí tưởng sống, trong các quan niệm về thế giới và nhân sinh, tín ngưỡng, trong lao động và đấu tranh, trong tổ chức đời sống, tạo dựng xã hội, thể hiện lí tưởng thẩm mỹ...

Văn hóa của một dân tộc hiểu theo nghĩa căn bản nhất là toàn bộ những cái qua đó một dân tộc tự biểu hiện mình, tự nhận biết mình và giúp các dân tộc khác nhận biết mình...” [66, tr.798]. Hội nghị lần thứ 5 BCH Trung ương Đảng khóa VIII (tháng 7-1998) đã ban hành Nghị quyết về “Xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”, khẳng định: “Văn hóa 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. Mọi hoạt động văn hóa, văn nghệ phải nhằm xây dựng và phát triển nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, xây dựng con người Việt Nam về tư tưởng, đạo đức, tâm hồn, tình cảm, lối sống, xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh cho sự phát triển xã hội” [35, tr.356-357]. Vì thế trong quá trình HNQT, xây dựng HAVH Việt Nam là vấn đề vô cùng cấp thiết, để văn hóa trở thành sức mạnh mềm của quốc gia. Xây dựng HAVH Việt Nam, “Xây dựng, phát huy yếu tố văn hoá để thực sự là đột phá phát triển kinh tế - xã hội, hội nhập quốc tế. Khơi dậy tinh thần yêu nước, tính cộng đồng, ý chí tự cường, tự hào dân tộc và khát vọng vươn lên. Tăng cường công tác bảo tồn, tôn tạo và phát huy các giá trị văn hoá vật thể, phi vật thể của hệ thống các di tích lịch sử văn hoá. Phát triển đi đôi với giữ gìn sự trong sáng của tiếng Việt, khắc phục tình trạng lạm dụng tiếng nước ngoài. Bảo tồn, phát huy giá trị văn hoá tốt đẹp của các dân tộc và di sản văn hoá... Hoàn thiện các cơ chế, chính sách phát triển công nghiệp văn hoá; phát triển những sản phẩm, loại hình văn hoá độc đáo có sức lan tỏa để quảng bá, giới thiệu ra thế giới” [41,t2, tr.135] là nhiệm vụ chiến lược hiện nay, trong quá trình HNQT.

Đại hội XIII của Đảng nhấn mạnh phải đổi mới mạnh mẽ tư duy để “phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, hội nhập quốc tế..., nâng cao chất lượng cuộc sống và chỉ số hạnh phúc của con người Việt Nam” [41, t2, tr.336]. Để thực hiện chủ trương trên, Việt Nam phải tiếp tục xây dựng HAVH, coi văn hóa thực sự là nguồn lực, là sức mạnh mềm của quốc gia, dân tộc. Đảng ta khẳng định chủ

trương chủ động và tích cực HNQT toàn diện, sâu rộng trong bối cảnh mới: “thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, hòa bình, hữu nghị, hợp tác và phát triển, đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ đối ngoại. Bảo đảm cao nhất lợi ích quốc gia - dân tộc trên cơ sở các nguyên tắc cơ bản của Hiến chương Liên hợp quốc và luật pháp quốc tế, bình đẳng, hợp tác, cùng có lợi. Kết hợp sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại, chủ động và tích cực hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng” [41, t2, tr.10]. Con người là tài nguyên đặc biệt, quan trọng nhất bởi con người là truyền nhân văn hóa, có khả năng sáng tạo ra những sản phẩm văn hóa mới kết tinh trí tuệ, phẩm chất để phục vụ cuộc sống của chính mình, khi HNQT và phát triển bền vững đã trở thành mối quan tâm của toàn thế giới, phát triển bền vững là “sự phát triển để đáp ứng được nhu cầu hiện tại mà không phương hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu của cả thế hệ tương lai” [67, tr.424]. Bài học kinh nghiệm quý giá được rút ra từ quá trình tổng kết thực tiễn phát triển đất nước thời gian qua là phải “Phát huy giá trị văn hoá, con người Việt Nam và sức mạnh toàn dân tộc, khơi dậy mạnh mẽ tinh thần yêu nước, khát vọng phát triển và sức mạnh của nhân dân” [41, t2, tr.81] để phát triển kinh tế, ổn định chính trị xã hội, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho nhân dân.

Xây dựng HAVH Việt Nam là để tạo động lực thực hiện khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc, giới thiệu những tinh hoa và giá trị văn hóa dân tộc ra thế giới, 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 như chính trị, kinh tế... để quốc gia tăng cường hợp tác, phát triển. “Khát vọng tuy là trạng thái tinh thần nhưng có sức mạnh chuyển hóa thành hành động. Nó chính là động lực tinh thần to lớn giúp cho chủ thể vượt qua mọi khó khăn, thử thách để đạt được mục tiêu đề ra. Khát vọng phát triển của một dân tộc là sự cộng hưởng những khát vọng vươn lên của cộng đồng, của con người cùng quốc gia - dân tộc, tạo thành nguồn

năng lượng nội sinh to lớn và có sức mạnh vô song” [127, tr.11]. Trong quá trình HNQT hiện nay, để thực hiện khát vọng đó, không thể không chú trọng vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam.

2.3.2. Yêu cầu về xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

Thứ nhất, yêu cầu về nội dung của hình ảnh văn hóa

Một là, nội dung HAVH phải đa dạng và sáng tạo trên cơ sở đảm bảo tính định hướng chính trị. Mức độ đa dạng và sự sáng tạo của HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT mang lại điểm nhấn mới, độc đáo và góp phần làm phong phú thêm bức tranh văn hóa quốc tế. Trong quá trình HNQT, văn hóa Việt Nam đã thể hiện sự đa dạng và sáng tạo qua HAVH của mình. Các ngành nghệ thuật của Việt Nam đã đa dạng hóa và có sự phát triển đáng kể trong thời gian gần đây. Nghệ sĩ Việt Nam đã sáng tạo ra những tác phẩm độc đáo, kết hợp giữa yếu tố truyền thống và hiện đại, mang đậm chất văn hóa Việt Nam, mang lại những điểm nhấn mới và độc đáo cho HAVH Việt Nam. Văn hóa ẩm thực của Việt Nam cũng là một yếu tố quan trọng. Các món ăn truyền thống đã lan rộng ra nhiều quốc gia trên thế giới và được người dân của các nước và du khách yêu thích. Sự đa dạng và sáng tạo trong ẩm thực Việt Nam mang lại điểm nhấn mới và thu hút sự quan tâm từ cộng đồng quốc tế. Ngành công nghiệp thời trang cũng đang trở thành một yếu tố quan trọng trong việc góp phần làm phong phú HAVH Việt Nam. Những người thiết kế thời trang Việt Nam đã sáng tạo ra những bộ trang phục độc đáo, kết hợp giữa yếu tố truyền thống và hiện đại, được công nhận và ưa chuộng trên thế giới. “Chúng ta biết cách tiếp thu những thành tựu, tinh hoa văn hóa thế giới một cách nhanh chóng và có chọn lọc hơn. Nhờ sự so sánh, học hỏi từ các nước tiên tiến mà chúng ta có thể hoàn thiện được văn hóa của mình, góp phần xây dựng lối sống tích cực, tiến bộ của con người Việt Nam. Ngược lại, văn hóa và di sản của Việt Nam sẽ được giới thiệu đến đông đảo bạn bè quốc tế... Văn hóa Việt Nam trong quá trình giao lưu, tiếp biến mới đã xác lập được các

khuôn mẫu văn hóa mới, thực sự hội nhập tương đối sâu vào văn hóa nhân loại theo chuẩn mực phổ biến của cộng đồng thế giới” [17, tr.132].

Xây dựng HAVH phải đảm bảo tính định hướng chính trị, vì chỉ khi đó các HAVH mới phát huy tốt vai trò của mình phù hợp với đặc trưng, với nhiệm vụ phát triển xã hội Việt Nam. Khi đó, HAVH mới có những đóng góp tích cực cho xã hội, qua đó văn hóa mới thực sự là một mặt trận để chúng ta đấu tranh chống âm mưu diễn biến hòa bình của các thế lực thù địch, uốn nắn những quan điểm lệch lạc, phê phán những tư tưởng sai lầm, phản động, góp phần vào việc xây dựng nền tảng tư tưởng của Đảng ta và sự nghiệp cách mạng Việt Nam trong quá trình HNQT.

Hai là, nội dung HAVH phải gắn kết và giữ gìn bản sắc dân tộc, đồng thời phải đảm bảo tính mới, cập nhật tính thời đại. Đánh giá khả năng của HAVH trong quá trình HNQT thông qua việc gắn kết và đồng thời giữ gìn bản sắc văn hóa Việt Nam thông qua mức độ sử dụng các giá trị truyền thống, phong tục, di sản và hình ảnh đặc trưng của Việt Nam trong các hoạt động văn hóa quốc tế. Quá trình HNQT có khả năng gắn kết và giữ gìn bản sắc văn hóa Việt Nam thông qua việc sử dụng các giá trị truyền thống, phong tục, di sản và hình ảnh đặc trưng của đất nước trong các hoạt động văn hóa quốc tế. Trong quá trình hội nhập, Việt Nam đã tìm cách gắn kết với cộng đồng quốc tế thông qua việc chia sẻ và mang đến những giá trị truyền thống, phong tục, di sản đặc trưng. Những yếu tố này tạo ra sự định hình và nhận diện cho văn hóa Việt Nam, giúp người dân và du khách hiểu và tương tác tốt hơn với đất nước. Việc gắn kết này tạo ra một cầu nối văn hóa và tạo điểm chung để xây dựng mối quan hệ, giao lưu văn hóa với cộng đồng quốc tế.

Trong quá trình HNQT, việc giữ gìn bản sắc văn hóa Việt Nam là một yếu tố quan trọng. Sử dụng các giá trị truyền thống, phong tục và di sản trong các hoạt động văn hóa quốc tế giúp bảo tồn và phát triển những nét đặc trưng của văn hóa Việt Nam. Bằng cách duy trì và truyền dạy các giá trị này, Việt

Nam có thể đảm bảo rằng bản sắc văn hóa không bị mất trong quá trình hội nhập mà ngược lại được thể hiện và tôn vinh trên tầm quốc tế “với hệ giá trị : Dân tộc, dân chủ, nhân văn, khoa học; trên nền tảng của hệ giá trị quốc gia và cũng là mục tiêu phấn đấu cao cả của dân tộc ta: Hòa bình, thống nhất, độc lập, dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh, hạnh phúc” [78, tr.66]. Tuy nhiên, nội dung HAVH phải đảm bảo tính mới, cập nhật tính thời đại, nghĩa là đảm bảo tính đặc trưng của quá trình phát triển và tồn tại trong điều kiện về không gian, thời gian nhất định, gắn với sự kiện lịch sử cụ thể của dân tộc. Ví dụ nghệ thuật không thể vì độc lập và cá tính của nghệ sĩ mà không mang tính thời đại, nghĩa là nghệ thuật phải mang tính thực tế của xã hội vào thời điểm nó phản ánh theo nguyên tắc kế thừa có chọn lọc và sáng tạo. Chèo, hát xẩm ...cũng phải mang hơi thở cuộc sống đương đại.

Ba là, nội dung HAVH phải mang tính đặc trưng, gắn với các vùng văn hóa. Việc xây dựng hình ảnh đặc trưng của Việt Nam trong các hoạt động văn hóa quốc tế cũng góp phần giữ gìn bản sắc văn hóa vùng miền. Các biểu tượng, cảnh quan, trang phục truyền thống và các yếu tố đặc trưng khác của Việt Nam được sử dụng để xây dựng hình ảnh và nhận diện cho đất nước. Điều này mang lại sự nhận thức và tạo niềm tự hào cho người dân Việt Nam và cũng giúp họ gắn kết với quốc gia trong quá trình HNQT. Ví dụ: văn hóa dân gian Việt Nam mang đậm sắc thái đặc trưng của dân tộc, đó là những trò chơi dân gian, những lễ hội truyền thống, các phong tục tập quán của từng dân tộc, các yếu tố văn hóa truyền miệng đã được bảo tồn và truyền dạy qua các thế hệ. Những nét đặc trưng này mang lại sự phong phú cho văn hóa nhân loại khi Việt Nam xây dựng HAVH dân tộc trong quá trình HNQT.

Thứ hai, yêu cầu về hình thức của hình ảnh văn hóa

Một là, phải đảm bảo sự cân đối và hài hòa giữa các yếu tố của hình thức. Hình thức của HAVH bao gồm các yếu tố liên quan đến cách thức trình bày và biểu diễn thông điệp văn hóa. HAVH được coi là đảm bảo tiêu chí về

hình thức khi đồ họa được sử dụng hợp lý, cân đối và hài hòa. HAVH có thể được biểu diễn qua các hình thức đồ họa như tranh vẽ, minh họa, hoạt hình, hoặc đồ họa máy tính. Các yếu tố hình thức như màu sắc, hình dạng và đường nét sẽ ảnh hưởng đến cách thức truyền tải thông điệp, làm rõ hơn về nội dung của HAVH và tạo ra ấn tượng cho người xem. Trong hình thức của HAVH, âm thanh nếu có thì vừa phải, không gây sự ồn ào mà tạo sự truyền cảm một cách nghệ thuật, nên dùng âm nhạc dân tộc để quảng bá đặc trưng, bản sắc văn hóa. Trong HAVH, âm thanh có thể được sử dụng để tăng cường trải nghiệm và truyền tải thông điệp. Âm nhạc, tiếng nói, hiệu ứng âm thanh, âm thanh môi trường đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra không gian âm thanh và tạo cảm xúc cho cộng đồng. Nếu cần có diễn xuất trực tiếp để chuyển tải nội dung HAVH, các nghệ sĩ biểu diễn tinh tế và lịch lãm thông qua cử chỉ, khuôn mặt, giọng nói và ngôn ngữ cơ thể để truyền tải thông điệp. Diễn xuất có thể xảy ra trong các hình thức như vở kịch, phim ảnh, chương trình truyền hình, hoặc buổi biểu diễn.

Sự tinh tế, đẹp mắt và thẩm mỹ trong hình thức giúp thu hút và gợi cảm hứng cho người xem. HAVH Việt Nam cần mang trong mình sự đa dạng về hình thức, từ hình ảnh tĩnh đến hình ảnh chuyển động, từ tranh vẽ, điện ảnh, âm nhạc, đến trang phục và kiến trúc. Sự đa dạng này giúp lan tỏa văn hóa Việt Nam theo nhiều hình thức, thu hút sự quan tâm của đối tác quốc tế.

Hai là, đảm bảo tính dân tộc và hiện đại trong thể hiện. HAVH cũng có thể được biểu diễn qua việc thiết kế kiến trúc và chọn trang phục. Các yếu tố như màu sắc, kiểu dáng, chất liệu và phụ kiện đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên hình ảnh đặc trưng cho văn hóa, cho nên cần được chọn lựa kỹ và đảm bảo yếu tố dân tộc, không vay mượn hay phá cách sai với chuẩn mực văn hóa truyền thống. Quá trình sản xuất HAVH liên quan đến việc áp dụng các kỹ thuật sản xuất như quay phim, chỉnh sửa, ánh sáng, hoặc phối hợp âm thanh. Việc sử dụng kỹ thuật sản xuất phù hợp giúp mang lại chất lượng và

hiệu quả tốt cho HAVH. Truyền thông và công nghệ số đóng vai trò ngày càng quan trọng trong việc trình bày và phân phối HAVH. Phương tiện truyền thông như website, ứng dụng di động, mạng xã hội và streaming video giúp tạo ra các kênh truyền thông hiện đại và tiếp cận rộng rãi cho HAVH, hỗ trợ việc truyền tải thông điệp về HAVH một cách tốt nhất. Khi được sử dụng một cách chuyên nghiệp và sáng tạo, hình thức của HAVH có thể tạo ra sự ấn tượng và sức lan tỏa. HAVH Việt Nam cần thể hiện sự đa dạng và phong phú của văn hóa dân tộc, từ trang phục, kiến trúc, nghệ thuật đến ẩm thực, phong tục tập quán, lễ Tết, lễ hội, giúp tạo nên một HAVH đa chiều và hấp dẫn. HAVH Việt Nam cần thể hiện sự sáng tạo và đổi mới trong việc phát triển và thể hiện văn hóa. Những sản phẩm văn hóa như điện ảnh, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn và thiết kế phải được xem như thành tựu sáng tạo và mang tính cạnh tranh trong ngành công nghiệp văn hóa quốc tế.

Ba là, đảm bảo tính chuyên nghiệp, tính sáng tạo và độc đáo. HAVH Việt Nam cần được xây dựng dựa trên chất lượng và chuyên nghiệp. Điều này áp đặt yêu cầu cao về kỹ thuật, biên tập, quản lý và tiếp thị để đảm bảo rằng các sản phẩm văn hóa Việt Nam đáp ứng được tiêu chuẩn quốc tế. HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT cần tôn vinh và bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc. Sự kết hợp giữa tinh hoa văn hóa Việt Nam và sự tiếp nhận những giá trị mới từ quốc tế sẽ tạo ra một HAVH độc đáo và đậm chất Việt Nam. HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT phải thể hiện tính tích cực và khích lệ sự giao lưu, hòa nhập với các nền văn hóa khác. Điều này sẽ tạo điều kiện cho giao lưu văn hóa, trao đổi thông tin phong phú giữa Việt Nam và quốc tế. Thế nhưng hình thức của HAVH Việt Nam cần có đặc thù riêng, độc đáo và dễ nhận diện, gắn liền với quốc gia. Điều này giúp tạo nên một HAVH đại diện cho Việt Nam trong cộng đồng quốc tế.

HAVH cần thể hiện tính sáng tạo và độc đáo. Sự đổi mới trong việc thể hiện HAVH giúp làm mới và tạo sự khác biệt so với các nguồn gốc khác. Các

ý tưởng sáng tạo và cách tiếp cận mới trong hình thức sẽ góp phần nâng cao giá trị và sức hấp dẫn của HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Hình thức của HAVH cần phải truyền tải thông điệp một cách hiệu quả. Sử dụng các phương tiện truyền thông phù hợp, kết hợp với quảng cáo, tiếp thị và truyền thông số giúp tăng cường hiệu quả của HAVH Việt Nam trong việc truyền tải thông điệp và thu hút sự quan tâm từ công chúng quốc tế. Những yêu cầu này giúp đảm bảo HAVH Việt Nam không chỉ có nội dung chất lượng, mà còn được truyền tải một cách tinh tế, thu hút và mang tính chuyên nghiệp.

Thứ ba, yêu cầu về tác động của hình ảnh văn hóa

Một là, HAVH Việt Nam phải có sức lan tỏa sâu rộng trên thế giới. Sự lan tỏa của HAVH Việt Nam là cơ sở đánh giá mức độ nhận thức và hiểu biết của cộng đồng quốc tế về văn hóa Việt Nam. Xem xét sự lan truyền thông tin, các chương trình giáo dục, truyền thông và công tác đại diện quốc tế để nâng cao hiểu biết về văn hóa Việt Nam. Mức độ nhận thức và hiểu biết của cộng đồng quốc tế về văn hóa Việt Nam có thể đánh giá dựa trên sự lan truyền thông tin, các chương trình giáo dục, truyền thông và công tác đại diện quốc tế. Việc lan truyền thông tin về văn hóa Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức và hiểu biết của cộng đồng quốc tế. Các kênh thông tin, bao gồm truyền hình, phim ảnh, sách báo, trang web và mạng xã hội, được sử dụng để giới thiệu và chia sẻ văn hóa Việt Nam. Điều này giúp tạo ra một hình ảnh và kiến thức chính xác về văn hóa, lịch sử, địa lý và phong cách sống của người Việt Nam. Việc tổ chức các chương trình giáo dục và truyền thông cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tăng cường hiểu biết về văn hóa Việt Nam.

Hai là, HAVH Việt Nam phải làm thay đổi nhận thức, thái độ của cộng đồng quốc tế về Việt Nam. Mức độ nhận thức và hiểu biết của cộng đồng quốc tế về văn hóa Việt Nam phải được nâng cao thông qua sự lan truyền thông tin, các chương trình giáo dục, truyền thông và công tác đại diện quốc tế

tế. Tiếp tục đầu tư vào các hoạt động này là cần thiết để tạo ra một sự hiểu biết sâu hơn về văn hóa Việt Nam trong cộng đồng quốc tế khi xây dựng HAVH Việt Nam. Mức độ tích cực và tích cực hóa của HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT có thể được đánh giá dựa trên sự phản ánh đúng, tích cực và tổng thể về văn hóa Việt Nam trong các hoạt động văn hóa quốc tế. Mức độ tích cực của HAVH Việt Nam bắt nguồn từ khả năng phản ánh chính xác các giá trị, đặc trưng và đa dạng của văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT. Nếu HAVH Việt Nam được truyền tải một cách chính xác và trung thực, nó sẽ góp phần tạo ra một hình ảnh tích cực về đất nước và người Việt Nam, tạo ra một ấn tượng tích cực hơn trong quá trình HNQT. Điều này có thể bao gồm việc tôn vinh những mặt tích cực của văn hóa Việt Nam, như nghệ thuật truyền thống, ẩm thực độc đáo, phong tục và tập quán đáng ngưỡng mộ. Tuy nhiên, cần đảm bảo rằng tích cực hóa không làm mất đi hoặc biến tướng bản sắc văn hóa thực sự của Việt Nam, mà phải đảm bảo phát huy bản sắc văn hóa đó trong đời sống văn hóa mới của quá trình HNQT.

Ba là, thay đổi hành động của cộng đồng quốc tế đối với Việt Nam. HAVH Việt Nam tác động đến nhận thức, thái độ của cộng đồng quốc tế và làm thay đổi hành động của cộng đồng quốc tế đối với Việt Nam. Họ phải tích cực ủng hộ Việt Nam trong các hoạt động ngoại giao văn hóa, trong hợp tác và phát triển. Họ trở thành các truyền truyền viên, tích cực hành động để quảng bá HAVH Việt Nam. Điều này có thể được đánh giá dựa trên sự chính xác, tích cực và sự đóng góp của văn hóa Việt Nam trong các hoạt động quốc tế. Sự đồng tình ủng hộ, giúp đỡ của quốc tế luôn là nhân tố quan trọng làm nên chiến thắng của cách mạng Việt Nam, để chúng ta thực hiện đúng phương châm chủ động khai thông với thế giới, làm cho quốc tế quan tâm, hiểu và ủng hộ Việt Nam, nâng cao uy tín và ảnh hưởng quốc tế của Việt Nam, phát triển trong liên minh, hợp tác trên cơ sở nêu cao tinh thần tự lực, tự cường, phát huy sức mạnh tổng hợp toàn dân tộc, xử lý mềm dẻo các mối quan hệ, kiên trì đoàn kết quốc tế.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 của luận án đã làm rõ cơ sở lý luận của xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Luận án cũng đã luận giải về các khái niệm, nội hàm của xây dựng HAVH Việt Nam.

Luận án đã làm rõ những yếu tố cấu thành của xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT, xác định chủ thể tiến hành xây dựng HAVH, nội dung và phương thức xây dựng HAVH, môi trường và điều kiện xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Luận án đặc biệt chú trọng đến nội dung và phương thức xây dựng HAVH Việt Nam, bởi vì đây là cốt lõi của vấn đề xây dựng HAVH trong bối cảnh HNQT với những tác động đa chiều chưa được nghiên cứu sâu trong các công trình khoa học mà luận án bao quát.

Luận án xác định môi trường, điều kiện, tính tất yếu và các yêu cầu của xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Tác giả đã xác định các yêu cầu cơ bản, đó là yêu cầu về nội dung của HAVH; yêu cầu về hình thức của HAVH; về sự lan tỏa của HAVH và thay đổi trong nhận thức, thái độ của cộng đồng quốc tế khi tiếp nhận HAVH Việt Nam. Chương 2 đã cụ thể hóa các yêu cầu ấy bằng những nội dung cụ thể để đo lường kết quả xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay, trên cơ sở chính trị và pháp lý của vấn đề nghiên cứu, đó là đường lối, quan điểm của Đảng và chính sách, pháp luật của Việt Nam về xây dựng HAVH của trong thời kỳ HNQT. Luận án phân tích đặc điểm quá trình HNQT của Việt Nam cũng chính là nhận diện các yếu tố khách quan và chủ quan có tác động, ảnh hưởng đến xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT, là cơ sở để phân tích thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong chương sau.

Chương 3

XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY - THỰC TRẠNG, NGUYÊN NHÂN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

3.1. Thực trạng xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay

3.1.1. Chủ thể xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

Thứ nhất, hoạt động của các chủ thể lãnh đạo, quản lý

Đảng và Nhà nước đã luôn coi trọng vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Ngay từ Đại hội Đảng lần thứ XI, vấn đề này đã được đặt ra. Ngay từ khi Việt Nam chủ động HNQT, Đảng đã nhấn mạnh nhiệm vụ xây dựng và phát triển nền văn hóa, làm bệ đỡ cho xây dựng HAVH Việt Nam, ban hành Nghị quyết số 22 ngày 10/4/2013 về HNQT. Đại hội Đảng XII năm 2016 nhấn mạnh: “Đúc kết và 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” [40, tr.126- 127] nhằm xây dựng HAVH Việt Nam. Đại hội Đảng lần thứ XIII của Đảng đề ra nhiệm vụ: “Tập trung nghiên cứu, xác định và triển khai xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người con người gắn với giữ gìn, phát triển hệ giá trị gia đình Việt Nam trong thời kỳ mới” [41,t.1, tr.143]. Đảng chủ trương thực hiện “đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, hòa bình, hợp tác và phát triển; đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ đối ngoại” [41,t.1, tr.101], yêu cầu: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm... Tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa của nhân loại phù hợp với thực tiễn Việt Nam...từng bước đưa văn hóa Việt Nam đến với thế giới” [41,t1, tr.145-147]; đồng thời “Có kế hoạch, cơ chế và giải pháp xử lý đúng đắn mối quan hệ giữa bảo tồn và phát huy các giá

trị văn hóa, lịch sử truyền thống dân tộc trong xây dựng con người, phát triển kinh tế - xã hội” [41,t.1, tr.143] để xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh HNQT hiện nay.

Việt Nam HNQT là nhằm củng cố môi trường hòa bình, tranh thủ tối đa các điều kiện thuận lợi để phát triển đất nước nhanh và bền vững, hội nhập là để quảng bá hình ảnh Việt Nam, nâng cao vị thế, uy tín quốc tế của đất nước, góp phần tích cực vào sự nghiệp hòa bình, độc lập dân tộc, dân chủ và tiến bộ trên thế giới. Đảng đã nhận rõ về sự cần thiết phải xây dựng HAVH Việt Nam với những tính chất, giá trị đặc trưng; đồng thời nhận thức rõ vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế sau 35 năm đất nước đổi mới. Đây là cơ sở quan trọng để xây dựng HAVH Việt Nam giàu giá trị nhân văn, tiên tiến mà đậm đà bản sắc trong quá trình HNQT.

Thực hiện quan điểm chỉ đạo của Đảng, Nhà nước đã ban hành nhiều văn bản pháp luật, tạo điều kiện thuận lợi để xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Chính phủ đã ban hành *Chiến lược Ngoại giao văn hóa* đầu tiên của Việt Nam Quyết định số 208/QĐ-TTg, ngày 14/1/2011, triển khai chủ trương tích cực HNQT của Đảng. Chiến lược xác định rất rõ: “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” [27] trong quá trình HNQT.

Nghị định số 92/2014/NĐ-CP là một văn bản quan trọng, điều chỉnh và quản lý các hoạt động văn hóa nghệ thuật có liên quan đến ngoại giao của Việt Nam, thúc đẩy mối quan hệ văn hóa và nghệ thuật giữa Việt Nam và các quốc gia với sự phối hợp với các cơ quan, tổ chức nước ngoài và công dân Việt Nam sinh sống ở nước ngoài, để xây dựng HAVH Việt Nam. Quyết

định số 1456/QĐ-TTg về “*Quy hoạch tổng thể phát triển nghệ thuật biểu diễn đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*” ngày 19/8/2014 là cơ sở để các hoạt động văn hóa văn nghệ được quản lý. Quyết định số 1979/QĐ-TTg về *Chương trình mục tiêu quốc gia về văn hóa giai đoạn 2016-2020* đặt ra các mục tiêu cụ thể và nguyên tắc phát triển văn hóa, xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Quyết định số 2416/QĐ-TTg về việc phê duyệt *Chiến lược phát triển văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030* đặt ra các mục tiêu, chiến lược và biện pháp để phát triển và quảng bá văn hóa độc đáo của Việt Nam ra thế giới. Thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa, đẩy mạnh phát triển các lĩnh vực văn hóa như điện ảnh, âm nhạc, sân khấu, truyền thông và công nghiệp sáng tạo. Tăng cường quản lý và hợp tác trong lĩnh vực văn hóa với các quốc gia khác và các tổ chức quốc tế. Nhiều văn bản tạo thuận lợi cho xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT như Quyết định số 1984/QĐ-TTg về việc phê duyệt *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* ban hành ngày 31/10/2014, Luật Du lịch (2017), quy định về việc quản lý và phát triển ngành du lịch tại Việt Nam, thúc đẩy giao lưu văn hóa thông qua hoạt động du lịch và quảng bá di sản văn hóa của Việt Nam; Quyết định số 210/QĐ-TTg ngày 8/2/2015, phê duyệt “*Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030*”; Nghị định số 03/2017/NĐ-CP: *Về hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam* tạo ra cơ sở pháp lý cho việc quản lý và tổ chức các hoạt động văn hóa đối ngoại, bao gồm giao lưu nghệ thuật, triển lãm, trình diễn văn hóa và du lịch văn hóa... Những giá trị mới, nhân tố mới của con người, nền văn hóa Việt Nam thời trong quá trình hội nhập quốc tế từng bước được định hình rõ nét trong các lĩnh vực của đời sống. Đảm bảo quyền tự do sáng tạo, quảng bá văn hóa, văn học, nghệ thuật được tôn trọng; quyền tự do tín ngưỡng, tôn giáo và sinh hoạt tâm linh của nhân dân được quan tâm, chú trọng. Các phong trào “Toàn dân đoàn kết

xây dựng đời sống văn hóa”, “Xây dựng nông thôn mới”, “xóa đói giảm nghèo”, “đền ơn đáp nghĩa”,... đã đạt được những kết quả tích cực, tạo môi trường thuận lợi để phát huy những giá trị tốt đẹp của truyền thống văn hóa Việt Nam, đồng thời đã xuất hiện những giá trị văn hóa mới phù hợp với thực tiễn thời kỳ mới. Nhà nước ngày càng quan tâm đầu tư cho phát triển văn hóa; từng bước xây dựng, hoàn thiện và phát huy hệ thống thiết chế văn hóa từ Trung ương đến cơ sở. Hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế về văn hóa không ngừng được mở rộng, góp phần làm phong phú hơn đời sống văn hóa trong nước và quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam ra thế giới.

Nội dung và phương thức xây dựng HAVH Việt Nam được các chủ thể lãnh đạo, quản lý chú trọng. “*Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030*”, số 210/QĐ-TTg ban hành ngày 8/2/2015 nhận định: “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... 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” [100]. Tiếp đó, “*Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2030*” số 2013/QĐ-TTg ngày 30/11/2021 xác định: “Ngoại giao văn hóa là nhiệm vụ chung của cả hệ thống chính trị, được triển khai đồng bộ trên các trụ cột đối ngoại Đảng, ngoại giao nhà nước và đối ngoại nhân dân... Ngoại giao văn hóa là bộ phận cấu thành quan trọng của nền ngoại giao Việt Nam toàn diện, hiện đại, trong đó ngoại giao chính trị là chủ công, ngoại giao kinh tế là đột phá, ngoại giao văn hóa là nền tảng tinh thần tạo nên bản sắc của ngoại giao Việt Nam” [127, tr27]. Mục tiêu là sử dụng văn hóa như nguồn lực đặc thù trong ngoại giao nhằm tôn vinh giá trị, vẻ đẹp của văn hóa Việt Nam, tăng cường sức mạnh mềm, nâng cao vị thế đất nước.

Công tác thông tin đối ngoại được Đảng và Nhà nước quan tâm. Ngày 14/2/2012, Bộ Chính trị đã ban hành Kết luận số 16-KL/TW về *Chiến lược phát triển thông tin đối ngoại giai đoạn 2011-2020*; sau đó là Chỉ thị số 21/CT-TTg. Ngày 04/9/2012, ban hành Quyết định 1209/QĐ-TTg *Phê duyệt Quy hoạch phát thanh, truyền hình đối ngoại đến năm 2020*. Ngày 28/2/2013, ban hành Quyết định số 368/QĐ-Ttg về việc *Phê duyệt chương trình hành động về thông tin đối ngoại giai đoạn 2013-2020*. Ngày 08/2/2014, *Đề án nâng cao hiệu quả công tác thông tin đối ngoại của các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài đến năm 2020* được phê duyệt, Nghị định 72/2015/NĐ-CP ngày 07/9/2015 quy định về quản lý hoạt động thông tin đối ngoại ...

Nhà nước đã có nhiều chính sách tạo môi trường thuận lợi cho xây dựng HAVH Việt Nam. Đó là Quyết định số 40/QĐ-TTg ngày 7/1/2016 phê duyệt *Chiến lược tổng thể hội nhập quốc tế đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*; Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/06/2020 phê duyệt *Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*; Quyết định số 1658/QĐ-TTg về *Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn 2050*” ngày 01/10/2021...

Vấn đề bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa được các chủ thể lãnh đạo, quản lý quan tâm. Quyết định số 1270/QĐ-TTg phê duyệt *Đề án “Bảo tồn, phát triển văn hóa các dân tộc thiểu số Việt Nam đến năm 2020”* đã được Chính phủ ban hành ngày 27/7/2011. Luật Di sản văn hóa được sửa đổi, bổ sung năm 2013. Chính phủ ban hành Quyết định số 73/2015/QĐ-TTg: *Về việc thành lập Quỹ Bảo tồn và Phát triển Di sản Văn hóa Việt Nam* để tài trợ cho các hoạt động bảo tồn, khôi phục, phát triển di sản văn hóa, xây dựng hệ thống quản lý di sản; Quyết định số 936/QĐ-TTg ngày 30/6/2017 phê duyệt *Chương trình mục tiêu Phát triển văn hóa giai đoạn 2016 - 2020*; Quyết định số 586/QĐ-TTg ngày 03/5/2017 phê duyệt *Đề án Chính sách đặc thù hỗ trợ từ ngân sách nhà nước đầu tư cho hoạt động tuyên truyền, phổ biến phim tới*

vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc thiểu số, biên giới, hải đảo, vùng đặc biệt khó khăn; xây dựng Đề án tổ chức Ngày hội giao lưu văn hóa, thể thao và du lịch vùng dân tộc thiểu số giai đoạn 2013 – 2020 định kỳ hàng năm...

Luật Doanh nghiệp 2005 đã kế thừa và phát huy tinh thần của Luật Doanh nghiệp năm 1999, tiếp tục mở rộng quyền tự do kinh doanh, hoàn thiện quy định về quản trị doanh nghiệp theo thông lệ quốc tế. Từ khi HNQT, Luật Doanh nghiệp 2014 được soạn thảo và thông qua với nhiều thay đổi đột phá. Cùng với quá trình phát triển của kinh tế xã hội, một số điều của Luật doanh nghiệp 2014 không còn phù hợp với thực tiễn nên Quốc hội đã ban hành Luật doanh nghiệp năm 2020, số 59/2020/QH14 ngày 17/6/2020.

Thứ hai, hoạt động của các chủ thể thực thi xây dựng hình ảnh văn hóa

Các chủ thể thực thi xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT đã tích cực tổ chức các hoạt động theo chức năng, nhiệm vụ của mình. Ví dụ: Bộ VH, TT &DL đã chỉ đạo tổ chức thực hiện nhiều chương trình bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, thực hiện nhiều dự án về văn hóa các dân tộc. Xây dựng HAVH Việt Nam thông qua các hoạt động bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc đã được đẩy mạnh. Các hoạt động như tổ chức các sự kiện văn hóa để nâng cao nhận thức cộng đồng, các chiến dịch quảng bá thông qua các phương tiện truyền thông như truyền hình, radio, báo chí, mạng xã hội, website đã được triển khai, cung cấp thông tin về lịch sử, phong tục, nghệ thuật và các yếu tố văn hóa để mọi người hiểu rõ hơn về các giá trị văn hóa. Việt Nam đã tăng cường tổ chức sự kiện văn hóa như lễ hội, triển lãm, biểu diễn, giao lưu nghệ thuật... mang đến cơ hội cho mọi người khám phá, trải nghiệm và gắn kết cộng đồng, tăng cường nhận thức và sự đồng thuận về hoạt động bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống.

Vấn đề xây dựng thương hiệu quốc gia và văn hóa doanh nghiệp được đẩy mạnh. Chương trình *Thương hiệu Quốc gia Việt Nam* được Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg ngày 25/11/2003. Từ năm

2008, ngày 20/4 hàng năm trở thành ngày Thương hiệu Việt Nam. Hàng năm Bộ Công Thương đều phát động tổ chức Tuần lễ Thương hiệu quốc gia với nhiều hoạt động thiết thực như: diễn đàn, hội nghị, hội thảo, triển lãm, treo pa nô, áp phích cổ động, tuyên truyền trên các phương tiện truyền thông... Bộ Công Thương đã triển khai Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08/10/2019 về *Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam* và Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22/11/2019 quy định *Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam*. Bộ TT& TT chỉ đạo các cơ quan báo chí đẩy mạnh thông tin, tuyên truyền các hoạt động hưởng ứng *Tuần lễ Thương hiệu quốc gia Việt Nam*, cung cấp thông tin các doanh nghiệp có các sản phẩm có thương hiệu cho các cơ quan báo chí truyền thông để triển khai các phóng sự, tin, bài phù hợp.

Từ năm 2011 đến nay, Việt Nam đã có nhiều đầu tư vào việc nghiên cứu vấn đề phát triển văn hóa để xây dựng HAVH Việt Nam và thu nhận nhiều kết quả tích cực. Chỉ tính riêng từ năm 2011 đến năm 2015, Bộ Khoa học và Công nghệ đã tổ chức thực hiện nhiều chương trình khoa học. Đó là Chương trình nghiên cứu khoa học cấp Nhà nước *Nghiên cứu khoa học phát triển văn hóa, con người và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực*, mã số KX.03/11-15 với 10 đề tài nhánh của chương trình, liên quan đến các vấn đề phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh HNQT; giao lưu tiếp biến và phát triển văn hóa Việt Nam; vấn đề quyền văn hóa; quan hệ giữa trung tâm và ngoại vi về phương diện văn hóa trong quá trình phát triển bền vững ở Việt Nam; giá trị của tôn giáo hoặc vấn đề an ninh văn hóa, thông tin văn hóa trong điều kiện kinh tế thị trường và HNQT... Từ năm 2016 đến năm 2020, Bộ Khoa học và Công nghệ tổ chức thực hiện 9 đề tài nghiên cứu về văn hóa Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa và HNQT, đề cập đến văn hóa tiêu dùng; về sức mạnh mềm của văn hóa; về văn hóa giao tiếp ứng xử cộng đồng;

về vấn đề văn hóa trong chính trị và văn hóa trong kinh tế; về hệ giá trị văn hóa và hệ giá trị chuẩn mực con người Việt Nam ...

Các chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam đã thực hiện nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa nhằm xây dựng HAVH của đất nước trên thế giới. Các nhà ngoại giao, nhà nghiên cứu văn hóa, các văn nghệ sĩ đã chủ động sáng tạo, nhằm tạo dựng và củng cố các quan hệ văn hóa, tăng cường giao lưu và hiểu biết giữa Việt Nam với các quốc gia, tích cực thực hiện các hoạt động đối ngoại của Đảng, ngoại giao Nhà nước, đối ngoại nhân dân.

Việt Nam đã triển khai thực hiện sâu rộng phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa” để xây dựng HAVH Việt Nam bằng sức mạnh cộng đồng. “Khát vọng và ý chí phát triển là động lực hết sức quan trọng để đưa mọi dân tộc đi tới thịnh vượng và thành công” [115, tr.673]. Phong trào được các cấp ủy, chính quyền triển khai thực hiện sâu rộng, thu được những kết quả tốt đẹp, làm thay đổi đời sống văn hóa Việt Nam, thanh lọc để giữ lại những giá trị chân chính và loại bỏ những biểu hiện không phù hợp trong văn hóa, tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của đất nước. Nội dung xây dựng nông thôn mới, xây dựng văn minh đô thị được cụ thể hóa thành các tiêu chí, triển khai trong thực tiễn. Các hoạt động văn hóa ngày càng được tổ chức nề nếp, trật tự và lành mạnh. Những biến tướng của các lễ hội như tình trạng thương mại hóa, trần tục hóa lễ hội được chấn chỉnh. Nhiều mô hình văn hóa đã xuất hiện: Nhà văn hóa tự quản, Tổ tự quản khu dân cư văn hóa, Phụ nữ xây dựng đường hoa, Cầu thang văn hóa, Tổ dân phố văn hóa “5 không” (không rác; không vi phạm pháp luật; không cháy nổ; không lấn chiếm vỉa hè, lòng đường; không vi phạm trật tự xây dựng). Hệ thống thiết chế văn hóa phục vụ nhân dân đã được đầu tư, nâng cấp và xây mới tại các khu dân sinh, cơ bản đã được đầu tư đúng địa chỉ, khai thác hiệu quả.

Hiện nay, “ba hăng số lớn của lịch sử dân tộc: kinh tế nông nghiệp, cư dân nông dân, xã hội nông thôn vẫn là những chỉ số quan trọng để nhận diện

người Việt Nam. Do đó, những căn tính nông dân, những đặc trưng của một xã hội nông nghiệp có ảnh hưởng rất lớn đến tất cả mọi giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam” [13, tr.12], thể hiện rõ trong văn hóa Việt Nam. Văn hóa dân gian vẫn là cơ chế vận hành quan trọng của văn hóa vì mối quan hệ cộng đồng vẫn là quan hệ chủ đạo trong xã hội, tính cộng đồng được đề cao và chi phối các quá trình sáng tạo, phổ biến, tiêu dùng sản phẩm văn hóa. Tính cộng đồng trong văn hóa thể hiện trong các thể chế phi chính thức, tạo ra các chuẩn mực, thói quen, khuôn mẫu ứng xử, luật tục, định hướng hành vi ứng xử của cá nhân, đóng vai trò rất quan trọng trong xây dựng HAVH gắn liền với khát vọng sáng tạo, vươn lên mà người dân chính là chủ thể quan trọng nhất.

3.1.2. Nội dung xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

Thứ nhất, xây dựng hình ảnh đời sống văn hóa

****Đời sống văn hóa vật chất***

Một là, trong quá trình HNQT, việc khuyến khích giao lưu văn hóa, công nhận và tôn trọng các giá trị văn hóa quốc tế, tạo điều kiện cho việc trao đổi và học hỏi văn hóa giữa Việt Nam và quốc tế đã làm cho đời sống văn hóa vật chất của Việt Nam phát triển hơn. Sự kết hợp giữa văn hóa truyền thống và hiện đại đã tạo nên một hình ảnh độc đáo và đa chiều về sự phát triển và đổi mới của đất nước, tạo nên hình ảnh đẹp về đời sống văn hóa Việt Nam. Ví dụ như áo dài, trang phục truyền thống của phụ nữ Việt Nam, đã được kết hợp với công nghệ hiện đại để tạo ra áo dài công nghệ. Những thiết kế này sử dụng vải công nghệ cao cấp và các chi tiết công nghệ như đèn LED, màn hình cảm ứng hay các cảm biến để tạo ra hiệu ứng độc đáo, tôn vinh vẻ đẹp truyền thống của áo dài, mang lại không gian cho sự sáng tạo và đổi mới trong ngành thời trang. Trong lĩnh vực âm nhạc, đã có sự kết hợp độc đáo giữa nhạc cụ truyền thống như đàn bầu, đàn tranh, đàn nguyệt và nhạc cụ điện tử hiện đại như synthesizer và drum machine, mang lại âm thanh mới lạ, đa tầng và độc

đáo mà vẫn giữ được vẻ đẹp truyền thống. Tranh dân gian kết hợp với các phương pháp và ý tưởng hiện đại, tạo ra những tác phẩm phản ánh sự đa dạng và phát triển của nghệ thuật Việt Nam. Tôn vinh, khai thác các yếu tố truyền thống cùng với sự đổi mới và sáng tạo, Việt Nam đã tạo ra HAVH độc đáo, đa chiều gắn với sự phát triển và đổi mới của đất nước. Việt Nam có nền văn hóa thống nhất trong đa dạng, có nhiều di sản văn hóa được UNESCO công nhận, như kiến trúc đại nội Huế, Phố cổ Hội An, Cố đô Hoa Lư, Hoàng Thành Thăng Long, Thành nhà Hồ... minh chứng cho sự đa dạng của văn hóa, tạo ra HAVH Việt Nam độc đáo và giàu giá trị trong quá trình phát triển và HNQT.

Hai là, Việt Nam đã chú trọng xây dựng văn hóa tiêu dùng thông minh. Để xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT, Bộ Chính trị đã ra Thông báo số 264-TB/TW ngày 31/7/2009 về tổ chức cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, từ đó xây dựng văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam, sản xuất ra nhiều hàng Việt Nam có chất lượng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, thành lập Hội Văn hóa doanh nghiệp tại 63 tỉnh/thành trên cả nước. Đây không chỉ là vận động người tiêu dùng để kích cầu sản xuất, mà còn là chủ trương lớn nhằm khơi dậy tinh thần yêu nước, lòng tự hào dân tộc, xây dựng văn hóa tiêu dùng, xây dựng văn hóa kinh doanh để các doanh nghiệp và người tiêu dùng biết đến tinh hoa văn hóa Việt Nam. Bởi tâm lý sính ngoại trong tiêu dùng có thể tạo điều kiện cho sự chiếm lĩnh của các giá trị nước ngoài, làm suy giảm các giá trị Việt, nảy sinh rào cản đối với nỗ lực xây dựng HAVH. Văn hóa tiêu dùng cũng chính là một phần HAVH Việt Nam, đo lường năng lực sáng tạo và thụ hưởng của người Việt Nam, cho thấy con người đã thay đổi căn bản, không còn dừng lại ở ăn no mặc ấm, mà là ăn ngon mặc đẹp, thỏa mãn nhu cầu.

Ba là, Việt Nam đã tập trung phát triển thương hiệu ẩm thực dân tộc trên bản đồ thế giới. Trong các thành tố văn hóa sinh hoạt vật chất có khả năng kiến tạo HAVH Việt Nam, ấn tượng nhất là ẩm thực. Từng vùng miền

có các món ăn riêng, thể hiện sự đa dạng và giàu có của nền ẩm thực kết tinh lao động trí tuệ của con người và đến lượt mình, nó tác động trở lại đối với xã hội, trở thành động lực cho sự phát triển. Khai thác những nét đặc sắc của nền văn hoá truyền thống thông qua ẩm thực là tiềm năng xây dựng HAVH. Nhiều sản phẩm ẩm thực đã trở thành thương hiệu quảng bá cho HAVH Việt Nam, nhờ sự kết hợp độc đáo giữa truyền thống và hiện đại. Bánh mì sandwich của Việt Nam đã được làm mới bằng việc kết hợp với các loại gia vị quốc tế và phong cách chế biến sáng tạo, có hương vị đặc trưng. Phở là món ăn nổi tiếng của Việt Nam. Bún riêu cua, bún bò Huế là món ăn truyền thống được thế giới biết đến. Bún chả là món ăn có sức sống lâu bền của Hà Nội, một trong những đặc sản ẩm thực Hà thành, tinh túy ẩm thực Việt Nam, hấp dẫn cả Tổng thống Mỹ B. Obama khi đến Việt Nam vào tháng 5/2016. Hội thảo về “*Xây dựng, quảng bá và phát triển các sản phẩm văn hoá ẩm thực đặc trưng của tỉnh Bắc Ninh*” diễn ra ngày 19/5/2022 khẳng định tiềm năng, thế mạnh của tỉnh Bắc Ninh- nơi hội tụ, sản sinh, lưu truyền nhiều giá trị di sản văn hóa tiêu biểu được UNESCO vinh danh.

*** *Đời sống văn hóa tinh thần***

Những giá trị văn hóa tinh thần chìm khuất bên trong vỏ bọc vật chất, không dễ nhận ra nhưng chính nó làm nên sự trường tồn của văn hóa, thể hiện quan niệm, lối sống, phong tục, thể hiện tinh thần dân tộc và nhân văn sâu sắc, góp phần quan trọng trong xây dựng HAVH Việt Nam.

Một là, các chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam đã chú trọng xây dựng nếp sống văn minh, xoá bỏ các hủ tục lạc hậu trong việc cưới, việc tang; xây dựng văn hóa lễ Tết, lễ hội. Những hủ tục đã bị đẩy lùi, các mỹ tục được phát huy. Báo cáo số 420-BC/BTGTW của Ban Tuyên giáo Trung ương ngày 9/6/2019 về sơ kết 5 năm thực hiện Nghị quyết số 33-NQ/TW; Kết luận số 76-KL/TW về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 33-NQ/TW của BCH Trung ương Đảng khóa XI cho thấy năm 2019 cả nước có 86,8% gia đình được công

nhận là gia đình văn hóa; 71,1% làng, bản, ấp, tổ dân phố; 71,2% cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp đạt chuẩn văn hóa, có 2.691 xã đạt chuẩn văn hóa nông thôn mới. “Đến năm 2020, cả nước đã có 7.495 xã (chiếm 91%) đạt tiêu chí về văn hóa theo bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới, tăng 24,5% so với năm 2015 và vượt 15,1% so với mục tiêu 5 năm giai đoạn 2016-2020” [78, tr.377]. Đây là kết quả tích cực về đời sống tinh thần của Việt Nam.

Hai là, môi trường văn hóa được xây dựng ngày càng lành mạnh, tốt đẹp hơn, đáp ứng nhu cầu sáng tạo và hưởng thụ giá trị văn hóa của nhân dân. Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam là đề “chủ động và tích cực hội nhập quốc tế... trong các lĩnh vực xã hội, môi trường, khoa học và công nghệ, giáo dục và đào tạo, văn hóa, du lịch và các lĩnh vực khác” [41, t.1, tr.164]. Ví dụ: sự kiện bầu cử đại biểu Quốc hội khóa XV và đại biểu HĐND các cấp nhiệm kỳ 2021-2016 diễn ra vào ngày 23/5/2021. Thành công của sự kiện chính trị này là nhờ có sự lãnh đạo, chỉ đạo thống nhất, đồng bộ của Bộ Chính trị, Ban Bí thư cùng hệ thống chính trị, sự ủng hộ, đồng thuận của cử tri cả nước. Đây là cuộc bầu cử có quy mô lớn nhất từ trước đến nay, với gần 84.767 khu vực bỏ phiếu. Tỷ lệ cử tri đi bầu lần này rất cao, đạt 99,60% tổng số cử tri cả nước, cho thấy văn hóa thực sự đã thấm sâu vào đời sống, ý Đảng thực sự đã gắn với lòng dân.

Ba là, để xây dựng HAVH Việt Nam, Việt Nam đã chú trọng công tác văn hóa văn nghệ. Các chuẩn mực văn hóa được khẳng định, các giá trị văn hóa được phát huy, các hành vi không phù hợp với giá trị đạo đức, với quy định của pháp luật dần bị loại bỏ. Số lượng và chất lượng các đơn vị nghệ thuật ngày càng tăng. Theo báo cáo của Bộ VH, TT&DL, cả nước hiện có 128 đơn vị nghệ thuật biểu diễn sân khấu công lập, trong đó có 12 đơn vị trực thuộc Bộ VH, TT&DL, 101 đơn vị trực thuộc Sở Văn hóa Truyền thông, Sở VH, TT&DL các tỉnh, 15 đơn vị thuộc lực lượng vũ trang. Nhân lực của nghệ thuật sân khấu Việt Nam lên tới hơn 3.000 người, năng lực và phẩm chất

nguồn nhân lực về cơ bản đáp ứng yêu cầu công tác văn hóa văn nghệ, góp phần xây dựng HAVH Việt Nam.

Thứ hai, xây dựng hệ giá trị văn hóa

Một là, Việt Nam đã chủ động xây dựng hệ giá trị văn hóa trong quá trình HNQT. Đây là đóng góp thiết thực và cụ thể của các nhà nghiên cứu, các nhà hoạt động văn hóa, các tổ chức nghiên cứu khoa học và hoạt động văn hóa, khẳng định vai trò của khoa học và công nghệ là “quốc sách hàng đầu, là động lực then chốt để phát triển đất nước” [41,t.1, tr.136]. Hơn 10 năm qua, chúng ta vẫn đang tích cực tập trung nghiên cứu, xác định và triển khai xây dựng để hoàn thiện hệ giá trị văn hóa Việt Nam thời kỳ mới. Hội nghị Văn hóa toàn quốc triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội lần thứ XIII của Đảng được tổ chức vào ngày 24/11/2021 tại Hà Nội. Tại Hội nghị, các cán bộ lãnh đạo và quản lý văn hóa đã có những trao đổi cởi mở, dân chủ, thẳng thắn trên cơ sở tôn trọng ý kiến và chủ động tiếp cận đa tầng về những vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến hệ giá trị và sự biến đổi của giá trị văn hóa Việt Nam trong bối cảnh HNQT hiện nay.

Hai là, các nhà khoa học đã rất quan tâm đến vấn đề xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam thời kỳ mới. Có nhiều tham luận trực tiếp bàn về xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam: *Cảm nhận hay phác thảo về hệ giá trị quốc gia của tác giả Đinh Tiến Dũng; Xây dựng hệ giá trị văn hóa con người Việt Nam trong đường lối, chính sách phát triển văn hóa của Đảng của tác giả Phạm Văn Dương; Một số giải pháp thực hiện nhiệm vụ khơi dậy khát vọng phát triển Việt Nam phồn vinh, hạnh phúc, phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước của tác giả Phạm Duy Đức; Phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong bối cảnh mới của tác giả Nguyễn Duy Bắc...* Nhà khoa học Đinh Xuân Dũng đã nhận định: xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam là “một đại vấn đề, vấn đề không lồ liên quan trực tiếp đến toàn quốc gia, đất nước, toàn dân tộc, vì vậy cần

một quá trình nghiên cứu công phu, khoa học, một năng lực tổng kết thực tiễn sâu sắc, không chỉ thực tiễn hiện tại mà cả quá khứ lịch sử, truyền thống và một đề xuất, tổng hợp có tầm khái quát cao nhất, có ý nghĩa và giá trị định hướng tương lai. Và tất nhiên, vì vậy, đó không phải là kết quả nghiên cứu, đề xuất của một vài người mà là sự nối tiếp nhau suy nghĩ, là kết quả của trí tuệ nhiều người với sự đồng thuận của đa số quần chúng...” [13, tr.50].

Ba là, đã có nhiều đề tài khoa học được triển khai để xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam, cho dù “khoảng hơn 20 năm qua, việc nỗ lực đúc kết và xây dựng hệ giá trị văn hóa con người Việt Nam đã được tiến hành công phu, song đến nay chưa đạt tới sự đồng thuận, đang tiếp tục mở ra các hướng đúc kết và xây dựng mới. Tất cả các kết quả nghiên cứu đang ở dạng đề xuất, gợi mở với nhiều phương án khác nhau”. Ví dụ: đề tài khoa học nghiên cứu về *Hệ giá trị văn hóa và con người Việt Nam thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế* do các nhà khoa học Nguyễn Ngọc Thiện và Từ Thị Loan đồng chủ nhiệm, mã số: KX.04.19/16-20, là một nỗ lực lớn trong xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam. Đây là những cố gắng rất đáng ghi nhận của các nhà khoa học, nhưng chúng ta vẫn cần tiếp tục nghiên cứu về hệ giá trị văn hóa Việt Nam để xây dựng HAVH Việt Nam.

Thứ ba, xây dựng các biểu tượng văn hóa

Một là, chúng ta đã đẩy mạnh xây dựng các biểu tượng văn hóa mang tính thiêng, biểu trưng cho sức mạnh cội nguồn và đặc trưng văn hóa dân tộc. Những biểu tượng văn hóa đã được sử dụng trong hoạt động xây dựng HAVH Việt Nam, giúp tạo dấu ấn và định vị hình ảnh đặc trưng của đất nước như Quốc kỳ, Quốc huy, Quốc ca, Trống đồng Đông Sơn... Rồng là linh thú đứng đầu các loại linh vật, biểu tượng của văn hóa truyền thống, biểu tượng cội nguồn, tạo nên tinh thần đoàn kết dân tộc. Rùa là một trong tứ linh thần thú, có nhiệm vụ trấn giữ bốn phương, đi vào tiềm thức của người dân Việt Nam ngay từ những buổi đầu dựng nước, tượng trưng cho công thành danh toại, tài

lộc phúc lành. Quốc Tử Giám là biểu tượng của ngàn năm văn hiến. Hồ là Chúa sơn lâm, biểu tượng cho sức mạnh dẻo dai và quyền uy.

Hai là, các biểu tượng văn hóa được chú trọng gắn liền với thực tiễn đời sống. Áo dài là trang phục truyền thống của người phụ nữ Việt Nam, đã trở thành biểu tượng không thể thiếu khi nói về văn hóa của đất nước. Trong các sự kiện quan trọng, người Việt mặc áo dài để thể hiện sự tự hào và tôn vinh văn hóa. Áo dài lan tỏa ra thế giới, trở thành biểu tượng của Việt Nam trong các sự kiện ngoại giao và trình diễn thời trang quốc tế. Sự kết hợp giữa yếu tố truyền thống và phong cách hiện đại trong thiết kế đã làm nổi bật vẻ đẹp và sự quyến rũ của trang phục mang trong mình ý nghĩa lịch sử, văn hóa độc đáo. Nón lá gắn bó sâu sắc với môi trường tự nhiên và xã hội Việt Nam, được sử dụng như một vật phẩm bảo vệ, xuất hiện trong cuộc sống hàng ngày của người dân, từ công việc nông nghiệp cho đến các lễ hội và sinh hoạt đời thường, sử dụng trong nghệ thuật truyền thống như múa rối, trang trí trong kiến trúc. Với hình dạng độc đáo và ý nghĩa văn hóa sâu sắc, nón lá đã trở thành biểu tượng không thể thiếu khi nói về Việt Nam, được sử dụng rộng rãi trong các hoạt động quảng bá du lịch, giúp khẳng định HAVH Việt Nam.

Các cung điện như Hoàng Thành Thăng Long, Cung điện Huế... là biểu tượng, là di sản văn hóa thế giới tại Việt Nam, mang trong mình giá trị lịch sử và văn hóa đặc trưng. Vịnh Hạ Long là di sản thiên nhiên thế giới, có cảnh quan vô cùng đặc biệt và tuyệt đẹp, với hàng nghìn hòn đảo đá vôi hình thành từ hàng triệu năm. Chùa Một Cột là điểm du lịch nổi tiếng, được xây dựng vào thế kỷ XI với kiến trúc rất độc đáo, giống như một bông sen không lò, bao phủ bởi các mái vòm và cánh hoa sen, được xây dựng trên một cột đá chắc chắn, một kỹ thuật kiến trúc tinh tế và độc đáo, biểu đạt của sự bền vững, may mắn và tôn kính đối với Phật giáo. Với kiến trúc độc đáo và ý nghĩa sâu sắc, ngôi chùa đã trở thành biểu tượng đặc biệt của Việt Nam.

Ba là, biểu tượng văn hóa Việt Nam không chỉ là các di sản văn hóa, mà còn là các danh nhân văn hóa của dân tộc, vì thế trong xây dựng HAVH, các chủ thể đã chú trọng lan tỏa giá trị tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh và các danh nhân văn hóa. Việt Nam đã tiến hành xây dựng tượng đài Hồ Chí Minh, xây dựng công viên, bảo tàng, nhà lưu niệm, viện nghiên cứu... mang tên Hồ Chí Minh; tổ chức các hoạt động triển lãm, hội thảo quốc tế, xuất bản ấn phẩm, phim ảnh về cuộc đời, sự nghiệp của Hồ Chí Minh không chỉ ở Việt Nam, mà còn ở nhiều nơi trên thế giới; không chỉ bằng tiếng Việt mà còn bằng tiếng Trung Quốc, tiếng Anh, tiếng Nga, tiếng Pháp,... Việc tôn vinh Hồ Chí Minh “được triển khai ở tất cả các châu lục tại hơn 100 quốc gia, vùng lãnh thổ trên thế giới thông qua mạng lưới 94 cơ quan đại diện ở các nước sở tại cũng như các nước kiêm nhiệm với nhiều hình thức và quy mô đa dạng, phong phú” [19, tr.116]. Việt Nam cũng tích cực giới thiệu thân thế và cuộc đời Nguyễn Trãi; Nguyễn Du; Hồ Xuân Hương, Chu Văn An, Nguyễn Đình Chiểu... từ đó lan tỏa giá trị và HAVH Việt Nam ra thế giới. Người Việt Nam sống ở nước ngoài tự hào về các danh nhân, họ sẽ tuyên truyền để các thế hệ con cháu noi theo các tấm gương ấy, để HAVH Việt Nam được kế truyền và thấm sâu vào đời sống. Việt Nam cũng đã xây dựng các biểu tượng văn hóa các địa phương như Hà Nội là “thành phố hòa bình”, “thành phố sáng tạo”, góp phần lan tỏa giá trị văn hóa, xây dựng HAVH Việt Nam hòa bình, năng động, sáng tạo trong HNQT.

Thứ tư, xây dựng thương hiệu quốc gia và văn hóa doanh nghiệp

Vấn đề xây dựng thương hiệu quốc gia và văn hóa doanh nghiệp đã được tiến hành, góp phần xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Các doanh nghiệp Việt Nam đã tạo nên năng lực cạnh tranh của đất nước, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, góp phần khắc họa HAVH Việt Nam. Hằng năm, Chính phủ đều tổ chức hội nghị để Thủ tướng Chính phủ lắng nghe ý kiến của doanh nghiệp, kịp thời chỉnh sửa bổ sung và ban hành Nghị

quyết cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh. Ví dụ: trong nhiệm kỳ 2016 - 2020, Việt Nam đã cắt giảm, đơn giản hóa khoảng 6,8 nghìn trong tổng số 9,9 nghìn dòng hàng kiểm tra chuyên ngành; cắt giảm, đơn giản hóa khoảng 3,9 nghìn trong tổng số 6,2 nghìn điều kiện kinh doanh; cắt giảm 30 thủ tục hành chính liên quan đến kiểm tra chuyên ngành; hơn 1,5 nghìn mặt hàng kiểm tra chuyên ngành chồng chéo đã được xử lý;... Vị trí xếp hạng môi trường kinh doanh toàn cầu của Việt Nam tăng từ thứ 90/189 năm 2016 lên thứ 70/190 quốc gia, vùng lãnh thổ năm 2019 [41, t.2, tr.29].

3.1.3. Phương thức xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Thứ nhất, thông qua các hoạt động bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa

Một là, Việt Nam luôn chú trọng bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống để xây dựng HAVH Việt Nam. Từ năm 2011 đến nay, các di sản văn hóa của Việt Nam đã được Tổ chức UNESCO tiếp tục công nhận như Thành nhà Hồ (2011), Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương (2012), Đờn ca tài tử Nam bộ (2013), Quần thể danh thắng Tràng An - di sản thế giới hỗn hợp đầu tiên của Việt Nam (2014)... “Thực trạng bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc trong xây dựng và phát triển văn hóa Việt Nam đã đạt nhiều kết quả tích cực...ngày càng có sự nhận thức và quan tâm cao hơn về giá trị văn hóa dân tộc trong xã hội Việt Nam. Qua việc giáo dục, nghiên cứu và tuyên truyền, người dân đang hiểu rõ hơn về các giá trị văn hóa dân tộc và ý nghĩa của chúng đối với sự đoàn kết và phát triển của quốc gia” [PVS 15], góp phần xây dựng HAVH Việt Nam trong cộng đồng quốc tế.

Hai là, chúng ta đã xây dựng các thiết chế văn hóa như trung tâm văn hóa, nhà văn hóa cộng đồng..., là nơi tổ chức các hoạt động văn hóa, giao lưu học hỏi và tương tác giữa các thành viên, tạo ra môi trường chia sẻ và truyền bá các giá trị văn hóa. Các sự kiện văn hóa: ngày Văn hóa các dân tộc Việt Nam (19/4); ngày Di sản văn hóa Việt Nam (23/11)... đã được tổ chức, tăng cường sự gắn kết xã hội, khơi nguồn cho sự phát triển văn hóa. Việt Nam luôn chú trọng tinh thần hợp tác và công bằng, bởi vì xây dựng HAVH Việt

Nam gắn với sự phát triển bền vững của đời sống văn hóa đòi hỏi sự tham gia và đồng lòng của cộng đồng, đảm bảo mọi người có cơ hội tham gia tạo dựng hình ảnh tích cực về văn hóa đa dạng và tươi đẹp của đất nước.

Ba là, Việt Nam đã thực hiện các hoạt động như tổ chức hội chợ truyền thống, triển lãm văn hóa dân gian và các buổi biểu diễn nghệ thuật truyền thống trong và ngoài nước. Hội chợ truyền thống là nơi tập trung của những hoạt động trải nghiệm văn hóa dân gian, triển lãm văn hóa dân gian là một hoạt động quan trọng để trưng bày và giới thiệu những tác phẩm nghệ thuật và văn hóa dân gian của Việt Nam như tranh, điêu khắc, đồ gốm, đồ thủ công và các sản phẩm truyền thống khác. Các buổi biểu diễn nghệ thuật góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc. Hoạt động bảo tồn và phát triển ngôn ngữ, văn học của Việt Nam cũng được thực hiện, giúp lan tỏa văn hóa Việt Nam ra thế giới, thúc đẩy bảo tồn và phát triển ngôn ngữ, xây dựng HAVH Việt Nam trong lòng quốc tế.

Bốn là, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa các dân tộc thiểu số cũng được đặc biệt quan tâm. Nhiều cuộc Hội thảo khoa học đã được tổ chức: Hội thảo khoa học “Bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa các dân tộc thiểu số Việt Nam trong thời kì đổi mới” năm 2019; Hội thảo “Giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa bảo tồn di sản văn hóa với phát triển kinh tế - xã hội”, Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia tổ chức năm 2020... Chương trình mục tiêu phát triển văn hoá đã được triển khai thực hiện hiệu quả, phục dựng hơn 80 lễ hội truyền thống tiêu biểu của các dân tộc thiểu số, bảo tồn các làng nghề truyền thống... Làng Văn hóa - Du lịch các dân tộc Việt Nam đi vào hoạt động hơn 10 năm nay là minh chứng về việc người dân trực tiếp xây dựng HAVH thông qua các hoạt động sống của chính mình.

Thứ hai, thông qua các hoạt động văn hóa đối ngoại, ngoại giao văn hóa và giao lưu tiếp biến văn hóa

Một là, Việt Nam đã tham gia và đóng góp tích cực trong các sự kiện quốc tế liên quan đến văn hóa: Liên hoan nghệ thuật Venice, Triển lãm kiến trúc Venice và Expo Milano 2015... “Các hoạt động biểu diễn sân khấu, nhạc kịch, nghệ thuật truyền thống và các sự kiện văn hóa như lễ hội đã được tổ chức nhiều hơn và thu hút sự quan tâm của công chúng trong nước và du khách quốc tế, qua đó xây dựng ý thức cộng đồng và tinh thần đoàn kết trong xã hội” [PVS 6], thúc đẩy giao lưu văn hóa. Thông qua đó, HAVH Việt Nam sôi động và giàu sức sáng tạo đã được bạn bè thế giới biết đến.

Việt Nam không chỉ gửi các nhóm nghệ thuật truyền thống biểu diễn ở các sự kiện quốc tế như festival văn hóa, tuần lễ văn hóa và các chương trình biểu diễn nghệ thuật tại các quốc gia, mà còn tổ chức các Festival văn hóa tại nước mình. Trong Festival Văn hóa Á - Âu, được tổ chức tại Đà Nẵng hàng năm vào tháng 4, Việt Nam đã tổ chức các buổi diễn văn và biểu diễn âm nhạc nhằm giới thiệu văn hóa truyền thống đặc sắc của đất nước như ca trù, xẩm, nhạc cung đàn, nhạc dân tộc, các bài hát truyền thống. Những màn biểu diễn cũng được tổ chức để tái hiện các điệu múa như múa rối nước, múa nón quai thao, múa lân với những trang phục truyền thống đẹp mắt. Nhiều bộ phim xuất sắc đã được trao giải thưởng tại các kỳ Liên hoan phim quốc tế, xác lập vị trí của văn hóa Việt Nam trên thế giới. Bộ phim “Cô Ba Sài Gòn” (đổi tên thành “The Tailor” trong phiên bản quốc tế) đã được công chiếu tại Liên hoan phim Cannes vào tháng 5/2017, lan tỏa HAVH Việt Nam đến với khán giả quốc tế. Việt Nam đã tham gia nhiều Liên hoan phim quốc tế uy tín trên thế giới, chủ động đăng cai, tổ chức nhiều sự kiện văn hóa có quy mô, uy tín như Liên hoan Phim Quốc tế Hà Nội, Liên hoan Xiếc quốc tế, Liên hoan Múa rối quốc tế,... với các hoạt động như diễu hành đường phố, biểu diễn nghệ thuật, triển lãm, các hoạt động văn hóa truyền thống.

Các sự kiện văn hóa tại Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng HAVH Việt Nam. Ví dụ mỗi năm, vào tháng 3, thành phố Hồ Chí

Minh tổ chức Lễ hội Áo Dài để tôn vinh trang phục truyền thống của Việt Nam, thu hút hàng ngàn du khách. Hay như đoàn làm phim Kong quay phim ở Ninh Bình đã góp phần quảng bá HAVH Việt Nam tới thế giới. Triển lãm mỹ thuật quốc tế Vietnam Fine Arts Exhibition diễn ra hàng năm tại Hà Nội, phổ biến các tác phẩm và nghệ thuật từ các họa sĩ và nhà điêu khắc Việt Nam cũng như quốc tế, cung cấp cơ sở để giao lưu văn hóa.

Hai là, các hoạt động ngoại giao văn hóa đã được đẩy mạnh, nhất là ngoại giao nhân dân, góp phần xây dựng HAVH Việt Nam. Tổ chức triển lãm nghệ thuật là một hoạt động ngoại giao văn hóa phổ biến của Việt Nam. Ví dụ như triển lãm “Vietnam: A Land of Heritage” diễn ra tại Bảo tàng Quốc gia Mỹ - Washington D.C. từ tháng 6 đến tháng 9/2013 là cơ hội để giới thiệu văn hóa Việt Nam đến quốc tế. Trong triển lãm, các hiện vật, tranh ảnh và bản đồ được trưng bày nhằm tái hiện và giới thiệu về cuộc sống, văn hóa và lịch sử của Việt Nam. Các hiện vật và tư liệu trưng bày tại triển lãm bao gồm các đồ trang sức, áo dài truyền thống, đồ gốm, tranh vẽ và các tác phẩm điêu khắc tạo cơ hội cho công chúng quốc tế hiểu rõ hơn về HAVH Việt Nam.

Việt Nam đã tạo ra những chiến dịch truyền thông để xây dựng HAVH. Ví dụ: “Lễ hội Du lịch - Văn hóa Việt Nam và Hội thảo xúc tiến du lịch Việt Nam tại Hàn Quốc; Hội chợ Phương Đông ở Italia mà Việt Nam là khách mời danh dự, Liên hoan ẩm thực từ thiện các nước ASEAN, Hội chợ Bazaar ASEAN (Indônêxia); Lễ hội du lịch thương mại hằng năm Gramado Festurist (Braxin)...” “Lễ hội Việt Nam tại Nhật Bản” năm 2016; “Những ngày văn hóa Việt Nam tại Philippin 2016”; “Ngày Việt Nam 2017” do Hội sinh viên và cộng đồng người Việt tại thủ đô Wellington tổ chức; “Ngày Văn hóa Việt Nam tại Xiôvakia 2017” do Hội Phụ nữ Việt Nam tại Xiôvakia tổ chức; “Ngày Việt Nam tại Học viện Quan hệ quốc tế Moscow” do Hội sinh viên Việt Nam tại Học viện Quan hệ quốc tế Moscow tổ chức tháng 4/2018; “Những ngày văn hóa Việt Nam” do sinh viên quốc tế tại Đại học RUDN tổ chức tháng

4/2018; “Ngày Văn hóa Việt Nam” do Đại sứ quán Việt Nam tại Ai Cập tổ chức tháng 4/2018; “Những ngày Việt Nam tại Mianma” do Đại sứ quán Việt Nam tại Mianma tổ chức tháng 5/2018; “Những ngày văn hóa Việt Nam tại Bêlarút” do Đại sứ quán Việt Nam tại Bêlarút tổ chức tháng 6/2018; “Ngày Việt Nam tại Ucraina” do Đại sứ quán Việt Nam tại Ucraina tổ chức tại thành phố Lvov, Kiev tháng 6/2018...”[18, tr.119].

Ba là, chúng ta đã tăng cường hoạt động văn hóa đối ngoại. Quyết định phê duyệt “Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030” số 210/QĐ-TTg ngày 8/2/2015 đã khẳng định: “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. Các hoạt động văn hóa đối ngoại với quy mô khác nhau đã được tổ chức ở khắp các châu lục... 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”.

Thứ ba, thông qua hoạt động của báo chí và truyền thông, nhất là báo chí đối ngoại

Một là, các phương tiện truyền thông đã thực hiện vai trò quan trọng trong việc xây dựng HAVH Việt Nam. Bằng cách thể hiện, truyền bá và quảng bá các giá trị văn hóa đặc trưng của quốc gia, các phương tiện truyền thông tác động đến nhận thức của công chúng về văn hóa Việt Nam thông qua ngôn ngữ, âm nhạc, mỹ thuật, truyền thống và phong tục. “Ban Đối ngoại Đài Tiếng nói Việt Nam (VOV5) quảng bá văn hóa Việt Nam với thế giới bằng 13 thứ tiếng. Bộ Ngoại giao xây dựng nhiều ấn phẩm quảng bá, tuyên truyền như

video clip “Welcome to Viet Nam”, sách Viet Nam a Country Book, Gateway to Viet Nam, Viet Nam My Love... Đài Tiếng nói Việt Nam đã sản xuất nhiều ấn phẩm và chương trình ngoại giao văn hóa như: "Hương quê nhà", "Hà Nội ngàn năm", “Cửa sổ văn hóa”, bản tin “Văn hóa Việt”, các chuyên mục: “Di sản văn hóa”, “Tiếng Việt”, “Văn hóa ẩm thực Việt...” [18, tr.121]. Các trang web, blog và kênh YouTube chuyên biệt chia sẻ câu chuyện dân gian, nhân vật lịch sử và truyền thuyết, góp phần đa dạng hóa và bảo tồn văn hóa Việt Nam. Các phương tiện truyền thông đóng vai trò lớn trong xây dựng HAVH Việt Nam. Cộng đồng người Việt hiểu rõ hơn về lịch sử, phong tục, nghệ thuật của đất nước, tích cực tham gia xây dựng HAVH Việt Nam thông qua hoạt động của báo mạng điện tử, qua các nền tảng mạng xã hội đang ngày càng phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam và thế giới, đúng như quan điểm của Đảng ta: “Xây dựng nền báo chí, truyền thông chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại. Tăng cường quản lý và phát triển các loại hình truyền thông, thông tin trên internet.” [41, t.1, tr.146].

Hai là, báo chí đối ngoại Việt Nam đã có nhiều hoạt động xây dựng HAVH Việt Nam. Hiện nay, chúng ta đang có 779 cơ quan báo chí, 72 cơ quan được cấp phép hoạt động phát thanh truyền hình với tổng số 87 kênh phát thanh và 193 kênh truyền hình, nhiều cơ quan báo chí có ấn phẩm hoặc chuyên trang xuất bản bằng tiếng nước ngoài, thuận lợi cho việc xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Nhiều cơ quan có trang tin trên mạng xã hội. Các chương trình, các chuyên mục, ấn phẩm bằng tiếng nước ngoài ngày càng tăng, thúc đẩy quá trình HNQT. Các văn phòng báo chí Việt Nam thường trú tại nước ngoài được quan tâm. Ví dụ năm 2018 chúng ta có 57 văn phòng báo chí thường trú tại nước ngoài, phóng viên Việt Nam thường trú tại nước ngoài là 148 người, chưa kể cộng tác viên [18, tr.26]. Hoạt động của họ đã góp phần xây dựng HAVH Việt Nam năng động, hiện đại.

Các cơ quan báo chí xây dựng HAVH Việt Nam. Đài Truyền hình Việt Nam đã tích cực xây dựng HAVH Việt Nam khi tổ chức mạng lưới trao đổi tin bài quốc tế với gần 40 đài truyền hình trên thế giới. Đài Tiếng nói Việt Nam cũng nhanh chóng cập nhật thông tin đối ngoại trên kênh VTC - Đài Truyền hình kỹ thuật số bằng tiếng Việt và tiếng Anh; trong các Bản tin tổng hợp hằng ngày, sử dụng 13 ngôn ngữ; tiến hành đăng tải thông tin trên các trang điện tử như vov.vn, vovworld.vn, vtcnews.vn... Thông tấn xã Việt Nam có các tờ báo in, báo điện tử xuất bản bằng 10 ngôn ngữ, phát triển một số báo in và báo điện tử đối ngoại đối với 03 đơn vị thông tin đối ngoại: Báo Việt Nam News, Báo ảnh Việt Nam và báo điện tử VietnamPlus.

Ba là, báo chí nước ngoài tích cực xây dựng HAVH Việt Nam. Các tờ báo và trang web như The New York Times, BBC, CNN và Al Jazeera thường có các bài viết và phóng sự về Việt Nam, giới thiệu về văn hóa, lịch sử, du lịch và cuộc sống hàng ngày của người Việt. Báo chí nước ngoài thường đăng tải những bài viết giới thiệu về các nét đặc trưng của văn hóa Việt Nam như áo dài, hát chèo, múa rối nước, ẩm thực truyền thống; đi về các điểm du lịch nổi tiếng của Việt Nam như Vịnh Hạ Long, Phong Nha Kẻ Bàng, Đại nội Huế, Hội An, Sapa... Chuyên trang ẩm thực Traveller của Australia hay Tạp chí du lịch nổi tiếng Travel + Leisure đã quảng bá Việt Nam có nền ẩm thực hàng đầu châu Á và thế giới, có cảnh quan thiên nhiên tuyệt đẹp, có di tích lịch sử văn hóa độc đáo, có những điểm đến hấp dẫn như Hà Nội, Đà Nẵng, Nha Trang ... Lễ hội hoa tulip, lễ hội hoa anh đào, Lễ hội pháo hoa quốc tế Đà Nẵng, Lễ hội trà quốc tế ở Thái Nguyên hay các sự kiện thể thao cũng được báo chí thế giới thông tin. Chính những hoạt động này đã góp phần xây dựng HAVH Việt Nam giàu bản sắc, giàu giá trị.

Bốn là, Việt Nam luôn tạo điều kiện để các nhà báo quốc tế tới Việt Nam tác nghiệp. Năm 2018, Bộ Ngoại giao đón hơn 300 đoàn với khoảng 2.100 phóng viên nước ngoài. Theo số liệu của Bộ Ngoại giao, năm 2019 Việt Nam đã

đón gần 4.000 phóng viên nước ngoài đến tác nghiệp, hơn 3.300 phóng viên đã đến trong 6 tháng đầu năm. Sự kiện Hội nghị Thượng đỉnh Mỹ - Triều thu hút sự có mặt 2.600 phóng viên của 218 hãng thông tấn, báo chí từ 37 quốc gia và vùng lãnh thổ. Năm 2017 có 13.187 tin, bài trên các hãng thông tấn, báo chí nước ngoài viết về Việt Nam. Năm 2018 có 9.509 tin, bài nói về Việt Nam. Năm 2020, do tình hình đại dịch Covid-19, chỉ khoảng 300 phóng viên nước ngoài vào Việt Nam. Nhà nước đã tạo điều kiện để 38 văn phòng báo chí nước ngoài thường trú tác nghiệp, các bài viết đã được hàng nghìn trang tin, báo chí thế giới dẫn lại, lan tỏa HAVH Việt Nam [18, tr.28].

Thứ tư, thông qua các hoạt động xây dựng thương hiệu quốc gia, xây dựng văn hóa doanh nghiệp

Một là, để phù hợp với yêu cầu của HNQT, Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam năm 2003 được Chính phủ chỉnh sửa, bổ sung. Căn cứ khoản 2 Điều 18 Nghị định 28/2018/NĐ-CP, Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam xây dựng mục tiêu, chiến lược và kế hoạch phát triển theo từng thời kỳ; xây dựng hệ thống tiêu chí, biểu trưng thương hiệu quốc gia; hỗ trợ doanh nghiệp phát triển sản phẩm đáp ứng hệ thống tiêu chí thương hiệu quốc gia; hỗ trợ xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu ở trong nước và nước ngoài; thông tin, truyền thông cho Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam ở trong nước và nước ngoài. Đã có 499 lượt doanh nghiệp tiêu biểu được vinh danh qua 7 kỳ xét chọn; hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực kinh doanh, phát triển thương hiệu. Số lượng các doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam tăng từ 97 doanh nghiệp năm 2018 lên 124 doanh nghiệp năm 2020. Theo tổ chức Brand Finance, thương hiệu quốc gia Việt Nam được định giá tăng 29% từ 247 tỉ USD năm 2019 lên 319 tỷ năm 2020, tăng thêm 9 hạng từ hạng 42 lên hạng 33 thế giới. “Trong bảng xếp hạng của Brand Finance, 4 thương hiệu viễn thông của Việt Nam đều nằm trong danh sách 300 thương hiệu viễn thông giá trị nhất thế giới. Năm 2019, Tập

đoàn Công nghiệp - Viễn thông Quân đội vươn lên đứng thứ 2 trong ASEAN và xếp vị trí thứ 47 trong top 50 thương hiệu viễn thông lớn nhất thế giới” [41, t.2, tr.24]. Những kết quả trên cho thấy tính năng động, sáng tạo của các doanh nghiệp đã thích ứng với những thay đổi của kinh tế thị trường, khẳng định chiến lược phát triển Thương hiệu quốc gia.

Hai là, Việt Nam cũng chú trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp, đó là những giá trị cốt lõi mà mọi người trong doanh nghiệp cùng thừa nhận và trân trọng, tạo nên uy tín và thương hiệu, quyết định sự phát triển của doanh nghiệp. Các giá trị đó là triết lý và đạo đức kinh doanh; là cách tổ chức, quản lý và giao tiếp của doanh nghiệp; là các giá trị tiềm ẩn như niềm tin và các giá trị bên ngoài như biểu tượng, logo, slogan, lễ nghi và lễ hội...

3.1.4. Thực trạng môi trường và điều kiện xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

Thứ nhất, Việt Nam xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc và nền kinh tế thị trường định hướng XHCN để kiến tạo môi trường và điều kiện xây dựng hình ảnh văn hóa trong quá trình hội nhập quốc tế

Nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc tạo môi trường và điều kiện thuận lợi để trong những năm qua, Việt Nam xây dựng HAVH của mình. Tính cộng đồng trong văn hóa lối sống, tính duy tình trong nếp cảm nếp nghĩ đã tạo nên sức mạnh đoàn kết, lòng tự hào tự tôn dân tộc, khơi dậy nguồn lực sáng tạo để nhân dân kế thừa có chọn lọc và sáng tạo các giá trị, các biểu tượng văn hóa, vừa đậm đà bản sắc vừa tiên tiến, hiện đại.

Nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc và sự phát triển của kinh tế thị trường định hướng XHCN đã *tác động tích cực* đến xây dựng HAVH Việt Nam trong HNQT. Sự phát triển của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN tăng cường chất lượng cuộc sống cho con người, nâng cao mức sống và chất lượng cuộc sống, tạo điều kiện thuận lợi để xây dựng một HAVH Việt Nam khởi sắc, lạc quan, giúp Việt Nam mở rộng giao lưu văn hóa và tiếp cận

thông tin, tiếp thu những giá trị văn hóa mới. Nền kinh tế thị trường cung cấp một cơ sở vững chắc cho việc xây dựng HAVH Việt Nam là một điểm đến hấp dẫn, thu hút du khách quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi để đầu tư vào bảo tồn và phát triển văn hóa truyền thống, phục hồi các di sản văn hóa, đóng góp vào việc xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Môi trường kinh doanh phát triển và tiến bộ thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo trong các lĩnh vực nghệ thuật, mở ra cơ hội cho các nghệ sĩ khám phá và thể hiện đặc trưng văn hóa Việt Nam, phù hợp với môi trường văn hóa quốc tế.

Tuy nhiên, nền kinh tế thị trường cũng có những *tác động tiêu cực* đến xây dựng HAVH Việt Nam, “tạo nên những tiêu cực trong hoạt động kinh tế như gian lận thuế, hàng giả, hàng độc hại tràn lan, môi trường tự nhiên bị xâm hại nghiêm trọng v.v.. Những tác hại đó không những gây khó khăn cho sự phát triển bền vững của đất nước, gây thiệt hại cho người tiêu dùng, tệ hơn nữa, thói gian dối đó đã góp phần làm tha hóa nhân cách của toàn xã hội, làm mất dần tính trung thực, lòng tin yêu và tinh thần hữu ái giữa con người với con người” [24, tr.22].

Thứ hai, Việt Nam xây dựng hình ảnh văn hóa trong bối cảnh đất nước đổi mới căn bản, khẳng định vị thế trên trường quốc tế

Công cuộc đổi mới đất nước đã *tác động tích cực* đến việc xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Trước tiên, đổi mới đã mở cửa kinh tế và gia tăng quan hệ quốc tế của Việt Nam, tạo điều kiện thuận lợi cho giao lưu văn hóa và tiếp cận thông tin từ nước ngoài. Việc tiếp thu và chia sẻ các giá trị văn hóa quốc tế đã làm phong phú hóa HAVH Việt Nam và mang lại sự đa dạng trong các hoạt động văn hóa. Đổi mới tạo điều kiện để Việt Nam khám phá và bảo tồn di sản văn hóa. Qua đó, HAVH Việt Nam đã trở nên đa dạng và hấp dẫn trong quá trình HNQT. Đổi mới đã thúc đẩy sự phát triển và đổi mới trong lĩnh vực nghệ thuật và giải trí của Việt Nam. Nhiều nhà làm phim, nhạc sĩ, nhà văn và nghệ sĩ khác đã kết hợp các yếu tố văn hóa Việt

Nam với xu hướng quốc tế để tạo. Đổi mới đã tác động đến ý thức cộng đồng, khơi dậy sự tự hào về văn hóa Việt Nam và nhận thức về giá trị của nó trong quá trình HNQT. Người dân Việt Nam được khuyến khích để tự tin phát huy và bảo tồn các giá trị văn hóa riêng biệt của mình, từ đó xây dựng HAVH Việt Nam đa dạng và phong phú trong mắt thế giới.

Tuy nhiên hiện nay “cả lý luận và thực tiễn đều cho thấy, xây dựng chu kỳ xã hội là kiến tạo một kiểu xã hội mới về chất, hoàn toàn không hề đơn giản, dễ dàng. Đây là cả một sự nghiệp sáng tạo vĩ đại, đầy thử thách, khó khăn, một sự nghiệp tự giác, liên tục, hướng đích lâu dài, không thể nóng vội” [125, tr.34]. Văn kiện Đại hội XII của Đảng chỉ rõ: “Công tác tổng kết thực tiễn, nghiên cứu lý luận còn bất cập, chưa làm rõ được một số vấn đề đặt ra trong quá trình đổi mới để định hướng trong thực tiễn, cung cấp cơ sở khoa học cho hoạch định đường lối của Đảng, chính sách và pháp luật của Nhà nước”, nhấn mạnh: “Công tác tổng kết thực tiễn, nghiên cứu lý luận chưa đáp ứng yêu cầu của công cuộc đổi mới” [40, tr.192-193].

Thứ ba, tính thống nhất về vai trò lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước và đồng thuận của nhân dân, đảm bảo điều kiện để xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế

Sự lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước và sự đồng thuận của nhân dân đã giúp văn hóa Việt Nam phát triển đúng định hướng, tạo ra các sản phẩm văn hóa độc đáo, khám phá và truyền bá giá trị văn hóa Việt Nam, cung cấp một môi trường sáng tạo cho các nghệ sĩ làm trong việc kết hợp yếu tố văn hóa Việt Nam với xu hướng quốc tế, đem lại sự phong phú, đa dạng và sáng tạo cho văn hóa Việt Nam trong cộng đồng quốc tế. “Một trong những nét đặc sắc đồng thời cũng là thế mạnh của con người Việt Nam là tính cách mềm dẻo, cởi mở và dễ hội nhập, ... văn hóa của chúng ta đa dạng, phong phú với bản sắc hết sức độc đáo. Đó là lợi thế lớn cho Việt Nam trong thời kỳ chủ động hội nhập” [13, tr.18]. Trên nền tảng đó, sự lãnh đạo của Đảng, quản lý

của Nhà nước và sự đồng thuận của nhân dân càng tạo ra môi trường thuận lợi để xây dựng HAVH Việt Nam.

Trước đây, hình ảnh Việt Nam trên thế giới được nhìn nhận dưới nhiều góc độ khác nhau. “Tuy Việt Nam có nhiều nỗ lực cải thiện hình ảnh quốc gia, nhất là từ sau đổi mới, nhưng quốc tế vẫn gắn hai tiếng Việt Nam cho một cuộc chiến tranh kéo dài” [67, tr.44] chứ không phải là một đất nước có nền văn hóa đặc sắc. Từ sau thời kỳ đổi mới, nhất là từ khi Việt Nam bước vào HNQT, chúng ta đã tạo điều kiện hết sức thuận lợi cho hoạt động xây dựng HAVH Việt Nam. Cộng đồng quốc tế cũng ghi nhận và đánh giá cao một Việt Nam mới mẻ, năng động và linh hoạt, giàu giá trị văn hóa. Đời sống văn hóa mới do cộng đồng tạo ra từ nền tảng văn hóa dân tộc và các giá trị mới nảy sinh từ các cuộc giao lưu tiếp xúc văn hóa là tiền đề quan trọng để tăng cường giao lưu hợp tác văn hóa giữa các quốc gia trong quá trình HNQT. HAVH Việt Nam đã giúp tạo dựng mối quan hệ tốt với cộng đồng quốc tế, góp phần tích cực vào quá trình phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc.

3.2. Ưu điểm, hạn chế của thực trạng xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay và nguyên nhân

3.2.1. Ưu điểm và nguyên nhân

Thứ nhất, ưu điểm

Một là, về nội dung xây dựng

Nội dung xây dựng HAVH Việt Nam đa dạng và sáng tạo, đảm bảo tính định hướng chính trị về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Văn kiện Đại hội XIII của Đảng khẳng định: “Các lĩnh vực, loại hình, sản phẩm văn hóa phát triển ngày càng đa dạng, đáp ứng nhu cầu mới, nhiều mặt của đời sống xã hội. Nhiều giá trị văn hóa truyền thống và di sản văn hóa được kế thừa, bảo tồn và phát huy. Văn hóa trong chính trị và trong kinh tế bước đầu được coi trọng và phát huy hiệu quả tích cực. Hoạt động giao lưu, hợp tác và HNQT về văn hóa khởi sắc...”

[41,t.1, tr.64-65]. Việt Nam đã nhận thức rằng xây dựng HAVH không chỉ dựa trên các biểu tượng và hoạt động ngoại giao văn hóa mà còn cần sự phản ánh chân thực về cuộc sống, con người và những giá trị văn hóa thực sự của một quốc gia, vì thế HAVH Việt Nam được xây dựng có nội dung đa dạng và sáng tạo, gắn liền với mọi yếu tố trong đời sống văn hóa. Việc bảo tồn và phát triển các di sản văn hóa, tăng cường hợp tác văn hóa quốc tế đã thúc đẩy sự đa dạng và giao lưu văn hóa là những yếu tố quan trọng trong xây dựng HAVH. “Trong quá trình HNQT, nội dung HAVH Việt Nam đã được đa dạng và phong phú, phản ánh sự đa dạng và sự giàu có của văn hóa Việt Nam. Từ những công trình kiến trúc truyền thống, trang phục truyền thống, các món ăn truyền thống, đến các hoạt động nghệ thuật truyền thống, các ngôn ngữ hình ảnh được sử dụng để truyền tải thông điệp về vẻ đẹp và giá trị văn hóa của Việt Nam. Nội dung HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT tập trung vào việc tôn vinh và giữ gìn giá trị văn hóa dân tộc. Các biểu tượng và ký hiệu văn hóa truyền thống được sử dụng để thể hiện bản sắc và đặc trưng của người Việt. HAVH Việt Nam trong quá trình hội nhập cũng thể hiện sự giao lưu, hòa nhập và nhân ái. Việc kết hợp các yếu tố văn hóa phương Tây và Việt Nam đã tạo ra một không gian văn hóa đa chiều và phong cách mới. HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT đã được khai thác và xây dựng thành điểm đến du lịch, thu hút nhiều du khách quốc tế đến khám phá và trải nghiệm văn hóa đặc trưng của đất nước” [PVS 23].

HAVH Việt Nam gắn kết với vấn đề giữ gìn bản sắc dân tộc, mang tính đặc trưng, gắn với vùng văn hóa Việt Nam. Vấn đề này được minh chứng qua nội dung HAVH Việt Nam thể hiện, gắn với các phong tục, truyền thống, lễ nghi văn hóa trong đời sống văn hóa. Xây dựng HAVH thông qua các lễ hội truyền thống cho thấy rõ sự gắn kết với vấn đề giữ gìn bản sắc dân tộc, đặc trưng văn hóa vùng miền của Việt Nam, vì lễ hội chính là pho lịch sử không lồ, lịch sử của bản sắc và đặc trưng văn hóa. Ví dụ khi xây dựng và quảng bá

lễ hội đền Hùng, du khách sẽ thấy một vùng văn hóa đất Tổ với các trò chơi dân gian, ẩm thực truyền thống và điệu hát Xoan ngọt ngào, không giống ẩm thực và không gian văn hóa lễ hội đất phương Nam hay không gian công chiêng trầm ấm đất Tây Nguyên. “Với vị trí địa lý thuận lợi và nhiều danh lam thắng cảnh phong phú, Việt Nam có tiềm năng lớn trong việc thu hút du khách quốc tế. Các hoạt động du lịch văn hóa và sự khám phá văn hóa địa phương đã giúp xây dựng HAVH Việt Nam trong lòng khách du lịch quốc tế. Việt Nam có một di sản văn hóa phong phú và những nét đặc trưng riêng của từng vùng miền. Sự đa dạng trong văn hóa và nghệ thuật, bao gồm ca trù, hát chèo, hát xẩm, múa rối nước, và các nghệ sĩ tài năng đã giúp Việt Nam thu hút sự quan tâm và đánh giá cao về văn hóa của mình”[PVS 18].

Nội dung thông tin đối ngoại về HAVH Việt Nam ngày càng cập nhật, phong phú, đa dạng, đa chiều, có chiều sâu. Vì thế “HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá trong quá trình HNQT có tác động tích cực đối với sự phát triển bền vững của đất nước trong HNQT. Trước hết, HAVH Việt Nam được quảng bá đã thu hút nguồn lưu lượng du khách quốc tế đáng kể, tạo điều kiện để phát triển ngành du lịch, tạo ra việc làm và cơ hội kinh doanh cho các ngành công nghiệp văn hóa. HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá trong quá trình HNQT cũng đã tạo ra tác động tích cực đối với ngoại giao và hợp tác quốc tế của đất nước. Việc truyền tải những giá trị văn hóa và lối sống của người Việt Nam đã góp phần xây dựng lòng tin và sự hiểu biết giữa Việt Nam và các quốc gia khác, làm tăng cơ hội hợp tác kinh tế, văn hóa, giáo dục và khoa học công nghệ giữa Việt Nam và các đối tác quốc tế” [PVS 25].

Hai là, về phương thức xây dựng

Phương thức xây dựng HAVH Việt Nam được áp dụng khá đa dạng, linh hoạt và phát huy lợi thế trong thực tiễn. Nhờ các phương tiện truyền thông, công nghệ thông tin và mạng xã hội, người Việt Nam có cơ hội để chia sẻ thông tin, ý kiến và văn hóa qua các phương tiện truyền thông đại chúng,

dẫn đến việc trao đổi văn hóa rộng lớn, ảnh hưởng đến cách tiếp cận, suy nghĩ và xây dựng HAVH, thúc đẩy sự hiểu biết, quan tâm và tạo dựng hình ảnh tích cực về Việt Nam. Các hoạt động như du lịch, du học, trao đổi văn hóa và sự hợp tác quốc tế trong lĩnh vực giáo dục, nghệ thuật đã mang lại cơ hội để hiểu các giá trị và phong tục tập quán của quốc gia, tạo ra sự đa dạng và hài hòa văn hóa, tạo nên tính đa dạng, phong phú và sáng tạo trong nội dung HAVH Việt Nam. Tiếp biến văn hoá cũng rất quan trọng, nhờ đó mà Việt Nam bổ sung thêm các giá trị văn hoá nhân loại, góp phần xây dựng HAVH Việt Nam. Tiếp biến văn hoá bằng cách thông qua giao lưu văn hoá, học hỏi kinh nghiệm và giá trị văn hoá từ các quốc gia khác: ví dụ văn hoá buffet, văn hoá ứng xử của công dân toàn cầu...

Phương thức xây dựng HAVH Việt Nam đảm bảo sự cân đối và hài hòa giữa các yếu tố; đảm bảo tính dân tộc và hiện đại, tính chuyên nghiệp, sáng tạo và độc đáo, đã có những bước phát triển đáng ghi nhận. Thông tin về HAVH Việt Nam được cung cấp bằng nhiều hình thức phong phú: qua phát ngôn chính thức của các chủ thể tại các sự kiện, diễn đàn quốc tế, khi tổ chức họp báo quốc tế, họp báo trong nước; phát ngôn chính thức của các cơ quan quản lý nhà nước hoặc thông qua các hoạt động đối ngoại sôi động của các cơ quan quản lý nhà nước... Báo chí đối ngoại của Việt Nam đã chú trọng tổ chức các thông tin trong xây dựng HAVH Việt Nam thông qua các chương trình, sản phẩm báo chí của các cơ quan báo chí trực thuộc Chính phủ; thông qua các hoạt động đối ngoại, các phát ngôn chính thức hay khi tổ chức sự kiện, thông qua đăng tải thông tin trên trang thông tin điện tử, các hoạt động khác của cơ quan đại diện Việt Nam tại nước ngoài; xuất bản phẩm bằng tiếng nước ngoài của các cơ quan nhà nước...

HAVH Việt Nam đã được thể hiện thông qua nhiều hình thức khác nhau. “Các diễn viên, nghệ sĩ, nhà thiết kế, và người làm phim Việt Nam đã sáng tạo những tác phẩm nghệ thuật đa dạng như phim, âm nhạc, trang phục,

triển lãm nghệ thuật và các sự kiện văn hóa. Nhờ vào sự đa dạng này, HAVH Việt Nam được truyền tải và thể hiện một cách sáng tạo và phong phú. Một điểm tích cực trong hình thức thể hiện HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là sự hài hòa giữa yếu tố truyền thống và yếu tố hiện đại, tạo ra một phong cách độc đáo và thu hút sự quan tâm của công chúng quốc tế. Hình thức thể hiện HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT đã liên tục đổi mới và sáng tạo. Các nghệ sĩ và người làm phim đã áp dụng các kỹ thuật, công nghệ và phong cách biểu diễn hiện đại để mang lại những trải nghiệm mới cho khán giả quốc tế. Điều này giúp tạo ra sự hấp dẫn và cập nhật với xu hướng quốc tế, thể hiện tinh thần giao lưu và hợp tác với các nghệ sĩ và nhà sản xuất quốc tế. Qua đó, văn hóa Việt Nam đã có cơ hội tiếp cận và truyền tải thông điệp của mình đến công chúng toàn cầu, đồng thời cũng nhận được sự ủng hộ và đánh giá tích cực từ quốc tế” [PVS 24].

Ba là, về tác động của HAVH

Quá trình xây dựng HAVH thời gian qua đã tạo ra một HAVH Việt Nam đặc sắc, ấn tượng và có những tác động, lan toả hiếm có. HAVH Việt Nam có sức lan tỏa sâu rộng trên thế giới, làm thay đổi nhận thức, thái độ của cộng đồng quốc tế đối với Việt Nam. “Dưới góc nhìn của bạn bè quốc tế, HAVH Việt Nam hiện nay được đánh giá tích cực và gây ấn tượng sâu sắc. Bạn bè quốc tế thích thú sự đa dạng và phong phú của nền văn hóa với những truyền thống, di sản văn hóa và lối sống độc đáo của người Việt Nam. Văn hóa ẩm thực Việt Nam rất được ngưỡng mộ và yêu thích bởi bạn bè quốc tế. Các món ăn phong phú, tươi ngon và đậm đà hương vị đã gây ấn tượng mạnh và trở thành một điểm nhấn trong HAVH Việt Nam, có sức hấp dẫn lớn đối với người nước ngoài. Bạn bè quốc tế cũng đánh giá cao việc bảo tồn và gìn giữ các di sản văn hóa và truyền thống của Việt Nam. Các di tích lịch sử như Thành cổ Hội An, hoàng cung Huế, vịnh Hạ Long... là những điểm đến hấp dẫn. Những nét đặc trưng trong nghệ thuật dân gian, áo dài, nón lá và múa rối cũng đem lại ấn tượng tích cực và sự thích thú. Sự nhiệt tình và sự chào đón

của người Việt đã tạo ra một ấn tượng tích cực đối với bạn bè quốc tế, tạo nên một môi trường thoải mái khi tiếp xúc và giao tiếp với người Việt. Ngoài những yếu tố truyền thống, bạn bè quốc tế cũng thấy ấn tượng với sự phát triển và đổi mới trong văn hóa đương đại của Việt Nam. Văn hóa âm nhạc, điện ảnh, thời trang và nghệ thuật đương đại đã được đánh giá cao và cho thấy một tầm nhìn độc đáo và tiên bộ” [PVS 27].

Thế giới có nhiều hành động tích cực về Việt Nam, ủng hộ Việt Nam. Ví dụ: nhiều tờ báo lớn như Trang Asia Times, Financial Times của Anh, The New York Times, trang U.S, New & World Report,... đã ghi nhận nỗ lực của Việt Nam, kêu gọi hỗ trợ Việt Nam trong trận tuyến chống dịch. Lãnh đạo các nước trên thế giới đánh giá cao các biện pháp chống dịch Covid-19 của Việt Nam, bày tỏ sự ủng hộ Việt Nam. Những hoạt động đó khẳng định thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam đã có nhiều thành tựu, vị thế Việt Nam đã được nâng cao trên trường quốc tế. Thế giới đã biết về văn hóa Việt Nam như “một thực thể năng động vừa hướng tới giá trị dân tộc bền vững, vừa hướng tới các giá trị quốc tế và khu vực có tính phổ biến để xác định nguyên lý cho sự phát triển” [13, tr.113]. Văn hóa “đã thực sự trở thành nhân tố bên trong,... kích thích sự hồi sinh của phần lớn những giá trị truyền thống trước đó còn bị bỏ quên, thậm chí bị kỳ thị, làm cho văn hóa Việt Nam trở lại với diện mạo bình thường của nó, nối được với quá khứ và rời nhờ hội nhập mà bắt nhịp ngày càng sâu vào văn hóa thế giới, đóng góp được cho kho tàng văn hóa chung của cộng đồng thế giới” [13, tr.38].

Thứ hai, nguyên nhân của ưu điểm

Một là, các chủ thể lãnh đạo, quản lý xây dựng HAVH Việt Nam đã quan tâm đến hoạt động này. Thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT luôn nhận được sự lãnh đạo, chỉ đạo sát sao của Đảng. “Đảng ta có quan điểm rõ ràng về xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Đảng coi việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc là nhiệm vụ

cấp bách. ... Đảng nhận thức rằng HNQT đòi hỏi chúng ta phải thích nghi và phát triển văn hóa theo hướng tiên tiến, phù hợp với xu hướng thế giới. Xây dựng HAVH Việt Nam không chỉ dừng lại ở việc bảo tồn truyền thống, mà còn khuyến khích sự sáng tạo và phát triển văn hóa mới, áp dụng những phương pháp giao tiếp hiện đại để phổ biến và quảng bá hình ảnh đến cộng đồng quốc tế” [PVS 3].

Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách để khơi dậy tinh thần yêu nước, truyền thống đoàn kết, đồng thuận xã hội và khát vọng phát triển đất nước của toàn dân tộc; xác định phương hướng, nhiệm vụ và giải pháp xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh CNH, HĐH và HNQT. Luật Quản lý di sản văn hóa sửa đổi năm 2013 là một văn bản quan trọng, tạo cơ sở pháp lý chung để quản lý, bảo tồn và phát triển văn hóa trong bối cảnh đất nước HNQT, tạo ra một khung pháp lý cho việc quản lý và phát triển văn hóa, xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh mới. “Đó chính là cách tạo ra và bảo vệ các giá trị văn hóa bằng chính văn hóa” [13, tr.113].

Hai là, Việt Nam đã chú trọng công tác thông tin đối ngoại để qua đó xây dựng HAVH. Lực lượng tham gia làm công tác thông tin đối ngoại ngày càng đông đảo và chuyên nghiệp, công tác ngoại giao ngày càng linh hoạt, báo chí đối ngoại ngày càng phát huy vai trò của mình trong xây dựng và quảng bá HAVH Việt Nam. Báo chí đối ngoại đã “thông tin đầy đủ, kịp thời về chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển kinh tế, hợp tác và hội nhập kinh tế quốc tế, thúc đẩy quan hệ hợp tác đầu tư của Việt Nam với nước ngoài; quảng bá mạnh mẽ và thường xuyên với thế giới hình ảnh một nước Việt Nam với nền văn hóa phong phú, giàu bản sắc, với môi trường chính trị và an ninh ổn định... một điểm đến du lịch an toàn và thân thiện”[21, tr.142]. Thực trạng đã chứng minh vai trò của báo chí đối ngoại trong xây dựng, truyền bá HAVH Việt Nam. “Báo chí đối ngoại đã đóng góp đáng kể trong việc quảng bá HAVH Việt Nam ra thế giới. Qua các bài viết,

phỏng vấn và thông tin, báo chí đã giúp khán giả quốc tế hiểu rõ hơn về di sản văn hóa, nghệ thuật và con người Việt Nam, tạo nền tảng để tiếp cận và truyền tải HAVH Việt Nam đến công chúng quốc tế. Báo chí đối ngoại đã mang lại sự đa dạng trong nội dung văn hóa Việt Nam. Không chỉ tập trung vào các yếu tố truyền thống như áo dài, múa rối hay ẩm thực, báo chí đối ngoại cũng đã tạo sự quan tâm đến các di sản hiện đại như điện ảnh, âm nhạc, thời trang và nghệ thuật đương đại của Việt Nam, giúp khán giả quốc tế có cái nhìn toàn diện và đa chiều về văn hóa Việt Nam..., nhờ những nỗ lực này, văn hóa Việt Nam đã thu hút sự chú ý và được công chúng thế giới”[PVS 22].

Ba là, Việt Nam đã đẩy mạnh các hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa trong xây dựng HAVH. Thời gian qua, “giao lưu và tiếp biến văn hóa đặc biệt mở rộng; hầu hết các hoạt động văn hóa được hiện đại hóa; văn hóa công quyền, văn hóa thị trường, văn hóa ứng xử, văn hóa hội nhập... gần gũi hơn với khu vực và thế giới. Nhiều hoạt động văn hóa như văn hóa showbiz - tổ chức sự kiện, văn hóa thời trang, văn hóa hội thảo, văn hóa du lịch - khách sạn, văn hóa ẩm thực, văn hóa sử dụng công nghệ thông tin - mạng xã hội,... Việt Nam đã không còn thua kém nhiều so với các nền văn hóa có bề dày kinh nghiệm. Thậm chí với một số hoạt động văn hóa cụ thể, Việt Nam còn tỏ ra là có đẳng cấp và đã tạo ra được ấn tượng tích cực trên trường quốc tế, không thua kém bao nhiêu so với các hiện tượng tương đương ở các nền kinh tế phát triển” [13, tr.40]. Giao lưu tiếp biến văn hóa đã tạo nên HAVH Việt Nam năng động, hấp dẫn trong lòng quốc tế. “Chúng ta đã chủ động trong giao lưu tiếp biến văn hóa, tiến hành nhiều hoạt động, tổ chức thành công các sự kiện như hội chợ, triển lãm, festival và concert nhờ vào sự hỗ trợ tài chính và sự quan tâm từ các doanh nghiệp và các nhà tài trợ, qua đó xây dựng và quảng bá HAVH... Giao lưu tiếp biến văn hóa đã giúp xây dựng một hình ảnh riêng biệt và thu hút sự quan tâm của cộng đồng quốc tế” [PVS 19].

Các chuyên gia đều nhận định: “Các hoạt động văn hóa đối ngoại của Việt Nam thời gian qua có nhiều thế mạnh trong xây dựng HAVH Việt Nam... Các hoạt động văn hóa đối ngoại đã cho thế giới thấy Việt Nam là một quốc gia đa dạng về văn hóa và dân tộc. Sự phong phú và đa dạng trong nền văn hóa cũng như những nét đặc trưng của từng dân tộc đã thu hút sự quan tâm từ cộng đồng quốc tế...”[PVS 17]. “Các hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam thời gian qua đã thúc đẩy sự phát triển kinh tế, văn hóa xã hội của đất nước, xây dựng HAVH đẹp của Việt Nam. Sự phát triển kinh tế và mở cửa của Việt Nam đã tạo ra điều kiện thuận lợi để quốc gia trở thành một đối tác quan trọng trong các hoạt động ngoại giao văn hóa” [PVS 18].

Bốn là, chúng ta đã bước đầu xây dựng công nghiệp văn hóa. Quyết định số 1755/QĐ-TTg “*Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*” ngày 18/6/2016 khẳng định vai trò quan trọng của các ngành công nghiệp văn hóa. Văn kiện Đại hội lần thứ XIII của Đảng xác định rõ: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới” [41, t.1, tr.145].

Như vậy là Việt Nam đã bước đầu xây dựng được HAVH của mình trong quá trình hội nhập quốc tế. Tuy hình ảnh đó còn chưa thật sắc nét, nhưng quá trình xây dựng HAVH Việt Nam cũng đã có những thành công nhất định nhờ sự lãnh đạo sáng suốt của Đảng, sự quản lý chặt chẽ của Nhà nước, sự chuyên nghiệp của đội ngũ trực tiếp thực thi việc xây dựng HAVH Việt Nam và sự đồng thuận của nhân dân.

3.2.2. Hạn chế và nguyên nhân

Thứ nhất, hạn chế

Một là, Việc xây dựng HAVH Việt Nam kết hợp nhuần nhuyễn giữa bản sắc dân tộc với sự giao thoa, tiếp biến văn hoá thế giới. “Việc quảng bá văn hóa Việt Nam ra nước ngoài mới ở một số địa bàn, khu vực. Việc quản lý khách du lịch và hoạt động văn hóa nghệ thuật của một số tổ chức, trung tâm văn hóa nước ngoài còn bị động. Nhiều cơ quan thông tin đại chúng ở Trung ương và địa phương giới thiệu, quảng bá phim ảnh, chương trình, sản phẩm văn hóa, văn học, nghệ thuật thiếu chọn lọc. Công tác quản lý xuất nhập khẩu văn hóa phẩm chưa chặt chẽ dẫn đến để lọt sản phẩm văn hóa nước ngoài du nhập vào nước ta chưa phù hợp với thuần phong mỹ tục, truyền thống văn hóa của dân tộc, tác động tiêu cực đến nhận thức thẩm mỹ của công chúng, làm cho một số hoạt động văn hóa, văn nghệ bị lai căng, mất bản sắc. Một số sự kiện văn hóa quốc tế bị “thương mại hóa”, chưa coi trọng chất lượng nội dung và nghệ thuật. Một bộ phận cán bộ, nhân dân có tâm lý sính ngoại, tiêu dùng sản phẩm văn hóa cũng như tiếp nhận lối sống thiếu chọn lọc, ảnh hưởng đến giữ gìn truyền thống văn hóa dân tộc và xây dựng con người trước thách thức toàn cầu hóa” [13, tr.17]. Thực tế “một số hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa của Việt Nam vẫn chưa đạt được mức độ đa dạng và sáng tạo cao đủ để tạo nên sự chú ý từ cộng đồng quốc tế... Thiếu nguồn lực có thể gây hạn chế trong việc triển khai và quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới” [PVS 19].

Hai là, chưa có sự thống nhất trong quan niệm về hệ giá trị văn hóa làm cơ sở xây dựng HAVH quốc gia, chưa xây dựng được thương hiệu quốc gia rõ ràng trong cộng đồng quốc tế. Thực tế, một số giá trị văn hóa truyền thống bị mất, một số giá trị bị sai lệch trong quá trình xây dựng và quảng bá HAVH Việt Nam. Các giá trị của di sản văn hóa “chưa được khai thác hiệu quả. Phần nhiều mới chỉ được giữ gìn theo cách bảo quản và đôi khi được tôn tạo bằng những khoản kinh phí rất hạn chế” trong khi “thế giới hiện đang có rất nhiều

kinh nghiệm làm sống dậy di sản văn hóa, khai thác di sản như những tài nguyên góp phần vào sự nghiệp phát triển đất nước”[13, tr.17]. Đang có tình trạng “vị trí của một số giá trị đã vô tình bị xếp sai, cả trong đời sống thường nhật và cả trên các phương tiện thông tin đại chúng... Một khi bảng giá trị cộng đồng bị lệch lạc thì tất yếu, một số giá trị sẽ bị truất khỏi vị trí thực của nó trong hệ thống giá trị; những giá trị ảo, phi giá trị, vô giá trị, thậm chí phản giá trị sẽ thế chỗ hoặc lên ngôi” [13, tr.44-45], làm xấu HAVH Việt Nam. Hiện nay “đâu là giá trị đích thực và quan trọng cần được khẳng định và phát huy, đâu là giá trị mới cần được bổ sung vẫn là điều khó khăn trong nhận thức và triển khai trong đời sống, gây cản trở việc xây dựng HAVH và khẳng định nét đặc trưng của Việt Nam trên trường quốc tế” [PVS 2].

Ba là, một số hoạt động văn hóa đối ngoại để xây dựng HAVH Việt Nam chưa đạt mục đích đề ra. Thực tế “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... 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... 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” [100].

Bốn là, thực trạng xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay vẫn còn bất cập. Thực tế “trong quá trình hội nhập, có nguy cơ mất đi tính độc đáo và truyền thống của các biểu tượng văn hóa Việt Nam. Đôi khi, để tiếp cận được thị trường quốc tế, các biểu tượng này có thể bị điều chỉnh và thay đổi để phù hợp với yêu cầu và gu thẩm mỹ của quốc tế, làm mất đi bản sắc gốc. Ví dụ áo dài đôi khi bị cách điệu đến mức không giống với biểu tượng văn hoá dân tộc nữa. Sự phát triển quá nhanh của ngành du lịch và thương mại đã dẫn đến việc thương mại hóa một số biểu tượng văn hóa Việt Nam. Các biểu tượng như áo dài hay nón lá có thể bị coi là hàng hóa và bị khai thác thương mại mà không có sự tôn trọng đúng mức... dẫn đến việc tiếm tâng sự mai một, hoặc thậm chí bị biến tướng của các biểu tượng này” [PVS 13]. Có thể nói “Xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT không tránh khỏi những khó khăn và thách thức, nếu không có sự quan tâm, chăm sóc và quản lý đúng mức, chúng ta khó có thể đảm bảo tính độc đáo và bền vững của các biểu tượng này” [PVS 14].

Thứ hai, nguyên nhân của hạn chế

Một là, nhận thức về xây dựng HAVH Việt Nam chưa thật sâu sắc và đồng thuận. Đại hội Đảng lần thứ XIII nhận định: “Vai trò của văn hóa trong xây dựng con người chưa được xác định đúng tầm, còn có chiều hướng coi trọng chức năng giải trí đơn thuần”; “Văn hóa chưa được quan tâm tương xứng với kinh tế và chính trị” [41, t.1, tr.84]. “Trong hệ thống các ban Đảng Trung ương, trong khi về kinh tế có riêng một Ban Kinh tế Trung ương làm nhiệm vụ tham mưu, giúp việc cho Bộ Chính trị, Ban Bí thư trong mọi việc về kinh tế thì văn hóa chỉ là hai chữ rất khiêm tốn trong một chuỗi 19 lĩnh vực mà Ban Tuyên giáo Trung ương đảm trách. Trong hệ thống các bộ thì lĩnh

vực kinh tế bao trùm lên rất nhiều bộ/ngành: chuyên về kinh tế ít nhất có sáu bộ và cơ quan ngang bộ... Trong khi văn hóa chỉ chiếm 1/3 công việc của một bộ (2/3 còn lại quản lý về thể chất và một lĩnh vực kinh tế). Như vậy, cách nói "văn hóa trong kinh tế" và "kinh tế trong văn hóa" trên thực tế chỉ mới thể hiện được một chiều" [13, tr.45]

Hai là, chưa hoàn thiện thể chế về xây dựng HAVH Việt Nam trong HNQT. Vì thế “thể chế đã tiếp tay, luật pháp đã tạo kẽ hở, bộ máy công quyền thường quan liêu, chính sách lại không sâu sát, đội ngũ cán bộ thì không ít người tham lam, vụ lợi” [13, tr.46] nên trong nội dung xây dựng HAVH Việt Nam, một số giá trị văn hóa truyền thống bị suy giảm. Nhìn lại “Chiến lược Phát triển bền vững Việt Nam giai đoạn 2011-2020” do Chính phủ ban hành tại Quyết định số 432/QĐ-TTg ngày 12/4/2012 được thiết kế trên nền tảng ba trụ cột kinh tế, chính trị- xã hội với ưu tiên hàng đầu về môi trường giống hệt như ở các nước phát triển mà lẽ ra phải xếp theo thứ tự “ưu tiên hàng đầu phải là văn hóa, là việc xây dựng con người công nghiệp và đô thị, văn hóa công nghiệp và đô thị” [13, tr.75].

Cơ chế xây dựng HAVH Việt Nam trong HNQT chưa thật hiệu quả, 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. Cơ chế điều phối ở cấp quốc gia về các hoạt động văn hóa đối ngoại trong cả nước chưa thật khoa học, các hoạt động văn hóa đối ngoại còn thiếu tính chủ động và chưa hiệu quả. Đảng ta cũng nhận thấy: “Hội nhập quốc tế chưa được triển khai đồng đều, hiệu quả tổng hợp chưa cao. Năng lực hội nhập quốc tế chậm cải thiện. Chưa khai thác hết và phát huy hiệu quả các quan hệ lợi ích đan xen, ổn định với các đối tác quan trọng”[41, t.2, tr. 77]. Chính sách khuyến khích, ưu đãi cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động văn hóa đối ngoại cũng chưa hợp lý, chưa đủ mạnh để khơi dậy nguồn lực của các doanh nghiệp.

Ba là, vấn đề quản lý hoạt động văn hóa văn nghệ còn bất cập, khiến các giá trị văn hóa bị biến đổi. “Càng nguy hại hơn khi một số đoàn nghệ thuật, một số nghệ sĩ được một số phương tiện thông tin đại chúng vô tình hay hữu ý tiếp xúc đã nhân danh đổi mới để cải biến nghệ thuật dân tộc thành một thứ nghệ thuật lai căng, chiều nịnh những thị hiếu thấp kém, làm mai một truyền thống nghệ thuật, truyền thống văn hóa đẹp đẽ của cha ông” khiến cho “thị hiếu âm nhạc không được giáo dục; truyền thống nghệ thuật dân tộc không được bảo lưu và phát huy thì hậu quả đương nhiên sẽ là một sự nghèo nàn về tinh thần, một sự mất gốc về văn hóa, còn nói gì đến việc giữ gìn bản sắc dân tộc nữa” [13, tr.111]. Nhà nước đã đầu tư kinh phí để thực hiện nhiều chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học về văn hóa và phát triển. Nhiều quan điểm của Đảng về phát triển văn hóa đã được nghiên cứu, triển khai và làm sáng tỏ nhưng “trong hoạt động thực tiễn, nhất là thực tiễn chỉ đạo và quản lý văn hóa còn tồn tại nhiều vấn đề” [13, tr.112] đặt ra cần giải quyết.

Bốn là, sự phát triển khó kiểm soát của các nền tảng mạng xã hội, những “khó khăn vẫn tồn tại trong việc thể hiện đầy đủ và chính xác HAVH Việt Nam qua báo chí đối ngoại. Có thể là do giới hạn thời gian, không gian hoặc ý thức về sự đa dạng của phần lớn báo chí. Điều này có thể dẫn đến việc chỉ hiển thị những khía cạnh tiêu biểu và thiên vị trong đưa tin. Dù đã có những thành tựu, nhưng báo chí đối ngoại còn chưa thực sự khai thác hết tiềm năng và cơ hội để xây dựng HAVH Việt Nam” [PVS 22]. Mặt khác, “thách thức trong hình thức thể hiện HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là sự khác biệt ngôn ngữ và văn hóa. Việc truyền tải thông điệp và ý nghĩa của văn hóa Việt Nam qua các bản dịch và phiên bản quốc tế có thể gặp khó khăn và không thể truyền đạt hoàn toàn chính xác bản chất và giá trị văn hóa Việt Nam” [PVS 24]. Mạng xã hội tác động tích cực vào văn hóa cộng đồng, thúc đẩy hoạt động xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT, nhưng cũng hàm chứa những yếu tố tiêu cực, ảnh hưởng nội dung và phương thức xây

dựng HAVH Việt Nam. “Công nghệ thông tin và truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng HAVH Việt Nam. Sử dụng hiệu quả các phương tiện truyền thông và nền tảng kỹ thuật số để quảng bá, chia sẻ thông tin và tạo niềm tin cho công chúng quốc tế về văn hóa Việt Nam và ngược lại, các nền tảng mạng xã hội cũng cản trở xây dựng hình ảnh chân thực về Việt Nam” [PVS 20], làm nhiễu loạn thông tin khiến cộng đồng quốc tế hiểu sai hoặc hiểu không đầy đủ về HAVH Việt Nam. Vì thế “cần phải tạo dựng một hình ảnh Việt Nam tích cực, thân thiện và phản ánh đúng hiện thực. Điều này yêu cầu chúng ta phải làm việc chặt chẽ với các cơ quan truyền thông để truyền tải thông tin chính xác và mang tính xây dựng, tránh tình trạng bị hiểu lầm hoặc sai lệch về HAVH quốc gia” [PVS 3].

3.3. Những vấn đề đặt ra từ thực trạng xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay

3.3.1. Nhận thức và năng lực của một số chủ thể xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam chưa sâu sắc, đầy đủ trong khi đây là vấn đề có tính chất sống còn của quốc gia, dân tộc trong quá trình hội nhập quốc tế

Xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là vấn đề sống còn của quốc gia, dân tộc hiện nay vì văn hóa là thứ duy nhất còn lại sau khi mọi thứ đã mất đi. Nhưng khi nhận thức và năng lực của một số chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT chưa sâu sắc, đầy đủ thì mâu thuẫn sẽ nảy sinh giữa yêu cầu mang tính lý tưởng và điều kiện đáp ứng mang tính thực tiễn. “Xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là điều rất quan trọng và có ý nghĩa cấp thiết, bởi vì xây dựng HAVH Việt Nam giúp thể hiện và ghi nhận giá trị của văn hóa, truyền thống và đặc điểm đặc sắc của dân tộc Việt Nam. HAVH Việt Nam mạnh mẽ sẽ giúp tạo dấu ấn riêng, đồng thời khẳng định danh tiếng của quốc gia trên sân khấu quốc tế, thu hút sự quan tâm, tăng cường tầm ảnh hưởng của Việt Nam trong cộng đồng quốc tế” [PVS 1]. Tuy nhiên trên thực tế, nhận thức và năng lực của một số chủ thể văn hóa

về vai trò của ngoại giao văn hóa trong xây dựng HAVH Việt Nam chưa sâu sắc, đầy đủ. Đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước đã đánh giá đúng vai trò của văn hóa và văn hóa đối ngoại... 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.

Thực tế cho thấy “không phải tất cả mọi người đều có nhận thức đúng và đủ về tầm quan trọng của xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay. Có người cho rằng chỉ cần phát triển kinh tế, tăng cường an ninh quốc phòng là đủ trở thành cường quốc, không cần xây dựng HAVH Việt Nam mà chỉ cần xây dựng kinh tế, quốc phòng vì văn hóa không đem lại sức mạnh, văn hóa chỉ là sự khác biệt mà thôi” [PVS 1]. Một chuyên gia nhận định: “Xây dựng HAVH của một quốc gia trong quá trình HNQT là một quá trình phức tạp, có ảnh hưởng rất sâu sắc và đa chiều đến vị thế quốc gia. Trong trường hợp của Việt Nam, việc xây dựng HAVH đã được thúc đẩy thông qua nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa và sự kiện văn hóa... Thế và lực của đất nước ta hiện nay 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 như tinh thần chỉ đạo của Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII” [PVS 30].

3.3.2. Hệ giá trị văn hóa quốc gia có ý nghĩa quyết định trong nội dung xây dựng hình ảnh văn hóa nhưng hiện nay Việt Nam chưa thống nhất xác định, chưa triển khai trong thực tiễn

Thực tế là hiện nay, chưa xây dựng hệ giá trị văn hóa của dân tộc làm bệ đỡ cho vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam. Bởi vì “quá trình triển khai Nghị quyết số 33-NQ /TW vẫn còn nhiều hạn chế, yếu kém. Việc xây dựng hệ giá trị văn hóa và hệ giá trị chuẩn mực của con người Việt Nam... chưa đạt mục tiêu đề ra”, cho nên Kết luận số 76-KL/TW ngày 4/6/2020 của Bộ Chính trị nêu rõ: chúng ta phải tập trung 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. Đại hội Đảng lần thứ XIII tiếp tục nhấn mạnh nhiệm vụ quan trọng: “tập trung nghiên cứu, xác định và triển khai xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người gắn với giữ gìn, phát triển hệ giá trị gia đình Việt Nam trong thời kỳ mới” [41,t.1 tr.143]. Đây là vấn đề đặt ra cần giải quyết.

Thực tế là trong “những năm qua, chúng ta đã và đang ở khâu thứ nhất là nghiên cứu và chưa đi tới được xác định và vì vậy, chưa thể triển khai xây dựng trong thực tiễn” [13, tr.53]. Chúng ta đang trong tình trạng có “sự xung đột về hệ giá trị, khi mà Việt Nam xuất phát từ một xã hội nông nghiệp - nông thôn - nông dân đang chuyển mạnh sang một xã hội công nghiệp - đô thị - công dân; từ một hệ giá trị lấy ổn định làm mục tiêu chuyển sang một hệ giá trị lấy phát triển làm đích đến. Một khi các hệ giá trị cũ - mới xung đột với nhau, sẽ có những cái xưa từng là giá trị hiển nhiên nay có thể trở nên lỗi thời, cần phải loại bỏ; lại có những cái xưa không được thừa nhận nay đang trở thành giá trị phải chấp nhận, không thể từ chối hoặc bỏ qua” [13, tr.77].

“Vấn đề chính là hiện nay hệ giá trị văn hóa quốc gia đang được nghiên cứu, xây dựng, nghĩa là chúng ta chưa có hệ giá trị văn hóa quốc gia trong điều kiện HNQT hiện nay. Cho nên mọi hoạt động triển khai xây dựng HAVH Việt Nam đều gặp những rào cản nhất định, vì giá trị chính là cốt lõi của HAVH. Xây dựng HAVH Việt Nam khi chưa có hệ giá trị văn hóa quốc gia thực sự là vấn đề khó khăn, cần sự vào cuộc của Đảng và Nhà nước, của giới tinh hoa là các nhà khoa học và của cả cộng đồng” [PVS 15]. Khi hệ giá trị văn hóa của dân tộc chưa chính thức được xác định thành quy chuẩn thì việc xây dựng HAVH Việt Nam gặp khó khăn, vì hệ giá trị văn hóa là linh hồn của HAVH, đảm bảo nội dung HAVH được triển khai đúng đường lối, chủ trương của Đảng trong quá trình HNQT. “Mất cân đối giữa giá trị truyền

thống và giá trị hiện đại là một thách thức. Việc duy trì và phát triển giá trị truyền thống trong bối cảnh HNQT là một thách thức. Một số người có thể gặp khó khăn trong việc định hình và hiểu rõ giá trị truyền thống trong khi đồng thời tiếp nhận và thích nghi với các giá trị và xu hướng mới từ cuộc sống hiện đại” [PVS 7]. Việc chưa xây dựng được hệ giá trị văn hóa sẽ khiến cộng đồng mất định hướng, dẫn đến những bất cập trong khai thác, phát huy giá trị văn hóa Việt Nam khi xây dựng HAVH Việt Nam.

3.3.3. Các ngành công nghiệp văn hóa chưa phát huy tiềm năng, lợi thế, trong khi đây là nguồn lực quan trọng và là phương thức xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong hội nhập quốc tế

Khi xây dựng HAVH Việt Nam, yêu cầu đặt ra phải gắn kết chặt chẽ việc phát triển văn hóa với nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh, vì văn hóa là nền tảng tinh thần, là động lực và mục tiêu của sự phát triển. Chỉ khi có sự gắn kết này, chúng ta mới khẳng định được bản sắc văn hóa Việt Nam, mới bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa để định vị hình ảnh Việt Nam trong bản đồ văn hóa thế giới. Kinh nghiệm xây dựng HAVH quốc gia của một số nước như Trung Quốc, Hàn Quốc... đều cho thấy họ rất coi trọng công nghiệp văn hóa. Nhưng ở Việt Nam, việc phát huy sức mạnh mềm của văn hóa thông qua các ngành công nghiệp văn hóa vẫn còn là vấn đề đặt ra. Thực tế, “Việt Nam đã mở rộng và đa dạng hoá lĩnh vực văn hóa như điện ảnh, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn, truyền thông và công nghiệp sáng tạo. Sự phát triển bước đầu của các ngành công nghiệp văn hóa này đã tạo ra không chỉ những sản phẩm văn hóa đa dạng mà còn mang lại cơ hội nghề nghiệp và kinh doanh trong lĩnh vực này” [PVS 4]. Tuy nhiên việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam còn chưa hiệu quả; nguồn lao động hiện chưa đáp ứng được yêu cầu; nguồn lực tài chính dành cho phát triển các ngành công nghiệp văn hóa chưa nhiều. Thể chế nhằm tối ưu hóa sử dụng nguồn lực, hạn chế việc sử dụng

quá mức nguồn lực tài nguyên, năng lượng và gây ảnh hưởng đến môi trường chưa hoàn thiện. Việc kết hợp giữa nội lực và ngoại lực phải theo tinh thần “phát huy cao nhất sức mạnh của dân tộc”, lấy việc “phát huy nội lực là yếu tố quyết định”, tận dụng tối đa những nguồn lực từ bên ngoài, chủ động chuyển hóa ngoại lực thành nội lực, biến thành sức mạnh tổng hợp của quốc gia - dân tộc chưa hiệu quả. Các ngành công nghiệp văn hóa chưa phát huy sức mạnh mềm văn hóa, xây dựng HAVH Việt Nam, trong khi đây là yêu cầu cấp thiết của thực tiễn.

Văn hóa doanh nghiệp của Việt Nam cũng đặt ra nhiều vấn đề. Theo thống kê, “giai đoạn 2016 - 2020, trung bình mỗi năm có 128,3 nghìn doanh nghiệp thành lập mới với số vốn đăng ký bình quân một doanh nghiệp tăng hơn 2,6 lần so với năm 2015. Lũy kế đến hết năm 2020, số doanh nghiệp đã đăng ký (đã trừ các doanh nghiệp giải thể) là 1,4 triệu” [41,t.1, tr.30]. Tuy nhiên trên thực tế số doanh nghiệp đang hoạt động ít hơn, hiệu quả hoạt động cũng không cao, chưa như mong đợi, vì “trong bối cảnh dịch bệnh Covid- 19 ảnh hưởng rất nghiêm trọng tới sản xuất, kinh doanh và dịch vụ, nhiều doanh nghiệp giãn, dừng , thậm chí phải chấm dứt hoạt động” [41,t.1, tr.41]. Thương hiệu quốc gia cũng cần được tiếp tục xây dựng, mặc dù cộng đồng các doanh nghiệp Việt Nam và người dân đã có ý thức chung tay xây dựng văn hóa doanh nghiệp, xây dựng thương hiệu quốc gia. Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” đã làm thay đổi nhận thức và hành vi của người tiêu dùng, nhưng chưa đủ tạo dựng thương hiệu quốc gia, chưa hiệu quả cần có chính sách hỗ trợ phát triển công nghiệp văn hóa mà Hàn Quốc đã thực hiện thành công là một ví dụ. Hàn Quốc trở nên độc đáo với thương hiệu văn hoá Hallyu, khi truyền thông đã tạo thành một sức mạnh tổng thể để thế giới biết về đất nước mình.

3.3.4. Xây dựng hình ảnh văn hóa gắn với môi trường chuyển đổi số và phù hợp với chiến lược ngoại giao văn hóa đòi hỏi phải huy động mọi nguồn lực để thực hiện, trong khi các điều kiện chưa đáp ứng yêu cầu

Có thể khẳng định điều kiện để xây dựng HAVH Việt Nam đã được Đảng và Nhà nước chú trọng đầu tư, nhưng thực tế “vẫn còn một số thách thức và hạn chế. Ví dụ như việc thiếu đầu tư hoặc đầu tư chưa thỏa đáng cho xây dựng đời sống văn hóa. Mặc dù đã có nỗ lực đầu tư vào cơ sở vật chất văn hóa, nhưng nguồn vốn hiện vẫn chưa đủ đáp ứng nhu cầu phát triển văn hóa của quốc gia. Điều này gây hạn chế trong việc xây dựng các trung tâm văn hóa, bảo tàng, thư viện, và các cơ sở giáo dục văn hóa. Chất lượng sản phẩm văn hóa chưa đều. Một số lĩnh vực văn hóa vẫn đang gặp khó khăn trong việc sản xuất và phân phối những sản phẩm chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của công chúng. Việc cải thiện chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm văn hóa là một thách thức quan trọng cần được giải quyết. Thiếu sự đồng thuận và quản lý trong xây dựng đời sống văn hóa, trong khi hoạt động này rất cần sự đồng thuận và quản lý hiệu quả từ các cơ quan chức năng. Sự thiếu hụt này có thể ảnh hưởng đến việc phân bổ nguồn lực, quy hoạch và xây dựng hạ tầng văn hóa, cũng như kiểm soát chất lượng sản phẩm văn hóa. Mất cân đối giữa văn hóa truyền thống và văn hóa hiện đại cũng đang đặt ra..., khiến cho việc bảo tồn và phát triển văn hóa truyền thống trở nên phức tạp... gây ra mâu thuẫn và khó khăn trong việc xây dựng đời sống văn hóa. Xây dựng đời sống văn hóa không chỉ phụ thuộc vào cơ sở vật chất mà còn yêu cầu sự tham gia tích cực của cộng đồng. Tuy nhiên, hiện vẫn thiếu sự tham gia hiệu quả và tương tác tích cực từ phía cộng đồng trong xây dựng và duy trì các hoạt động văn hóa...” [PVS 5].

Thêm nữa, một mặt “ngoại giao văn hóa của Việt Nam đã có cách tiếp cận khéo léo, linh hoạt, phù hợp với vị thế đất nước trên nền tảng của nguyên tắc cơ bản về lợi ích quốc gia - dân tộc; phát huy vai trò của mình trong việc

kết nối, chia sẻ thông tin, cộng hưởng sức mạnh để góp phần củng cố thêm niềm tin của thế giới vào định hướng phát triển của Việt Nam, tạo nền tảng vững chắc để xây dựng HAVH Việt Nam trong HNQT” [PVS 18]. Mặt khác, “các chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam dù đã có nhiều nỗ lực nhưng vẫn chưa tạo cơ chế phối hợp hiệu quả trong xây dựng và quảng bá HAVH quốc gia, chưa hiệu quả trong truyền thông nội bộ và giao tiếp liên ngành. Việc tổ chức cuộc họp, hội thảo, sự kiện giao lưu giữa các đơn vị có liên quan giúp tăng cường sự hiểu biết và sự phối hợp trong công việc nhưng lại chưa được chú trọng, vì thế chưa thiết lập cơ chế liên kết chặt chẽ để tận dụng tối đa các nguồn lực và chuyên môn của mỗi bộ, ban, ngành trong môi trường chuyển đổi số. Việc tạo ra các đề án, dự án chung hoặc cùng phối hợp trong việc tổ chức các sự kiện văn hóa, triển lãm, quảng bá giúp tăng cường sự hiệu quả và sức mạnh của các hoạt động ngoại giao trong xây dựng HAVH Việt Nam chưa hiệu quả” [PVS 29].

Các điều kiện khác đảm bảo xây dựng HAVH Việt Nam cũng chưa ứng yêu cầu. Kết quả khảo sát của tác giả Nguyễn Thị Thu Phương và nhóm nghiên cứu năm 2017, 2018 cho thấy, đánh giá về mức độ phát huy giá trị của những cơ sở vật chất và không gian văn hóa của nước ta của phần lớn những người nước ngoài đều ở mức trung bình. Những người được hỏi chưa đánh giá cao việc nước ta phát huy giá trị của những cơ sở vật chất và không gian văn hóa này [13, tr.213], trong khi đây lại là điều kiện đảm bảo xây dựng HAVH Việt Nam. “Mặc dù đã có những nỗ lực trong việc xây dựng đời sống văn hóa, nhưng vẫn còn thiếu sự quan tâm và đầu tư đầy đủ từ phía Chính phủ và các tổ chức liên quan. Việc đầu tư cơ sở vật chất, giáo dục và các hoạt động văn hóa tinh thần cần được tăng cường để phát triển một môi trường sống văn hóa tốt hơn” [PVS 7].

Thực trạng chuyển đổi số ở Việt Nam cũng còn nhiều bất cập, mặc dù đã có chính sách về chuyển đổi số thể hiện trong nhiều văn bản pháp lý. Tuy nhiên

Việt Nam vẫn chưa làm chủ được các công nghệ lõi của chuyển đổi số, gặp khó khăn từ nguồn vốn đầu tư, từ nguồn nhân lực có trình độ và kỹ năng để xây dựng HAVH Việt Nam. “Quá trình HNQT của Việt Nam ngày càng sâu rộng... Bảo đảm an ninh truyền thông nhằm bảo vệ trận địa tư tưởng, giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc được đặt ra một cách trực tiếp, không thể chỉ dùng các biện pháp kỹ thuật đơn thuần để ngăn chặn các làn sóng và các trào lưu khuynh hướng tư tưởng văn hóa. Những hạn chế, yếu kém trong công tác bảo đảm an ninh truyền thông như sự chậm trễ, lạc hậu, sự thiếu nhạy bén, linh hoạt trong cung cấp, phổ biến thông tin, sự nghèo nàn về nội dung, phương pháp, hình thức bảo đảm an ninh truyền thông, những hạn chế trong đào tạo, bồi dưỡng nhà báo... đang đặt ra những vấn đề cần giải quyết” [51, tr.8].

Tiểu kết chương 3

Chương 3 của luận án đã phân tích và đánh giá thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Luận án đã tiến hành phân tích thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam. Trong nội dung xây dựng, NCS đã phân tích theo từng khía cạnh cụ thể, đó là nội dung xây dựng đời sống văn hóa mới làm nền tảng, chất liệu xây dựng HAVH Việt Nam; xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam và xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam, xây dựng thương hiệu quốc gia và văn hóa doanh nghiệp. Luận án phân tích phương thức xây dựng HAVH Việt Nam thông qua các hoạt động bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc; thông qua các hoạt động văn hóa đối ngoại, hoạt động ngoại giao văn hóa, giao lưu tiếp biến văn hóa; thông qua hoạt động của báo chí và truyền thông, nhất là báo chí đối ngoại. Luận án cũng phân tích môi trường và điều kiện xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT.

Luận án phân tích rõ nguyên nhân của thực trạng xây dựng HAVH, khẳng định chúng ta đã đạt nhiều ưu điểm trong xây dựng HAVH Việt Nam. Nội dung HAVH Việt Nam đa dạng và sáng tạo, đảm bảo tính định hướng chính trị, chứa đựng giá trị văn hóa dân tộc; hình thức thể hiện HAVH Việt

Nam đảm bảo sự cân đối và hài hòa giữa các yếu tố; đảm bảo tính dân tộc và hiện đại, tính chuyên nghiệp, tính sáng tạo và độc đáo. HAVH Việt Nam đã lan tỏa sâu rộng, làm thay đổi nhận thức, thái độ và hành động của cộng đồng quốc tế. Tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế cần khắc phục, một số vấn đề đặt ra cần giải quyết. Đó là nhận thức và năng lực của một số chủ thể; xây dựng hệ giá trị văn hóa quốc gia; phát triển các ngành công nghiệp văn hóa; điều kiện đảm bảo xây dựng HAVH Việt Nam... Đây là cơ sở để tác giả đề xuất quan điểm, giải pháp tăng cường xây dựng HAVH Việt Nam khi “Công cuộc đổi mới và tình hình quốc tế tiếp tục đặt ra nhiều vấn đề về lý luận và thực tiễn cần phải tập trung giải quyết...” [41, t.2, tr.321] như nhận định của Đảng ta.

Chương 4

QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP NHẪM TIẾP TỤC ĐẨY MẠNH XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY

4.1. Quan điểm nhằm tiếp tục đẩy mạnh xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế tới

4.1.1. Xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam quá trình hội nhập quốc tế phải trên cơ sở chính trị kiên định đường lối, chủ trương của Đảng về đổi mới và phát triển con người toàn diện, xây dựng nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc

Trong quá trình lãnh đạo cách mạng, Đảng luôn đề cao quan điểm phát triển con người toàn diện và xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, nhất là trong quá trình Việt Nam chủ động HNQT, lấy đó làm cơ sở xây dựng HAVH Việt Nam.

Đại hội Đảng lần thứ XII xác định phương hướng xây dựng nền văn hóa và con người Việt Nam phát triển toàn diện “phải trở thành một mục tiêu của chiến lược phát triển” [40, tr.95].., chủ trương “chủ động HNQT về văn hóa, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại” [40, tr.98]... Để phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến trên cơ sở giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc, Đảng nhấn mạnh nhiệm vụ “chủ động hợp tác và giao lưu quốc tế về văn hóa, quảng bá văn hóa Việt Nam, tiếp nhận có chọn lọc tinh hoa văn hóa thế giới, đáp ứng yêu cầu hội nhập và phát triển. Xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện và môi trường văn hóa lành mạnh, văn minh trên tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội..” [40, tr.223].

Văn kiện Đại hội XIII của Đảng yêu cầu: “Triển khai đồng bộ, sáng tạo, hiệu quả hoạt động đối ngoại, chủ động và tích cực HNQT toàn diện, sâu rộng... Kết hợp sức mạnh dân tộc, sức mạnh thời đại, chủ động và tích cực HNQT toàn diện, sâu rộng; Việt Nam là bạn, là đối tác tin cậy và là thành

viên tích cực, có trách nhiệm trong cộng đồng quốc tế” [41, t.1, tr.134-135]; “Phát huy tối đa nhân tố con người, coi con người là trung tâm, chủ thể, nguồn lực quan trọng nhất và mục tiêu của sự phát triển, lấy giá trị văn hóa, con người Việt Nam làm nền tảng, sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững” [41, t.1, tr.134-135]. Trong phát triển kinh tế- xã hội từ năm 2021 đến năm 2025, Đảng ta xác định nhiệm vụ quan trọng: “Phát huy giá trị văn hoá, con người Việt Nam và sức mạnh toàn dân tộc, thực hiện tiên bộ, công bằng xã hội, nâng cao đời sống nhân dân, bảo đảm gắn kết hài hoà giữa phát triển kinh tế với xã hội... phát triển những sản phẩm, loại hình văn hoá độc đáo có sức lan tỏa để quảng bá, giới thiệu ra thế giới” [41, t.2, tr.134-135].

Đường lối, chủ trương về phát triển con người toàn diện và xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc của Đảng chính là yếu tố căn bản để luận án xác định quan điểm tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam. Một trong năm bài học kinh nghiệm được rút ra từ thực tiễn thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội và thực hiện triển khai Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XII vào cuộc sống của Đảng là phải “lấy con người là trung tâm phát triển và chia sẻ những thành quả đạt được của quá trình phát triển kinh tế. Phát huy giá trị văn hoá, con người Việt Nam và sức mạnh toàn dân tộc, khơi dậy mạnh mẽ tinh thần yêu nước, khát vọng phát triển và sức mạnh của nhân dân” [41, t.2, tr.81]. Từ bài học về vai trò của con người là trung tâm phát triển, Đảng chủ trương “Xây dựng, phát triển, tạo môi trường và điều kiện xã hội thuận lợi nhất để khơi dậy truyền thống yêu nước, niềm tự hào dân tộc, niềm tin, khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc; tài năng, trí tuệ, phẩm chất của con người Việt Nam là trung tâm, mục tiêu và động lực phát triển quan trọng nhất của đất nước” [41, t.2, tr.330].

Đường lối đổi mới của Đảng ta bắt đầu từ năm 1986, tại Đại hội Đảng lần thứ VI, được tiếp tục phát triển trong các kỳ Đại hội sau này. Nhờ đổi mới mà đất nước ta vững bước trên con đường xây dựng một xã hội “với giá trị

cốt lõi, bền vững và tốt đẹp mà nhân loại hướng tới là một xã hội mà trong đó sự phát triển là thực sự vì con người; sự phát triển về kinh tế đi đôi với tiến bộ và công bằng xã hội; một xã hội nhân ái, đoàn kết, tương trợ lẫn nhau, hướng tới các giá trị tiến bộ, nhân văn; sự phát triển bền vững, hài hòa với thiên nhiên để bảo đảm môi trường sống trong lành cho các thế hệ hiện tại và tương lai; một hệ thống chính trị mà quyền lực thực sự thuộc về nhân dân, do nhân dân và phục vụ lợi ích của nhân dân” [136, tr8] như lời Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng.

Cương lĩnh bổ sung, phát triển năm 2011 được Đại hội Đảng lần thứ XI thông qua đã xác định xã hội XHCN mà nhân dân ta xây dựng là một xã hội dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh; có nền văn hoá tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc; có Nhà nước pháp quyền XHCN của nhân dân, do nhân dân, vì nhân dân do Đảng Cộng sản lãnh đạo; có quan hệ hữu nghị và hợp tác với các nước trên thế giới [38, tr.70]. Đại hội lần thứ XII của Đảng với tinh thần: “Đoàn kết, Dân chủ, Kỷ cương, Đổi mới”, chủ trương đẩy mạnh toàn diện, đồng bộ công cuộc đổi mới; khẳng định: “Đổi mới mang tầm vóc và ý nghĩa cách mạng, là quá trình cải biến sâu sắc, toàn diện, triệt để, là sự nghiệp to lớn của Đảng, toàn dân và toàn quân vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh” [40, tr.65]. Đại hội Đảng lần thứ XIII khẳng định: “tiếp tục đổi mới mạnh mẽ tư duy; có quyết tâm chính trị cao; dự báo chính xác, kịp thời diễn biến của tình hình; chủ động ứng phó kịp thời với mọi tình huống; nỗ lực hơn nữa để tiếp tục đẩy mạnh toàn diện, đồng bộ công cuộc đổi mới; không ngừng gia tăng tiềm lực mọi mặt của quốc gia, bảo vệ vững chắc Tổ quốc và những thành quả phát triển đã đạt được; đưa đất nước vững bước tiến lên, phát triển nhanh và bền vững” [41, t.2, tr.323].

Đường lối đổi mới của Đảng ta phải được áp dụng trong việc tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam. Sự sáng tạo và đổi mới trong văn hóa sẽ giúp thúc đẩy sự phát triển và gia tăng sức hấp dẫn của nền văn hoá Việt Nam trên

trường quốc tế. Đảng và nhà nước khuyến khích việc xây dựng HAVH Việt Nam đa dạng và sáng tạo, thể hiện qua các hoạt động nghệ thuật, sân khấu, điện ảnh, âm nhạc, văn học, hội họa và mỹ thuật. Mục tiêu là góp phần nâng cao vị thế và uy tín của văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế, đồng thời tạo ra sức sống mới và thu hút sự quan tâm của công chúng trong và ngoài nước. Việc tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam phải đảm bảo kiên định đường lối đổi mới của Đảng, phát huy giá trị văn hóa và sức mạnh con người Việt Nam trong HNQT một cách chủ động và hiệu quả.

Tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong thời gian tới phải quán triệt sâu sắc quan điểm của Đảng, vận dụng sáng tạo và phát triển chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, gắn liền với nhiệm vụ “Tiếp tục đổi mới mạnh mẽ tư duy, xây dựng, hoàn thiện đồng bộ thể chế phát triển bền vững về kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội, môi trường..., tháo gỡ kịp thời những khó khăn, vướng mắc; khơi dậy mọi tiềm năng và nguồn lực, tạo động lực mới cho sự phát triển nhanh và bền vững đất nước” và “Tiếp tục thực hiện đường lối đổi mới độc lập, tự chủ, đa phương hóa, đa dạng hóa; chủ động và tích cực HNQT toàn diện, sâu rộng, có hiệu quả; giữ vững môi trường hòa bình, ổn định, không ngừng nâng cao vị thế, uy tín quốc tế của Việt Nam” [41, t.2, tr.328-331]. Quan điểm đổi mới của Đảng là “Kiên định và vận dụng, phát triển sáng tạo chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; kiên định mục tiêu độc lập dân tộc và CNXH; kiên định đường lối đổi mới của Đảng; kiên định các nguyên tắc xây dựng Đảng để xây dựng và bảo vệ vững chắc Tổ quốc Việt Nam XHCN. Bảo đảm cao nhất lợi ích quốc gia - dân tộc trên cơ sở các nguyên tắc cơ bản của Hiến chương Liên Hợp Quốc và luật pháp quốc tế, bình đẳng, hợp tác, cùng có lợi. Tiếp tục phát triển nhanh và bền vững đất nước; gắn kết chặt chẽ và triển khai đồng bộ các nhiệm vụ, trong đó phát triển kinh tế - xã hội là trung tâm; xây dựng Đảng là then chốt; phát triển văn hoá là nền tảng tinh thần; bảo đảm quốc phòng, an ninh là trọng yếu, thường

xuyên”[41, t.2, tr.324]. Điều quan trọng là đổi mới để phát triển ổn định và bền vững, để nâng tầm quốc gia trong bản đồ văn hóa thế giới, để xây dựng và quảng bá HAVH Việt Nam đến với cộng đồng quốc tế.

4.1.2. Xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế phải đảm bảo tính kế thừa và phát triển văn hóa truyền thống của dân tộc, phải tiếp thu có chọn lọc các giá trị văn hóa nhân loại

Tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam cần đảm bảo tính kế thừa và phát triển văn hóa truyền thống của dân tộc, vừa phải tiếp thu có chọn lọc các giá trị văn hóa tốt đẹp của nhân loại, thích ứng với sự biến đổi nhanh và phức tạp của thế giới hiện nay. Quan điểm chỉ đạo của Đảng ta là “Kết hợp sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại; nêu cao ý chí độc lập, tự chủ, chủ động, tích cực hội nhập và nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế; phát huy tối đa nội lực, tranh thủ ngoại lực, trong đó nguồn lực nội sinh, nhất là nguồn lực con người là quan trọng nhất” [41, t.2, tr.325]. Đây cũng chính là quan điểm tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong HNQT. Nhằm khuyến khích sự phát triển văn hóa truyền thống, tiếp thu có chọn lọc các giá trị văn hóa tốt đẹp của nhân loại, tiếp thu kiến thức văn hóa thế giới, Đảng ta đặt mục tiêu phát triển giáo dục và đào tạo văn hóa, giúp hình thành và truyền bá các giá trị, tư tưởng và ý thức văn hóa dân tộc cho thế hệ trẻ, đồng thời biết kế thừa và học hỏi sáng tạo, đảm bảo sự phát triển ổn định và bền vững của văn hóa Việt Nam.

Văn kiện Đại hội XIII của Đảng xác định giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam là nguồn lực nội sinh quan trọng, góp phần làm nên sức mạnh tổng hợp quốc gia để đẩy mạnh quá trình phát triển nhanh và bền vững đất nước: “Xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện, gắn kết chặt chẽ, hài hòa giữa *giá trị truyền thống* và *giá trị hiện đại*. Phát triển toàn diện, đồng bộ các *lĩnh vực văn hóa, môi trường văn hóa, đời sống văn hóa* phong phú, đa dạng, văn minh, lành mạnh; vừa phát huy những giá trị tốt đẹp của dân tộc, vừa tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại để văn hóa thực sự là nền

tăng tinh thần, nguồn lực nội sinh và động lực đột phá cho phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế” [41, t.1, tr.47]. Văn kiện Đại hội XIII lần đầu tiên nêu yêu cầu phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới” [41, t.1, tr.145-146].

Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng đã khẳng định: “phát triển văn hóa là một trong những vấn đề trọng tâm, một nội dung nổi bật trong Văn kiện Đại hội XIII của Đảng” [136, tr.164-165]. Đảng khuyến khích việc tiếp thu và kế thừa những giá trị văn hóa từ các nền văn hóa khác trên thế giới, nhằm làm phong phú và đa dạng hóa văn hóa Việt Nam, việc này phải đi đôi với việc bảo vệ và duy trì nhân tố văn hóa cốt lõi của dân tộc. Đảng coi sức mạnh của con người Việt Nam trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc là nguồn cảm hứng và động lực quan trọng để phát triển văn hóa. Việc đào tạo, nâng cao trình độ chuyên môn và ý thức văn hóa cho con người Việt Nam là một trong những yếu tố quan trọng để thúc đẩy sự phát triển văn hóa và xây dựng Tổ quốc. Đảng chủ trương tôn trọng và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc, bảo tồn di sản văn hóa và khơi dậy tình yêu quê hương, dân tộc, sáng tạo, phát huy giá trị văn hóa truyền thống để hướng tới tương lai. Bảo tồn, phát huy giá trị các di sản văn hóa là con đường ngắn nhất để lan tỏa sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam ra bên ngoài, nhưng cần có cơ chế và giải pháp xử lý đúng đắn mối quan hệ giữa bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử truyền thống dân tộc với xây dựng nền văn hóa và con người trong bối cảnh phát triển kinh tế thị trường định hướng XHCN và HNQT.

Những luận điểm rút ra từ Nghị quyết Đại hội Đảng cho thấy để tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam phải quán triệt đường lối, chủ trương của Đảng ta về phát triển và xây dựng nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc theo hướng vừa đảm bảo tính kế thừa và phát triển văn hóa truyền thống của dân tộc,

vừa phải tiếp thu có chọn lọc các giá trị văn hóa tốt đẹp của nhân loại. Đảng nhận thức rằng HNQT là một xu thế không thể tránh khỏi trong thế giới ngày nay, vì thế phải chủ động giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, lấy bản sắc văn hóa làm màng lọc để lựa chọn những giá trị tiên tiến trong văn hóa thế giới, bổ sung và làm giàu cho văn hóa quốc gia. Hội nhập mà không hòa tan, không đánh mất bản sắc văn hóa của mình, nhưng cũng không chối từ tinh hoa văn hóa nhân loại.

Đường lối của Đảng trong sự nghiệp xây dựng và phát triển văn hóa nhằm xây dựng và bảo vệ Tổ quốc cũng khuyến khích việc khai phá và sáng tạo văn hóa hiện đại, từ việc phát triển ngành công nghiệp văn hóa, sáng tạo nghệ thuật, đến các hoạt động truyền thông và xuất bản. Đồng thời, không chỉ quan tâm đến văn hóa truyền thống mà còn quan tâm đến việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ văn hóa sáng tạo, mang tính cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Đảng ta luôn nhấn mạnh việc nâng cao ý thức văn hóa và đời sống văn hoá của người dân, từ việc tăng cường giáo dục văn hóa, giáo dục nghệ thuật cho các đối tượng khác nhau, đến việc xây dựng cộng đồng văn hoá và thể chế văn hoá trong các đơn vị hành chính, tổ chức và cộng đồng. Đổi mới văn hóa gắn liền với đề ra các biện pháp để xây dựng và nâng cao hệ thống quản lý văn hóa, bao gồm việc tạo ra các chính sách, cơ chế pháp lý liên quan đến văn hóa, xây dựng cơ sở dữ liệu văn hóa, đào tạo cán bộ quản lý văn hóa và phát triển các trung tâm văn hóa đa ngành. Đường lối của Đảng cũng khuyến khích việc tham gia vào các hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế, từ việc tổ chức sự kiện văn hóa quốc tế, hợp tác với các nước trong lĩnh vực văn hóa, đến việc xây dựng HAVH Việt Nam tích cực trên trường quốc tế.

4.1.3. Xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế phải gắn với nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh Tổ quốc

Trong quá trình xây dựng HAVH Việt Nam, cần gắn kết chặt chẽ với nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội và bảo đảm quốc phòng-an ninh Tổ quốc. Điều này có ý nghĩa quan trọng để đảm bảo sự phát triển bền vững và an ninh

của đất nước. Chủ trương của Đảng là “Củng cố, tăng cường quốc phòng, an ninh; kiên quyết, kiên trì đấu tranh bảo vệ và giữ vững độc lập, chủ quyền, thống nhất, toàn vẹn lãnh thổ của Tổ quốc; giữ vững an ninh chính trị, trật tự, an toàn xã hội... Nâng cao hiệu quả hoạt động đối ngoại, chủ động HNQT, tạo môi trường hoà bình và điều kiện thuận lợi để phát triển đất nước” [41, t.2, tr.150-151]. Đảng ta đặc biệt nhấn mạnh: “ Phát huy hơn nữa ngoại giao văn hoá, đóng góp thiết thực vào quảng bá mạnh mẽ hình ảnh quốc gia và tăng cường sức mạnh tổng hợp của đất nước” [41, t.2, tr.155].

Xây dựng HAVH Việt Nam không chỉ là mục tiêu độc lập mà còn là một phần không thể thiếu của sự phát triển kinh tế-xã hội, vì thế phải gắn kết với nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội. Văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự nghiên cứu, sáng tạo, khởi nghiệp và phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, du lịch, giáo dục và nghệ thuật. Đồng thời, phải thúc đẩy các hoạt động văn hoá mang lại lợi ích và hạnh phúc cho nhân dân, góp phần vào việc tăng cường cuộc sống văn minh, đời sống vui vẻ và hạnh phúc cho mọi người. Phát triển kinh tế-xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng HAVH Việt Nam. Khi nền kinh tế phát triển, người dân có thu nhập cao hơn, điều kiện sống cải thiện, từ đó tạo ra cơ hội cho việc tiếp cận và tham gia vào các hoạt động văn hóa. Sự phát triển kinh tế cung cấp nguồn lực và cơ sở vật chất để khuyến khích sự sáng tạo và đổi mới trong lĩnh vực văn hóa. Nguồn lực tài chính và công nghệ được đầu tư vào các ngành nghệ thuật, điện ảnh, âm nhạc và văn hóa đương đại giúp phát triển các dự án sáng tạo mới và mang lại những trải nghiệm văn hóa độc đáo. Sự phát triển kinh tế-xã hội cung cấp nguồn lực và quyền lợi cho việc bảo tồn và phục hồi di sản văn hóa. Các công trình kiến trúc, di tích lịch sử, truyền thống và tập quán văn hóa có thể được bảo tồn, phục hồi và duy trì để tiếp tục là nguồn cảm hứng và đặc trưng của văn hóa Việt Nam, là nguồn lực để phát triển kinh tế- xã hội.

Đến lượt mình, sự phát triển kinh tế-xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc tạo điều kiện thuận lợi để phát triển văn hóa. Việc đầu tư vào hệ thống truyền thông, công nghệ thông tin và du lịch giúp quảng bá HAVH Việt Nam đến cộng đồng quốc tế. Đồng thời, việc tương tác với các nền văn hóa khác cũng mang lại những cơ hội mới cho sự phát triển và truyền bá văn hóa Việt Nam. Việc đầu tư vào hệ thống truyền thông và công nghệ thông tin giúp quảng bá HAVH Việt Nam đến cộng đồng quốc tế. Công nghệ thông tin và mạng internet cho phép chia sẻ thông tin về văn hóa, di sản và các hoạt động nghệ thuật của Việt Nam một cách rộng rãi và nhanh chóng. Điều này giúp nâng cao nhận thức và hiểu biết về văn hóa Việt Nam trên toàn cầu.

Giao lưu văn hóa với các nền văn hóa khác mang lại cơ hội mới cho sự phát triển và quảng bá HAVH Việt Nam. Qua việc tương tác, hợp tác và trao đổi với các nền văn hóa khác, người Việt có thể học hỏi và nhận được tầm nhìn mới về các hình thức nghệ thuật, truyền thống và tập quán văn hóa. Đồng thời, việc giới thiệu văn hóa Việt Nam đến cộng đồng quốc tế qua các sự kiện văn hóa và du lịch làm tăng sự quan tâm và tạo ra cơ hội kinh doanh và phát triển cho ngành du lịch. Giao lưu văn hóa giữa các nền văn hóa khác nhau mang lại sự đa dạng và sự giàu có cho văn hóa của mỗi quốc gia, giúp mở rộng tầm nhìn, tăng cường sự hiểu biết và tôn trọng đối với các giá trị và quan niệm văn hóa khác nhau. Điều này góp phần vào việc củng cố bản sắc văn hóa và tạo ra một môi trường giao lưu và hòa nhập văn hóa. Giao lưu văn hóa cũng tạo ra cơ hội xây dựng hợp tác và liên kết văn hóa giữa Việt Nam và các quốc gia khác. Qua việc hợp tác trong các lĩnh vực nghệ thuật, múa, âm nhạc, điện ảnh, thể thao và giáo dục, các quốc gia có thể chia sẻ và trao đổi kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm về văn hóa. Điều này làm tăng khả năng hòa nhập và phát triển của văn hóa Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu.

Phát triển kinh tế-xã hội không nên ảnh hưởng tiêu cực đến sự đa dạng và sáng tạo văn hóa. Cần xây dựng môi trường thúc đẩy sự đa dạng và sáng

tạo trong các lĩnh vực nghệ thuật, văn hóa và giáo dục. Điều này đảm bảo rằng văn hóa được phát triển theo hướng bền vững và thích ứng với sự thay đổi trong xã hội. Sự giao lưu và hợp tác văn hóa cần được khuyến khích để xây dựng một môi trường hòa nhập và tương tác giữa các nền văn hóa khác nhau. Điều này không chỉ tạo cơ hội cho sự trao đổi kiến thức và kinh nghiệm văn hóa, mà còn làm tăng khả năng thích ứng và phát triển của văn hoá Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu. Qua việc đảm bảo sự hài hòa và cân nhắc trong việc gắn kết văn hóa với phát triển kinh tế-xã hội và bảo đảm quốc phòng-an ninh, chúng ta có thể đạt được sự phát triển bền vững và tiến bộ của đất nước mà vẫn giữ được bản sắc văn hóa và giá trị dân tộc.

Xây dựng HAVH Việt Nam cần được thực hiện đồng thời với việc bảo đảm quốc phòng-an ninh. Văn hoá công hiến, tinh thần yêu nước, lòng dũng cảm và trách nhiệm của con người Việt Nam trong việc bảo vệ Tổ quốc là những giá trị cốt lõi của văn hóa. Phải khuyến khích và phát huy những giá trị đó để xây dựng một nền văn hóa mạnh mẽ, gắn kết và bảo vệ an ninh quốc gia. Bởi vì quốc phòng và an ninh đóng vai trò quan trọng trong việc bảo vệ di sản văn hóa của Việt Nam. Di tích lịch sử, công trình kiến trúc, tài liệu và truyền thống văn hóa được coi là di sản quốc gia và cần được bảo tồn và bảo vệ khỏi các nguy cơ như chiến tranh, xâm lược hoặc hủy hoại. Bảo đảm an ninh và quốc phòng là cách để đảm bảo rằng những di sản này được bảo vệ và tồn tại cho thế hệ sau. Quốc phòng và an ninh sẽ tạo môi trường ổn định cho phát triển văn hóa. Một môi trường an ninh và ổn định là điều kiện tiên quyết để các hoạt động văn hóa được phát triển và truyền bá. Khi không có sự lo ngại về an ninh hay mối đe dọa quốc phòng, mọi người có thể tập trung vào việc tham gia và hưởng thụ các hoạt động nghệ thuật, biểu diễn, triển lãm và các hoạt động văn hóa khác một cách tự do và an toàn. An ninh và quốc phòng đóng vai trò quan trọng trong việc gìn giữ bản sắc dân tộc và nhận thức văn hóa của Việt Nam. Việc bảo vệ và phát triển các giá trị văn hóa đặc trưng của dân tộc là một phần quan trọng trong việc xây dựng HAVH của quốc gia.

Bảo đảm an ninh và quốc phòng là một yếu tố quan trọng để tạo niềm tin và lòng tự hào trong cộng đồng dân cư. Khi mọi người cảm thấy an toàn và được bảo vệ, họ có niềm tin vào quốc gia và văn hóa của mình, tạo ra một tinh thần đoàn kết và sự tự tin trong việc gìn giữ và phát triển văn hóa Việt Nam. Trong việc gắn kết văn hóa với phát triển kinh tế-xã hội và bảo đảm quốc phòng-an ninh, cần duy trì sự hài hòa và cân nhắc. Điều này đảm bảo rằng sự phát triển kinh tế-xã hội không gây ảnh hưởng tiêu cực đến văn hóa dân tộc và tư duy sáng tạo. Đồng thời, bảo vệ an ninh quốc gia không gây hạn chế tự do và phát triển của văn hoá. Sự hài hòa và cân nhắc trong việc gắn kết văn hóa với phát triển kinh tế-xã hội và bảo đảm quốc phòng-an ninh là rất quan trọng để đảm bảo sự phát triển toàn diện và bền vững của quốc gia. Trong quá trình phát triển kinh tế-xã hội, cần duy trì và bảo vệ bản sắc và giá trị văn hóa của dân tộc. Việc đảm bảo sự tôn trọng và bảo vệ các truyền thống, tập quán và di sản văn hóa đặc trưng là tạo điều kiện cho sự phát triển văn hóa và tinh thần tự hào dân tộc. Trong quá trình bảo vệ an ninh quốc gia, cần đảm bảo rằng không có hạn chế không cần thiết đối với tự do và phát triển của văn hoá. Tự do ngôn luận, tự do sáng tác và tự do thể hiện quan điểm là những yếu tố quan trọng để giữ gìn sự sáng tạo và phát triển của văn hoá. Việc bảo vệ an ninh không dẫn đến việc áp đặt ý kiến và giới hạn không cần thiết đối với hoạt động văn hoá. Điều này đảm bảo sự phát triển bền vững và an ninh của đất nước, đồng thời tôn vinh và bảo tồn giá trị văn hóa của dân tộc.

4.1.4. Xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam quá trình hội nhập quốc tế phải gắn với môi trường chuyển đổi số, phù hợp với chiến lược ngoại giao văn hóa “cây tre Việt Nam”

Vấn đề đặt ra cho Việt Nam là làm thế nào để khơi dậy được sức mạnh của văn hóa dân tộc trong công cuộc xây dựng đất nước và cạnh tranh quốc tế, với chiến lược ngoại giao văn hóa, quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam ra thế giới trong môi trường công nghệ cao, môi trường

chuyển đổi số hiện nay. Nhưng khó khăn đến mấy chúng ta vẫn phải quán triệt quan điểm: xây dựng HAVH Việt Nam phải gắn với chuyển đổi số, phù hợp với chiến lược ngoại giao văn hóa, quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam ra thế giới.

Để tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam, cần gắn kết với xây dựng môi trường văn hoá số phù hợp với chuyển đổi số. Điều này bao gồm sự đổi mới, linh hoạt và sáng tạo trong công tác ngoại giao văn hóa và quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam ra thế giới. Trong thời đại hiện nay, công nghệ thông tin đã làm cho hoạt động truyền thông thay đổi cách thức giao tiếp, tương tác và tiếp cận thông tin. Việc xây dựng môi trường văn hoá số phù hợp là cần thiết để tạo điều kiện cho sự phát triển của nền văn hoá Việt Nam. Cần khuyến khích sử dụng ưu thế của công nghệ số và mạng xã hội để lan tỏa giá trị văn hóa dân tộc, tạo nền tảng cho sự sáng tạo và giao lưu văn hoá, xây dựng HAVH Việt Nam.

Đứng trước yêu cầu phải thể hiện HAVH Việt Nam toàn diện và sâu rộng so với các thời kỳ trước, Ban Bí thư đã ban hành Chỉ thị số 25-CT/TW ngày 8/8/2018 về đẩy mạnh và nâng tầm đối ngoại đa phương đến năm 2030, phát triển văn hóa, con người Việt Nam theo định hướng phát triển bền vững. Chỉ thị nhấn mạnh việc xây dựng con người Việt Nam có đạo đức, phẩm chất tốt, kiến thức sâu rộng, sức khỏe tốt và tinh thần sáng tạo. Đồng thời, khuyến khích việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu của cách mạng công nghiệp 4.0; nhấn mạnh tầm quan trọng của việc gìn giữ và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc Việt Nam. Chỉ thị khuyến khích việc phát triển văn hóa hiện đại, sáng tạo và đa dạng, khuyến khích các hoạt động nghệ thuật, văn hóa, giải trí và thể thao, tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển công nghiệp văn hóa. Chỉ thị cũng đề cao tầm quan trọng của việc xây dựng cộng đồng văn hóa, tạo điều kiện để mỗi cá nhân đều đóng góp vào sự phát triển văn hóa; khuyến khích việc xây dựng các

tổ chức và cộng đồng văn hóa, tăng cường vai trò của các công đoàn, đoàn thể trong việc phát triển văn hóa, khuyến khích việc tham gia vào hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế, từ việc tổ chức sự kiện văn hóa quốc tế, hợp tác với các nước trong lĩnh vực văn hóa, đến việc tăng cường khả năng hội nhập và giao lưu văn hóa của Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Đảng ta luôn nhấn mạnh việc xây dựng môi trường phát triển văn hóa thuận lợi, tạo điều kiện cho sự tự do sáng tạo văn hóa, phát huy vai trò của các cơ quan, tổ chức văn hóa và tạo ra các chính sách, quy định hỗ trợ phát triển văn hóa; nhấn mạnh việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc Việt Nam, từ việc bảo vệ di sản văn hóa, truyền thống tập quán cho đến việc gìn giữ và phát triển ngôn ngữ, tín ngưỡng và nghệ thuật truyền thống. Đảng ta khuyến khích việc phát triển văn hóa hiện đại, sáng tạo và đa dạng, tăng cường công nghiệp văn hóa, chú trọng các hoạt động giải trí, xuất bản, điện ảnh và truyền thông. Nâng cao nhận thức văn hóa và vai trò của văn hóa trong xã hội, từ việc tăng cường giáo dục về văn hóa cho người dân, xây dựng các chương trình giáo dục văn hóa, đến việc tăng cường thông tin, tuyên truyền và quảng bá văn hóa. Khuyến khích việc tham gia vào hoạt động HNQT và giao lưu văn hóa, từ việc tăng cường hợp tác với các nước khác trong lĩnh vực văn hóa, tổ chức sự kiện văn hóa quốc tế, đến việc phát triển các sản phẩm văn hóa dịch vụ mang tính cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Đảng chủ trương tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam phù hợp với chiến lược ngoại giao văn hóa, quảng bá HAVH Việt Nam ra thế giới. Cần tăng cường giao lưu, sự hiểu biết, tình hữu nghị giữa nhân dân Việt Nam và nhân dân các nước, đóng góp quan trọng vào việc nâng cao vị thế, uy tín Việt Nam trên trường quốc tế theo Kết luận số 76-KL/TW ngày 04/6/2020 của Bộ Chính trị, theo Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng trong xu thế toàn cầu hóa và HNQT. Xây dựng HAVH Việt Nam cần gắn kết

với xây dựng môi trường văn hoá số phù hợp với chuyển đổi số, thực hiện công tác ngoại giao văn hóa một cách đổi mới, linh hoạt và sáng tạo.

Xây dựng và phát triển nền ngoại giao Việt Nam hiện đại và mang đậm bản sắc dân tộc chính là trường phái ngoại giao “cây tre Việt Nam” như lời Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng: “đối ngoại phải luôn luôn phục vụ tốt nhất cho sự nghiệp đổi mới, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Đó là những tư tưởng, triết lý vượt thời đại của cha ông ta, mãi mãi vẫn còn nguyên giá trị” [136, tr.175]. Ngày 30/11/2021, Chính phủ đã ban hành Quyết định số 2013/QĐ-TTg, phê duyệt Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2030. Ngoại giao văn hóa là 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, hướng tới đạt được các mục tiêu lợi ích cơ bản của quốc gia. Đây là kênh ngoại giao hữu hiệu, gia tăng sức mạnh mềm; xây dựng lòng tin, quảng bá hình ảnh quốc gia; được thực hiện đa dạng, không chỉ bằng con đường chính thức của Nhà nước mà còn bằng cả con đường không chính thức; được áp dụng linh hoạt và đạt được hiệu quả lâu dài, phù hợp với công cuộc đổi mới và HNQT của Việt Nam. Trong chiến lược phát triển ngoại giao để xây dựng HAVH Việt Nam, ngoại giao nhân dân là một nội dung quan trọng, xuất phát từ đặc thù của Việt Nam, một “đất nước của Nhân dân, của ca dao, thần thoại”.

4.2. Một số giải pháp chủ yếu nhằm tiếp tục đẩy mạnh xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay

4.2.1. Nâng cao nhận thức và năng lực của các chủ thể xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay

Từ khi chủ động HNQT, Việt Nam đã tăng cường các hoạt động ngoại giao năng động, linh hoạt, giàu giá trị văn hóa để xây dựng HAVH Việt Nam. Bước vào thời kỳ đổi mới đã xác định cần xây dựng hình ảnh đất nước thông qua văn hóa vì chính vai trò quan trọng của văn hóa trong sự phát triển của xã hội. Không phải chỉ Việt Nam, mà nhiều nước trên thế giới cũng nhận thức

sâu sắc về vai trò của văn hóa trong thúc đẩy sự hiểu biết giữa các quốc gia, các dân tộc, khi thế giới đã trở nên phẳng hơn bởi sức mạnh của khoa học và công nghệ. Với sự phát triển mạnh mẽ văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, với sự đổi mới của đất nước, chúng ta đã phát huy sức mạnh của văn hóa trong đối ngoại nhằm thực hiện thắng lợi chính sách đối ngoại của Đảng và Nhà nước, xây dựng hình ảnh đất nước, con người Việt Nam. Tuy nhiên, bối cảnh mới đặt ra vấn đề cần nâng cao nhận thức và năng lực của các chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam. Để làm được điều này, chúng ta cần thực hiện đồng bộ những giải pháp sau:

Thứ nhất, đẩy mạnh công tác tuyên truyền về sự cần thiết phải tiếp tục xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Tiếp tục tuyên truyền về đường lối, quan điểm của Đảng; thể chế và hệ thống luật pháp, chính sách liên quan đến xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh HNQT, triển khai thành các chiến lược, các chương trình, các kế hoạch cụ thể. Hệ thống quan điểm, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước về vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam phải ngày càng được hoàn thiện và phải được các chủ thể nhận thức đầy đủ, được triển khai trong đời sống thực tiễn.

Công tác tuyên truyền cần được đẩy mạnh để nâng cao nhận thức và năng lực của các chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam, để mỗi người dân hiểu rõ trách nhiệm và vinh dự của mình khi được tham gia vào hoạt động xây dựng HAVH Việt Nam, giới thiệu cho bạn bè thế giới về vẻ đẹp của đất nước mình. Hoạt động tuyên truyền không chỉ ở cấp Trung ương mà phải lan truyền xuống từng đơn vị cơ sở, phải được tiến hành thường xuyên chứ không chỉ tập trung vào các sự kiện, phải thông qua các hình thức, phương pháp, phương tiện đa dạng, linh hoạt chứ không áp dụng cứng nhắc, phải gắn với thực tiễn chứ không chỉ là lý thuyết suông. Những người làm công tác tuyên truyền liên quan đến xây dựng HAVH Việt Nam phải có nhiệt huyết và đam

mê, có tri thức và kỹ năng, có nghệ thuật tuyên truyền. Nhiệm vụ này trước hết thuộc trách nhiệm của Bộ TT & TT.

Về phía quản lý, Nhà nước không chỉ tăng cường công tác tuyên truyền mà còn cần kiện toàn công tác kiểm tra, giám sát các hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa, giám sát hoạt động của hệ thống thiết chế văn hóa và hoạt động truyền thông giao lưu văn hóa, nhất là các phương tiện truyền thông hiện đại, để truyền thông về HAVH Việt Nam gắn liền với bảo vệ lợi ích dân tộc, bảo vệ an ninh quốc gia khi xây dựng HAVH Việt Nam.

Nâng cao nhận thức về vai trò của ngoại giao văn hóa, một trong ba trụ cột có vai trò như sức mạnh mềm cần thiết, quan trọng của công tác ngoại giao, đối ngoại lâu dài của quốc gia. Truyền thông và ngoại giao văn hóa luôn gắn bó không tách rời, bổ sung cho nhau về nội dung, hình thức, như hai mặt cốt yếu của sự vật, có khi còn hòa trộn vào nhau như hình với bóng. “Hoạt động ngoại giao từ trước đến nay luôn bao hàm sự giao lưu về các giá trị văn hóa giữa các quốc gia - dân tộc. Do vậy, bản chất của hoạt động ngoại giao luôn ẩn chứa nội hàm văn hóa; văn hóa được sử dụng như một công cụ hữu hiệu trong quan hệ quốc tế, trở thành bộ phận cấu thành quan trọng trong hoạt động ngoại giao của quốc gia hiện đại...ngoại giao văn hóa là một hình thức ngoại giao thông qua công cụ văn hóa để thiết lập, duy trì và phát triển quan hệ đối ngoại nhằm đạt được các mục tiêu cơ bản của quốc gia là an ninh, phát triển và mở rộng vị thế quốc tế” [68, tr.507]. Trong thời gian tới, đẩy mạnh ngoại giao văn hóa là rất cần thiết.

Thứ hai, nâng cao ý thức cộng đồng về chính sách phát triển văn hóa gắn với xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Cần chú trọng việc nâng cao ý thức cộng đồng về chính sách phát triển văn hóa gắn liền với xây dựng HAVH Việt Nam. Dựa trên việc đánh giá, xác định mục tiêu của chính sách phát triển văn hóa và xây dựng hình ảnh Việt Nam trong từng giai đoạn và thời kỳ phát triển phải đặt ra những mục tiêu cụ

thể, ví dụ như tăng cường nhận thức văn hóa, phổ biến di sản văn hóa, xây dựng hình ảnh quốc tế tích cực về Việt Nam. Từ đó, phải xác định các biện pháp và chính sách cụ thể để thực hiện mục tiêu đã đề ra. Điều này bao gồm việc tạo ra các cơ chế pháp lý, hỗ trợ tài chính, và xây dựng hạ tầng văn hóa. Cần có sự liên kết giữa các cơ quan chức năng, doanh nghiệp, tổ chức xã hội và cá nhân để triển khai hiệu quả các biện pháp này. Đẩy mạnh giáo dục văn hóa là yếu tố quan trọng để xây dựng HAVH Việt Nam. Đồng thời, cần khuyến khích và hỗ trợ các hoạt động ngoại khóa, câu lạc bộ văn hóa và sân chơi sáng tạo để trẻ em và thanh thiếu niên có cơ hội tiếp xúc và tham gia vào văn hóa. Tạo điều kiện cho sự phát triển của nghệ thuật và văn học. Cần đầu tư vào việc hỗ trợ và khuyến khích các nghệ sĩ, nhà văn, nhạc sĩ và diễn viên để phát triển tài năng và sáng tạo. Xây dựng các cơ sở vật chất và tạo ra môi trường thuận lợi để nghệ thuật và văn học Việt Nam phát triển và ghi dấu ấn trên sân khấu quốc tế, đó là môi trường tự do, dân chủ, bình đẳng.

Nhà nước cần có chính sách đặc biệt để tôn vinh những cá nhân xuất sắc trong hoạt động xây dựng HAVH Việt Nam. Nên có thêm những danh hiệu có tính động viên tinh thần cho những người hoạt động ngoại giao văn hóa, nhất là những người có nhiều đóng góp trong lĩnh vực này. “Việc thưởng phạt, tôn vinh, sử dụng, đãi ngộ những người tài giỏi trong hoạt động giao lưu văn hoá, văn hóa đối ngoại cần công bằng, kịp thời” [21, tr.369]. Có như thế mới động viên, khích lệ được tinh thần cống hiến, nhiệt huyết trong xây dựng HAVH Việt Nam.

Thứ ba, nâng cao năng lực truyền thông xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Cần tăng cường đào tạo và nâng cao năng lực, cung cấp đào tạo chuyên sâu cho các nhà báo, phóng viên, biên tập viên đối với công việc truyền thông văn hóa và quan hệ đối ngoại, để họ có thêm năng lực xây dựng HAVH Việt Nam. Đồng thời, tạo điều kiện để những người làm báo được tiếp cận với

thông tin mới nhất, phân tích sự phát triển của ngành truyền thông và áp dụng công nghệ mới. Thúc đẩy sáng tạo và nội dung chất lượng, khuyến khích sự sáng tạo trong việc sản xuất nội dung truyền thông văn hóa, đặc biệt là bằng cách phát triển các chương trình truyền hình, phim ảnh, video clip và bài viết có chất lượng cao, phù hợp với xu hướng và yêu cầu của thị trường quốc tế trong xây dựng HAVH Việt Nam.

Khi tiến hành xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh HNQT ngày càng nhiều biến động, lực lượng làm công tác báo chí đối ngoại phải đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ ngày càng cao hơn. Cho nên cần nâng cao năng lực xây dựng HAVH cho chính đội ngũ này, đó là năng lực dự báo, năng lực phân tích, năng lực đánh giá, năng lực vận dụng kỹ năng, năng lực chuyên môn, năng lực hợp tác... Nhà nước và các Bộ, ban, ngành cần có chiến lược cán bộ, tăng cường tổ chức các lớp đào tạo dài hạn, các lớp tập huấn ngắn hạn, chuyên sâu để bồi đắp kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ và đạo đức nghề nghiệp làm công tác báo chí đối ngoại cho đội ngũ cán bộ chuyên trách, cho các lực lượng bán chuyên trách làm công tác báo chí đối ngoại. Nhà nước cần có chủ trương và kế hoạch cụ thể để Bộ ngoại giao, Bộ TT & TT, Bộ Giáo dục và Đào tạo... liên kết trong hoạt động, gắn kết chặt chẽ các cơ sở đào tạo, nghiên cứu với các cơ quan, tổ chức có chức năng thực hiện công tác thông tin đối ngoại. Cơ chế phối hợp với các trường đại học có các chuyên ngành báo chí như Học viện Ngoại giao, Học viện Báo chí và Tuyên truyền... để đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ phóng viên, biên tập viên báo chí đối ngoại phải được xác định chi tiết, để đảm bảo nâng cao năng lực xây dựng HAVH cho các chủ thể.

Để nâng cao năng lực xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh mới, Nhà nước cần hoàn thiện chính sách phát triển văn hóa và chỉ đạo thực hiện chiến lược xây dựng HAVH Việt Nam. Trong bối cảnh HNQT, Nhà nước cần sớm nghiên cứu và ban hành một cơ chế tổng hợp, có hiệu quả nhằm khai thác tốt hơn các di sản văn hóa phục vụ hoạt động xây dựng HAVH Việt

Nam, hoàn thiện cơ chế phân công, phân cấp quản lý và khai thác các giá trị văn hóa nhằm xây dựng HAVH Việt Nam hiệu quả, có chính sách thu hút các nghệ nhân, các chuyên gia khoa học trong và ngoài nước đến làm việc và đóng góp cho hoạt động xây dựng HAVH Việt Nam. Nhà nước cũng cần có chính sách hỗ trợ một cách hợp lý cho người dân và các tổ chức cá nhân trong xây dựng HAVH Việt Nam, mới có thể nâng cao nhận thức và năng lực cộng đồng trong công tác đặc biệt này.

4.2.2. Đổi mới, hoàn thiện nội dung xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay

Thứ nhất, hoàn thiện hệ giá trị văn hóa Việt Nam

Cần thống nhất, hoàn thiện hệ giá trị văn hóa Việt Nam làm cơ sở để xây dựng hình ảnh Việt Nam. Đây là giải pháp hết sức cần thiết, bởi vì hiện nay còn chưa hoàn thiện được hệ giá trị văn hóa quốc gia, trong khi “hệ giá trị văn hóa có vai trò vô cùng quan trọng trong việc hiện thực hóa mục tiêu xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, ...đáp ứng yêu cầu của thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế mà Đảng ta đã đề ra” [68, tr.475]. Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 9/6/2014 và Nghị quyết Trung ương 9 khóa XI xác định: “xây dựng nền văn hóa Việt Nam với bốn đặc trưng: dân tộc, nhân văn, dân chủ và khoa học” [38, tr.48-49]. Đại hội Đảng XII đề cập đến tính cấp thiết của xây dựng hệ giá trị văn hóa và hệ giá trị con người Việt Nam. Đại hội Đảng lần thứ XIII cũng khẳng định cần “tập trung nghiên cứu, xác định và triển khai xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người gắn với giữ gìn, phát triển hệ giá trị gia đình Việt Nam trong thời kỳ mới” [41, t.1, tr.143]. Thế nhưng thực tế hiện nay, chúng ta chưa thống nhất được hệ giá trị văn hóa Việt Nam để làm nền tảng cho việc xây dựng HAVH Việt Nam.

Trước hết, phải thống nhất về nhận thức rằng hệ giá trị văn hóa là “các giá trị do chính con người thuộc cộng đồng 54 dân tộc sáng tạo ra trong quá

khứ và hiện tại... được hiểu là bao gồm toàn bộ các giá trị vật thể và phi vật thể cốt lõi, được kết tinh từ các mối quan hệ xã hội của con người, mỗi tộc người được hình thành do quá trình cư trú, hoạt động của họ tác động vào thế giới tự nhiên cụ thể mà tạo ra, nhằm thỏa mãn các nhu cầu sống, nhu cầu tồn tại và phát triển của mình” [13, tr.64]. Vì thế cần huy động trí tuệ không chỉ của các nhà khoa học, mà cả cộng đồng. Bởi vì “hệ giá trị mới xây dựng đều gồm hai bộ phận là những giá trị truyền thống tốt đẹp cần bảo tồn và những giá trị mới được bổ sung, thay thế cho những cái lỗi thời. Để xây dựng được hệ giá trị văn hóa và chuẩn mực con người, điều quan trọng nhất là cần xác định được những giá trị truyền thống nào cần được bảo tồn và phát triển, những giá trị nào đang trong quá trình suy thoái, và những cái gì đang là thói hư tật xấu cần phải loại bỏ” [13, tr.76]. Hơn nữa “chúng ta đang ở trong một giai đoạn khủng hoảng hệ giá trị nghiêm trọng. Đây là lúc hệ giá trị cổ truyền bị giải thể, không còn nguyên giá trị và tính hệ thống, nhưng hệ giá trị mới lại chưa thành hình để có thể thay thế hệ giá trị cũ. Cái cũ thì giải thể, cái mới chưa được xác lập” [82, tr.143]. Vì vậy, trong bối cảnh HNQT hiện nay, vấn đề xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam là vô cùng cấp thiết, để đảm bảo “hệ giá trị văn hóa Việt Nam vừa phải có những tiêu chuẩn giá trị mang tính nhân loại, vừa có những tiêu chuẩn mang tính đặc thù lịch sử dân tộc” [68, tr.569].

Cần khẩn trương và thống nhất cao trong xây dựng hệ giá trị văn hóa để có cơ sở khoa học xây dựng HAVH Việt Nam, dựa vào các văn bản chỉ đạo của Đảng ta. Đây là công việc “đòi hỏi sự nghiên cứu, tổng kết, nhận diện, tham chiếu, xem xét từ nhiều chiều cạnh và quan trọng hơn là làm sao mang tính khả thi để có thể hiện thực hóa các giá trị ấy trong cuộc sống, góp phần xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong bối cảnh mới” [120, tr.315-316]. Đây là nhiệm vụ của cả hệ thống chính trị, của các chủ thể lãnh đạo, chỉ đạo và thực thi xây dựng HAVH Việt Nam, của cả cộng đồng. Các Hội thảo khoa học cần được tiếp tục tổ chức. Các chủ thể lãnh đạo, quản

lý cần tranh thủ ý kiến các chuyên gia trong và ngoài nước, cần lắng nghe tiếng nói của người Việt Nam sống trong lòng Tổ Quốc và kiều bào xa Tổ Quốc. Cần lắng nghe cả những ý kiến đồng thuận và không đồng thuận để có tính tranh biện khoa học trong xây dựng HAVH Việt Nam thông qua xây dựng hệ giá trị văn hóa, phù hợp với yêu cầu thực tiễn.

Thứ hai, hoàn thiện hệ biểu tượng văn hóa Việt Nam

Cần thống nhất xây dựng biểu tượng văn hóa giàu bản sắc Việt Nam. Như đã biết, biểu tượng là một phần của văn hóa và làm nên bản sắc văn hóa. Các ký hiệu hình thành nên ngôn ngữ biểu tượng và ngôn ngữ biểu tượng chính là sự biểu đạt của văn hóa, vì thế xây dựng biểu tượng văn hóa Việt Nam cũng chính là để xây dựng HAVH Việt Nam. Để nắm bắt một cách đầy đủ về bản sắc văn hóa, xây dựng thành công HAVH không chỉ thông qua một vài biểu tượng, mà phải nghiên cứu một cách nghiêm túc toàn bộ hệ thống biểu tượng truyền thống từ trong các huyền thoại, lễ hội, văn hóa và nghệ thuật dân gian cho đến các khuôn mẫu ứng xử, đến các chuẩn mực sáng tạo của nghệ thuật đương đại trong và ngoài nước.

Nhà nước cần khuyến khích sự sáng tạo và đa dạng văn hóa, tạo điều kiện cho các nghệ sĩ phát triển và sáng tạo các biểu tượng văn hóa Việt Nam theo nhiều hướng khác nhau. Khuyến khích việc sáng tạo các tác phẩm nghệ thuật, phim ảnh, âm nhạc, và văn học phản ánh đa dạng và sự phong phú của văn hóa Việt Nam. Thông qua các tác phẩm văn hóa nghệ thuật, con đường đến với thế giới của văn hóa Việt Nam sẽ được rút ngắn rất nhiều, vì nghệ thuật tác động vào con tim bằng chính hình ảnh và biểu tượng văn hóa. Tạo ra các tác phẩm nghệ thuật, phim ảnh, âm nhạc và sách có nội dung tích cực về Việt Nam, nhằm truyền tải HAVH và nhân cách điển hình của người Việt Nam. Điện ảnh Việt Nam cần chắt chiu yếu tố bản sắc văn hóa Việt - điều làm nên sự mới lạ, độc đáo, vốn là yếu tố thu hút sự chú ý tại các liên hoan phim quốc tế, để có những tác phẩm xuất sắc, ghi danh tại các liên hoan phim và

giải thưởng uy tín như các liên hoan phim quốc tế hàng đầu Cannes, Berlin, Venice, giải Oscar; các liên hoan phim quốc tế Thượng Hải, Tokyo, Busan ở châu Á... Đây là cách xây dựng HAVH Việt Nam ngắn nhất và hiệu quả cao.

Nhà nước cần chủ động xây dựng và phát triển các biểu tượng văn hóa điển hình. Xây dựng và phát triển các biểu tượng văn hóa đặc trưng của Việt Nam, như áo dài, nón lá, con rồng, hoa sen, các điệu múa truyền thống như xòe Thái, múa Sạp, múa Sư tử Tày Nùng.... Các biểu tượng này không chỉ là biểu hiện của văn hóa mà còn là cách để thế giới nhìn nhận và nhớ đến Việt Nam. Biểu tượng văn hóa quốc gia là sự kết tinh những giá trị tinh túy, đặc sắc nhất thể hiện rõ lịch sử, truyền thống, tâm hồn, cốt cách, trí tuệ của cộng đồng dân tộc. Nhìn vào biểu tượng văn hóa quốc gia, người ta có thể dễ dàng nhận biết đó là bản sắc, diện mạo của quốc gia nào. Nhất là trong thời đại toàn cầu hóa hiện nay, khi truyền thống, bản sắc văn hóa dân tộc dễ bị xóa nhòa do sự tác động sâu rộng của quá trình HNQT, thì việc xây dựng biểu tượng văn hóa quốc gia là một trong những giải pháp hữu hiệu để góp phần giữ vững vị thế, hình ảnh quốc gia dân tộc. Biểu tượng văn hóa quốc gia là chiều sâu, là sức mạnh của nền văn hóa.

Thứ ba, xây dựng tiêu chí đánh giá về hệ giá trị và biểu tượng văn hóa

Để các biểu tượng văn hóa phát huy ưu thế của mình, công tác quản lý văn hóa cần phải chặt chẽ, nghiêm minh, các quy định cần củng cố để hoàn thiện hơn, rõ ràng hơn, làm sao vừa chặt chẽ, hiệu quả, vừa linh hoạt, thuận lợi cho cá nhân, tổ chức. Biểu tượng văn hóa được xây dựng từ tài nguyên bản địa, được bảo vệ và phát triển dựa trên tri thức khoa học và sự nhân văn, phù hợp với xu thế tiến bộ của thế giới sẽ góp phần làm cho hình ảnh quốc gia được lưu truyền rộng rãi và bền vững. Việc ứng dụng biểu tượng trong các loại hình nghệ thuật, trong đời sống hằng ngày là đòi hỏi tất yếu để tiếp thu di sản cha ông, lưu giữ mỹ cảm truyền đời của dân tộc, lan tỏa hình ảnh Việt Nam ra thế giới.

Cần xây dựng bộ tiêu chí đánh giá, xây dựng những quy định, chuẩn mực về sáng tác, sử dụng và bảo vệ các công trình có liên quan đến biểu tượng văn hóa, bởi vì các nghệ sĩ sáng tác và người dân rất cần bộ chuẩn mực, quy định cụ thể để có thể dễ dàng ứng dụng các biểu tượng văn hóa trong xây dựng HAVH Việt Nam, đảm bảo các giá trị văn hóa. Có thể hình dung một công trình mang ý nghĩa là biểu tượng văn hóa phải đảm bảo các yếu tố như tính thời đại, tính triết lý, sự độc đáo trong ý tưởng và cách thể hiện, tính thẩm mỹ, sự giao thoa văn hóa và ngôn ngữ nghệ thuật, tính kỹ thuật, tính toàn vẹn... Luật Di sản văn hóa hiện nay cũng chưa có quy định rõ ràng về những biểu tượng văn hóa, chưa có tiêu chí khoa học sâu sắc để nhận diện, đánh giá, xét xử theo luật pháp những tình huống cá nhân, tổ chức vi phạm, làm tổn hại các di sản được coi là biểu tượng văn hóa dân tộc. Vì thế khi xây dựng HAVH Việt Nam, nhiều người lúng túng không biết đâu là biểu tượng thuần Việt, đâu là sự tiếp nhận và sáng tạo từ giao lưu tiếp biến văn hóa.

Cần huy động năng lực và trí tuệ không chỉ của các nhà lãnh đạo, quản lý, các nhà ngoại giao mà cần lắng nghe ý kiến từ cộng đồng. Người dân cũng cần tham gia vào vấn đề xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam. Văn hoá là hệ giá trị chính thống của một xã hội. Vì vậy, tham khảo ý kiến cộng đồng chính là con đường ngắn nhất để đến trái tim cộng đồng, vì giá trị văn hóa là hệ thống những đánh giá mang tính chủ quan của con người về tự nhiên, xã hội và tư duy theo hướng những cái gì là cần, là tốt, là hay, là đẹp. Không chỉ các nhà khoa học, mà cộng đồng cũng có quyền lên tiếng và cần được lắng nghe quan điểm của họ về biểu tượng văn hóa Việt Nam. Tiếng nói của cộng đồng là tiếng nói của trí tuệ nhân dân, cộng đồng sáng tạo và bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa dân tộc, tiếp nhận và phản hồi của cộng đồng về biểu tượng văn hóa dân tộc sẽ góp phần quan trọng trong xây dựng HAVH Việt Nam hiện nay. Ví dụ câu chuyện về vườn tượng 12 con giáp ở khu du lịch Hòn Dấu, Đồ Sơn, Hải Phòng hay hình ảnh tượng Nữ thần tự do ở điểm check-in An Sa Pa

(Lào Cai) bị phê phán cũng đã làm đau đầu giới khoa học và các nhà quản lý, bắt đầu từ việc công đồng phản ứng. Vì thế, để có tiêu chí đánh giá các biểu tượng văn hóa Việt Nam nhằm xây dựng thành công HAVH Việt Nam, Nhà nước cần tổ chức các hoạt động trưng cầu hoặc tổ chức các cuộc thi sáng tạo để cộng đồng thể hiện quan niệm thẩm mỹ và năng lực sáng tạo của mình, từ đó các nhà khoa học có thêm căn cứ để xây dựng quy định, chuẩn mực về biểu tượng văn hóa Việt Nam. “Tiêu chí hóa, học thuật hóa, thể chế hóa và cuối cùng là luật hóa, đó là những bước đi bắt buộc để các sản phẩm văn hóa Việt Nam nói chung và biểu tượng văn hóa Việt Nam không rơi vào tay người khác. Để tiêu chí hóa thì phải có văn bản hướng dẫn. Để học thuật hóa thì phải có các nhà nghiên cứu, các chuyên gia thực hiện (như ta đã làm với các di sản văn hóa khác). Để thể chế hóa thì phải trình lên Bộ trưởng, lên Thủ tướng một bộ hồ sơ, nếu chỉ báo cáo "miệng" thì rất khó để cấp trên phê duyệt. Hoàn thiện được các bước trên thì mới có thể luật hóa” [135].

Thứ tư, tăng cường bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa để định vị hình ảnh Việt Nam trong bản đồ văn hóa thế giới

Di sản văn hóa là nơi lưu giữ nét đẹp văn hóa truyền thống, là nền tảng để tiếp cận với những nền văn hóa trên thế giới mà không bị mất đi bản sắc dân tộc, hòa nhập nhưng không hòa tan, thể hiện sự đa dạng của văn hóa thế giới và góp phần làm phong phú nền văn hóa dân tộc. Sự đa dạng ấy làm nên sức sống và sự giàu có cho văn hóa thế giới. Việc tiếp thu những giá trị văn hóa từ các quốc gia khác sẽ giúp bổ sung, phong phú hóa và đa dạng hóa nền văn hoá Việt Nam. Tuy nhiên, cần duy trì giới hạn và đồng thời giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, không để mất đi những giá trị quan trọng của văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT. Một số giá trị văn hóa truyền thống sẽ phải tái cấu trúc để trở thành thành tố hữu cơ của nền văn hóa đương đại, phù hợp với thực tiễn. Chính vì vậy, một số giải pháp để bảo tồn và phát huy giá trị của di sản văn hóa như sau:

Tôn trọng, bảo vệ và phát huy giá trị, tính đa dạng của di sản văn hóa bởi vì văn hóa Việt Nam là nền văn hóa thống nhất trong đa dạng. Hội Di sản văn hóa Việt Nam được thành lập năm 2004, hiện nay có gần 15.000 hội viên. Với số lượng hội viên đông như thế, vấn đề đổi mới về nội dung, phương thức hoạt động cho phù hợp với bối cảnh mới. Hội Di sản văn hóa không chỉ thực hiện tốt nhiệm vụ tư vấn, hỗ trợ cơ quan quản lý Nhà nước thực hiện Luật Di sản văn hóa, mà còn phải thúc đẩy cộng đồng để họ tích cực bảo vệ, phát huy giá trị di sản văn hóa, chủ động tham gia các hoạt động giao lưu văn hóa. Các hoạt động nhằm bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa cần đảm bảo tôn trọng sự đa dạng văn hóa, tôn trọng sự đối thoại giữa các cộng đồng và tôn trọng tính đặc thù dân tộc, vùng miền. Mọi hoạt động quản lý, bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa phải đảm bảo di sản được thực hành lâu dài, liên tục và hướng tới sự phát triển bền vững.

Cân đối hài hòa giữa bảo tồn và phát huy giá trị của di sản văn hóa, đòi hỏi phải có chiến lược, có kế hoạch để quản lý công tác bảo tồn và phát huy giá trị của di sản văn hóa. Bảo tồn, phát triển như thế nào để phát huy giá trị của di sản văn hóa là hai mặt của một vấn đề, tương đối lập nhưng lại không, bởi vì không có sự phát triển nào phủ định sạch trơn di sản quá khứ, không có sự bảo tồn cực đoan nào ngăn cản sự phát triển. Cần cân nhắc kỹ lưỡng và cân đối hài hòa giữa nhu cầu thị trường và giá trị của di sản văn hóa khi khai thác, sử dụng các di sản văn hóa.

Nâng cao nhận thức của cộng đồng về bảo tồn, bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa là việc cần thiết trong xây dựng HAVH Việt Nam. Phát huy vai trò của cộng đồng, xã hội hóa các hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa thông qua hoạt động truyền thông là việc cần thiết. Muốn vậy phải xây dựng chiến lược truyền thông sâu rộng về bảo tồn, bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa. Tiến hành các hoạt động truyền thông một cách bài bản khác với việc tuyên truyền cho cộng đồng về xây dựng HAVH Việt Nam,

vì hoạt động truyền thông là tương tác đa chiều, cần có thông điệp cụ thể, có chiến lược, có điều kiện để thực hiện. Những ngày đầu tháng 11/2023, Ngày hội Văn hóa các dân tộc có số dân dưới 10.000 người với chủ đề “Bảo tồn, phát huy và lan tỏa bản sắc văn hóa truyền thống của các dân tộc ít người” lần đầu tiên diễn ra tại tỉnh Lai Châu với sự tham dự của đồng bào 14 dân tộc. Đặc biệt, trong khuôn khổ Ngày hội, tọa đàm đánh giá các sản phẩm du lịch Lai Châu với sự hiện diện của trên 100 doanh nghiệp lữ hành, du lịch trong và ngoài nước đã mang đến góc nhìn đa chiều, định hướng và thúc đẩy du lịch Lai Châu phát triển trong thời gian tới [153].

4.2.3. Đổi mới phương thức xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay

Thứ nhất, đẩy mạnh phát triển du lịch để xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong tâm trí nhân dân trong nước và cộng đồng quốc tế

Phát triển du lịch phải dựa trên sự khai thác hợp lý các yếu tố tài nguyên tự nhiên và tài nguyên nhân văn, văn hóa của từng địa phương, vùng, miền để thu hút khách du lịch quốc tế. Khi du lịch phát triển, Nhà nước và các vùng văn hóa cần lập kế hoạch một cách cẩn trọng theo hướng phát triển du lịch bền vững, tôn trọng văn hóa địa phương, bảo tồn nguồn lợi tự nhiên, bảo vệ tài nguyên tự nhiên và tài nguyên nhân văn, văn hóa của từng địa phương. Tăng cường quảng bá và gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống, phát huy sáng tạo các giá trị ấy trong môi trường HNQT thông qua du lịch vì đây là linh hồn của HAVH Việt Nam.

Hội nhập nhưng không thể hòa tan, vì thế cần kế thừa có chọn lọc, tôn vinh và gìn giữ các giá trị truyền thống của Việt Nam, quảng bá giá trị này trong nội bộ và ra ngoài thế giới để người dân Việt Nam và cộng đồng quốc tế hiểu, đánh giá cao văn hóa của người Việt Nam, để họ có tri thức và tình cảm khi tiếp nhận HAVH Việt Nam. Đây là nhiệm vụ không chỉ của riêng ai, nhưng trước hết là của các chủ thể lãnh đạo, chỉ đạo xây dựng HAVH Việt

Nam, các nhà quản lý văn hóa, các nhà ngoại giao văn hóa, các chính trị gia và sau đó là của cộng đồng. Khi đó, mới có thể hoàn thiện chính sách và chiến lược toàn diện về xây dựng HAVH Việt Nam, phù hợp với giai đoạn phát triển của đất nước trong quá trình HNQT. Bởi quy trình ban hành chính sách vốn rất phức tạp, mỗi chính sách được ban hành đều có tác động to lớn đến đời sống kinh tế - xã hội của đất nước. Việc hoàn thiện quy trình hoạch định chính sách sẽ tạo ra một chính sách xã hội tốt hơn, khi nó được hoạch định, phát triển nội dung, xây dựng chính sách, ban hành văn bản chính sách và giám sát quá trình thực thi chính sách theo nguyên tắc dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát và thụ hưởng.

Đầu tư đồng bộ, khai thác hiệu quả tài nguyên sẵn có, sáng tạo sản phẩm du lịch độc đáo như một phương thức xây dựng hình ảnh văn hóa. Để xây dựng HAVH Việt Nam, thì bản thân nền văn hóa phải có sức hút, nét độc đáo, đặc trưng nổi bật từ du lịch đến thương mại hàng hóa và thu hút đầu tư vừa mang đậm truyền thống dân tộc, vừa kết tinh những giá trị nhân loại. Trong suốt chiều dài lịch sử, dân tộc Việt Nam đã từng tiếp biến văn hóa thành công, hình thành nên bản sắc riêng biệt, độc đáo. Trong bối cảnh hiện nay, cần sáng tạo những sản phẩm văn hóa thuần Việt, vừa tích hợp những giá trị truyền thống, vừa mang âm hưởng hiện đại, tạo sức hút quyến rũ khác biệt trong bức tranh đa sắc màu văn hóa thế giới. Giải pháp đó đã đem đến cho du lịch Việt Nam một sự thay đổi mạnh mẽ, mời gọi các nhà đầu tư lớn như Vingroup, Sun Group, BRG, FLC,... đầu tư vào hạ tầng cơ sở du lịch, phát triển du lịch. Phát triển du lịch không tách rời khỏi vấn đề bảo vệ di sản văn hóa. Do đó, phải đưa ra các chính sách và biện pháp để bảo tồn và phục hồi di sản văn hóa của Việt Nam, bao gồm di tích lịch sử, di tích văn hóa phi vật thể, truyền thống nghệ thuật, âm nhạc, múa rối, ca trù, đờn ca tài tử và nhiều loại hình nghệ thuật khác. Xây dựng các kế hoạch quản lý và bảo tồn di sản văn hóa này để duy trì bản sắc và giá trị của chúng. Để duy trì và phát triển

HAVH Việt Nam, cần giữ gìn và phát huy di sản văn hóa của dân tộc, bao gồm các nghệ thuật truyền thống, nhạc cụ, văn học, trang phục truyền thống, các lễ hội đặc trưng. Việc này không chỉ giúp khẳng định danh tiếng của Việt Nam mà còn tạo cơ hội phát triển du lịch văn hóa.

Tận dụng sự phát triển của khoa học công nghệ, ứng dụng công nghệ vào các hoạt động trong ngành du lịch. Khoa học công nghệ giúp đẩy mạnh du lịch văn hóa, tận dụng tiềm năng du lịch văn hóa của Việt Nam để thu hút khách du lịch quốc tế. Phát triển các tour du lịch văn hóa, xây dựng và nâng cao chất lượng các điểm du lịch có giá trị văn hóa, như di tích lịch sử, làng nghề truyền thống và các khu vực có danh lam thắng cảnh độc đáo của Việt Nam. Trong bản đồ văn hóa thế giới, Việt Nam được định vị bởi có vô vàn điểm du lịch hấp dẫn. Thế giới biết đến Việt Nam bởi đây là vùng đất của Hang Sơn Đoòng là hang động tự nhiên lớn nhất thế giới, được khám phá vào năm 2009 và khai thác du lịch vào 2013, hang động này không chỉ thu hút du khách về sự rộng lớn, mà nơi đây còn ẩn chứa một hệ sinh thái thực vật tuyệt vời. Vịnh Hạ Long là kỳ quan thiên nhiên, đây cũng là một danh lam thắng cảnh Việt Nam được UNESCO công nhận với vẻ đẹp hiếm có, là điểm đến lý tưởng cho những chuyến du lịch.

Thứ hai, đẩy mạnh giao lưu, hợp tác quốc tế về xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam

Đẩy mạnh giao lưu, hợp tác quốc tế là phương thức hiệu quả để xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh HNQT. Hỗ trợ các nghệ sĩ và nhà làm phim Việt Nam tham gia vào các liên hoan, triển lãm và sự kiện quốc tế để tăng cường sự hiểu biết và nhận thức về văn hóa Việt Nam trên toàn cầu. Tăng cường giáo dục văn hóa, giáo dục về hệ giá trị văn hóa, biểu tượng văn hóa của Việt Nam, đảm bảo nội dung giáo dục văn hóa được đưa vào chương trình giảng dạy từ cấp tiểu học cho đến đại học. Giáo dục văn hóa không chỉ truyền đạt kiến thức về văn hóa mà còn giúp hình thành nhân cách, lối sống

và tư duy của người Việt Nam, để họ tham gia vào các hoạt động giao lưu văn hóa với các quốc gia khác, trình bày và chia sẻ giá trị văn hóa của Việt Nam thông qua HAVH. Tạo cơ hội để người Việt Nam tiếp xúc với văn hóa của các quốc gia khác và giới thiệu văn hóa Việt Nam đến thế giới.

Tăng cường hợp tác, giao lưu văn hóa với nhiều hình thức đa dạng. Cần chủ động hội nhập, tăng cường hợp tác, giao lưu quốc tế về văn hóa là giải pháp hữu hiệu để tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong thời gian tới. Đây chính là một trong những nhiệm vụ và giải pháp được nêu tại Quyết định số 1909/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030. Chúng ta cần chủ động mở rộng hợp tác văn hóa với các nước hơn nữa, 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; tổ chức các chương trình giao lưu quảng bá, giới thiệu văn hóa địa phương với các nước bạn. Chú trọng truyền bá văn hóa Việt Nam, dạy tiếng Việt cho người Việt Nam ở nước ngoài và người nước ngoài ở Việt Nam. Xây dựng một số trung tâm văn hóa Việt Nam ở nước ngoài, ưu tiên các trung tâm văn hóa như Nga, Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản,... Phát huy tài năng, tâm huyết của trí thức, văn nghệ sĩ người Việt Nam ở nước ngoài trong để họ trở thành cầu nối quảng bá hình ảnh đất nước, văn hóa, con người Việt Nam. Cần lan tỏa các sự kiện như Fashion Show *Nguyện ước chốn thiên đàng* do nhà thiết kế Thạch Linh tổ chức, một điểm nhấn của *Hội Xuân Tam Chúc 2024*, vừa diễn ra tại Khu du lịch Tam Chúc (tỉnh Hà Nam), Không chỉ tôn vinh vẻ đẹp của thời trang, Fashion Show còn là chương trình tôn vinh một miền di sản, một mảnh đất cổ kính và giá trị văn hóa, tín ngưỡng của Việt Nam. Mỗi tà áo dài, mỗi trang phục dạ hội sống động trên sàn catwalk đều được gửi gắm những thông điệp, ước nguyện... theo cách rất riêng của những người trẻ. Những câu chuyện văn hóa tâm linh, truyền thống được tái hiện trên sân khấu rất trẻ trung, mới

mẻ, rực rỡ sắc màu, phù hợp với khán giả hiện đại, khẳng định thời trang luôn gắn liền cùng lịch sử phát triển của dân tộc, cùng song hành với dòng chảy thời gian và thời trang có trách nhiệm giữ gìn, phát huy và sáng tạo để đưa văn hóa dân tộc đi xa hơn nữa [159].

Thứ ba, tăng cường các hoạt động của báo chí đối ngoại

Tăng cường các hoạt động của báo chí đối ngoại để đẩy mạnh quá trình xây dựng HAVH Việt Nam ra thế giới. Hoạt động của báo chí truyền thông, nhất là báo chí đối ngoại đã góp phần đưa Việt Nam ra thế giới, mang thế giới tới gần Việt Nam, góp phần tạo môi trường quốc tế thuận lợi cho đối ngoại đa phương trong quá trình HNQT. Nhờ sự góp sức lớn của báo chí đối ngoại, hình ảnh đất nước Việt Nam thanh bình, tươi đẹp, con người Việt Nam thân thiện, cởi mở, một Việt Nam ổn định chính trị với nền kinh tế cởi mở, năng động và giàu tiềm năng phát triển, ngày càng được quảng bá. Lịch sử và văn hóa Việt Nam dần được bạn bè quốc tế quan tâm, tìm hiểu. Người dân Việt Nam ngày càng dễ cập nhật các vấn đề thời sự, chính trị, xã hội, tiếp thu tinh hoa văn hóa, khoa học, nghệ thuật của thế giới.

Kể từ Đại hội Đảng lần thứ XI, Đảng chủ trương “đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ, chủ động và tích cực hội nhập quốc tế” [38, tr.236], báo chí đối ngoại đã trở thành kênh truyền thông nhiều ưu thế trong xây dựng HAVH Việt Nam. Chính phủ đã ban hành Quyết định 1209/QĐ-TTg Phê duyệt Quy hoạch phát thanh, truyền hình đối ngoại đến năm 2020 vào ngày 04/9/2012. Ngày 28/2/2013, Chính phủ ban hành Quyết định số 368/QĐ-Ttg về việc Phê duyệt chương trình hành động của Chính phủ về thông tin đối ngoại giai đoạn 2013-2020. Đại hội XII của Đảng nêu rõ: “Tăng cường công tác thông tin đối ngoại, HNQT, tạo đồng thuận trong nước và tranh thủ sự ủng hộ của bạn bè quốc tế đáp ứng yêu cầu xây dựng và bảo vệ đất nước” [40, tr.314-315]. Đại hội XIII của Đảng nhấn mạnh: “Đổi mới nội dung, phương pháp, nâng cao

hiệu quả công tác tuyên truyền đối ngoại...đẩy mạnh, nâng cao hiệu quả công tác đối ngoại và hội nhập quốc tế” [41, t.1, tr.165].

Hiện nay, báo in có khoảng 40 báo, với trên 700 tạp chí đối ngoại với các ấn phẩm như: Vietnam News, Le Courrier du Vietnam, Vietnam Law and Legal Forum, Vietnam Economics Times, Saigon Times Daily, Thế giới & Việt Nam, Tạp chí Quê hương, Tạp chí Thông tin đối ngoại, Báo điện tử Tổ quốc, Tạp chí Cửa sổ Văn hóa... Hay đối với báo điện tử đối ngoại có VietnamPlus.vn của thông tấn xã Việt Nam lượng lớn truy cập từ nước ngoài đều có đầy đủ các chuyên mục chuyên biệt riêng như văn hóa, xã hội, du lịch để đăng tải các thông tin hình ảnh, video quảng bá, giới thiệu về thiên nhiên, đất nước, văn hóa, con người Việt Nam.

Không chỉ ở trên báo in, tạp chí, báo điện tử mà ở loại hình báo phát thanh, truyền hình cũng có rất nhiều cơ quan báo chí có những chương trình, chuyên mục quảng bá văn hóa Việt Nam trên các kênh đối ngoại ví dụ như: Chương trình S - VietNam - một chương trình giới thiệu về du lịch về đẹp đất nước, văn hóa con người Việt Nam trên kênh VTV4. Chương trình với đa dạng chủ đề như ẩm thực, lễ hội, khám phá lịch sử, sắc màu dân tộc, văn minh dân gian, biển hát...với mục đích giới thiệu về đẹp của thiên nhiên, con người, văn hóa Việt Nam trên khắp dải đất hình chữ S. Với nội dung hấp dẫn sáng tạo chương trình đã nhận được sự ủng hộ rất nhiều khán giả, trong đó có các khán giả là người nước ngoài quan tâm, tham gia trở thành nhân vật trải nghiệm. Chương trình cũng nhận được sự tương tác cao với hơn 250 nghìn lượt theo dõi trên mạng xã hội qua Fanpage “S - VietNam”. Năm 2022 kênh ra mắt chương trình mới “Hãy nói tiếng nói của người Việt trên thế giới”, đã góp phần nâng cao năng lực tiếng Việt cho thế hệ trẻ trong cộng đồng người Việt ở nước ngoài, sự năng động, nhạy bén trong công nghệ của các bạn trẻ sẽ góp phần đưa hình ảnh Việt Nam ra với bạn bè thế giới.

Đài tiếng nói Việt Nam ngoài kênh phát thanh đối ngoại VOV5 phát sóng 13 thứ tiếng thì còn có kênh truyền hình đối ngoại VTC10 với 26 mũ chương trình, trong đó cũng một chương trình chuyên biệt phát sóng mang tên “Văn hóa Việt” truyền tải các thông tin, sự kiện, vấn đề về các nội dung như việc giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của Việt Nam, cập nhật các hoạt động giao lưu văn hóa nghệ thuật giữa Việt Nam và bạn bè thế giới, phản ánh xu hướng hội nhập của Việt Nam trên lĩnh vực văn hóa... Cũng trên kênh này, nhằm kết nối cộng đồng người Việt ở nước ngoài, gìn giữ, phát huy lan tỏa văn hóa truyền thống, nhà đài đã tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về văn hóa Việt Nam như cuộc thi “Kiều bào thi hát dân ca” năm 2021. Năm 2022 lần đầu tiên VOV5 đã đưa âm nhạc Pháp vào phần thi phát sóng trực tiếp trên đa nền tảng, đây là chương trình sáng tạo sử dụng âm nhạc để chuyển tải, chia sẻ giao lưu ngôn ngữ, văn hóa giữa hai nước Việt Nam và Pháp nhưng cũng nhận được sự quan tâm theo dõi của các thính giả quốc tế khác. Qua đó có thể khẳng định báo chí đối ngoại là nhịp cầu nối văn hóa Việt Nam và bạn bè quốc tế và ngược lại [154].

Thứ tư, tăng cường các hoạt động ngoại giao văn hóa

Thực hiện chủ trương và sự chỉ đạo, định hướng của Đảng, Việt Nam cần thực hiện mở rộng và nâng cao hiệu quả ngoại giao văn hóa. Các chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam cần chủ động xây dựng những bộ tài liệu thông tin theo từng chủ đề, tổ chức các buổi hội thảo, tọa đàm về vấn đề có liên quan đến HAVH Việt Nam, định hướng dư luận cho các cơ quan thông tấn báo chí trong hoạt động thông tin đối ngoại, xây dựng HAVH Việt Nam. Xây dựng mạng lưới đối tác và hợp tác, tạo ra sự liên kết với các cơ quan, tổ chức và nhà báo quốc tế để phát triển mạng lưới đối tác và hợp tác trong hoạt động truyền thông văn hóa. Điều này có thể được thực hiện thông qua việc tổ chức sự kiện, triển lãm, buổi giao lưu và hội thảo quốc tế.

Tăng cường giáo dục văn hóa, giáo dục về hệ giá trị văn hóa, biểu tượng văn hóa của Việt Nam là nội dung rất cần triển khai trong hệ thống giáo dục Việt Nam hiện nay trong các trường học. Đây là trách nhiệm của Bộ Giáo dục và Đào tạo, kết hợp với các Bộ, ngành khác. Đối với thế hệ trẻ đang sinh sống ở nước ngoài, việc tăng cường giáo dục về văn hóa và lịch sử Việt Nam là rất quan trọng. Điều này có thể được thực hiện thông qua việc đưa các chương trình giáo dục văn hóa vào trường học, cung cấp tài liệu học tập phong phú và tổ chức các hoạt động ngoại khóa để giúp học sinh, sinh viên hiểu và trân trọng văn hóa của mình, từ đó thúc đẩy các hoạt động ngoại giao văn hóa dưới mọi hình thức đa dạng, hiệu quả.

Nhà nước cần xây dựng bộ máy tổ chức và cơ chế phối hợp giữa các Bộ, Ban, ngành trong quản lý hoạt động ngoại giao văn hóa. Các cơ quan quản lý liên quan đến chiến lược ngoại giao văn hóa gồm Bộ VH,TT&DL; Bộ Ngoại giao; Bộ TT&TT; Ban Đối ngoại... cần phân cấp, phân quyền và xác định cơ chế phối hợp hiệu quả. Cơ chế phải rõ ràng từ mục tiêu, nội dung đến phương thức quản lý, các nguồn lực để thực hiện quy trình tổ chức và quản lý các hoạt động ngoại giao văn hóa. Về phía Nhà nước, ở cấp độ cao nhất, phải có một bộ phận như Văn phòng điều phối chỉ đạo hoạt động chung, thúc đẩy việc hoàn thiện các văn bản pháp quy và triển khai chúng trong xây dựng HAVH Việt Nam, đáp ứng yêu cầu thực tiễn.

Bộ Ngoại giao, Bộ VH,TT&DL, Bộ TT& TT... cần thống nhất cao về chiến lược chung, các mảng giao thoa, lĩnh vực riêng để thuận tiện trong chỉ đạo chung, trách nhiệm cụ thể và sự phối hợp nhịp nhàng. Các đơn vị tham mưu, triển khai trực tiếp của các bộ, ngành như: Vụ Báo chí - xuất bản, Vụ Thông tin báo chí, Cục Thông tin đối ngoại, Cục Hợp tác quốc tế, các Đại sứ quán, Tổng lãnh sự, các cơ quan Phái đoàn đại diện Việt Nam ở nước ngoài và các bộ phận chức năng trong nước cần phối hợp tốt trong việc xây dựng các đề án, chương trình, truyền thông có nội dung ngoại giao văn hóa; chủ

động hơn nữa việc giao lưu, hợp tác, cung cấp sản phẩm ngoại giao văn hóa để các phương tiện truyền thông nước ngoài có điều kiện tiếp cận dễ dàng, hiểu đầy đủ, toàn diện về Việt Nam, họ nắm bắt tình hình và ủng hộ chúng ta từ ngoại giao văn hóa sang các mặt khác. Các Đại sứ quán và cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài trong nhiệm kỳ của mình nên có chiến lược truyền thông phục vụ ngoại giao văn hóa để phát huy hơn nữa vai trò của mình ở các nước sở tại nhằm tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh mới một cách hiệu quả.

4.2.4. Kiến tạo môi trường đảm bảo các điều kiện thuận lợi để xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay

Thứ nhất, hoàn thiện chính sách phát triển văn hóa, có chiến lược tổng thể và toàn diện về xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam, phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đất nước

Để tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam, Nhà nước phải xây dựng chính sách phát triển văn hóa, có chiến lược tổng thể và toàn diện về xây dựng hình ảnh quốc gia phù hợp với từng giai đoạn, thời kỳ phát triển của đất nước. Chúng ta phải xây dựng chiến lược truyền thông, quảng bá hình ảnh thương hiệu quốc gia một cách khoa học, tổ chức triển khai theo lộ trình hợp lý và tính khả thi cao. Các cơ chế, chính sách phát triển văn hóa phải thường xuyên được bổ sung, cập nhật, hoàn thiện, để phù hợp với thực tiễn. Cần tạo tính cộng hưởng trong mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương và cả nước, có sự phối hợp, liên thông giữa các vùng, miền, khu vực, địa phương, các ngành, lĩnh vực, với sự tham gia của nhiều thành phần trong xã hội sẽ là cơ sở để triển khai bài bản, hiệu quả trong việc đưa HAVH Việt Nam ra thế giới, tăng thêm sức mạnh cho nguồn lực văn hóa. Xây dựng Chiến lược phát triển văn hóa đối ngoại trong thời kỳ mới để quảng bá văn hóa, xây dựng HAVH Việt Nam. Xây dựng và phát triển thị trường sản phẩm, dịch vụ văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài. Chủ động tham gia, thể hiện vai trò tích cực

tại các diễn đàn, tổ chức quốc tế về văn hóa, cử người làm việc và ứng cử tại các cơ quan chuyên môn của các tổ chức này. Tăng cường sự hiện diện của Việt Nam tại các sự kiện văn hóa, thể thao và du lịch quốc tế quy mô, uy tín. Tạo điều kiện thuận lợi để các nước, các tổ chức quốc tế, các cơ quan văn hóa, du lịch nước ngoài biết đến tiềm năng đất nước, con người Việt Nam.

Nhà nước cần xây dựng một chiến lược ngoại giao văn hóa khoa học và nghệ thuật, tổng thể và toàn diện, nguyên tắc và linh hoạt. Đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước, đối ngoại nhân dân cần phải ngày càng mở rộng, chủ động, tích cực và đi vào chiều sâu, tăng cường sự tin cậy chính trị và đan xen lợi ích với các đối tác, khi đó mới có thuận lợi để xây dựng HAVH Việt Nam.

Thứ hai, đảm bảo các điều kiện khách quan thuận lợi và huy động hiệu quả các nguồn lực

Hoàn thiện chính sách phát triển văn hóa, có chiến lược tổng thể và toàn diện về xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam, phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đất nước.

Để tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam, Nhà nước phải xây dựng cơ chế, chính sách phát triển văn hóa, phải thường xuyên bổ sung, cập nhật, hoàn thiện, để phù hợp với thực tiễn. Cần tạo tính cộng hưởng trong mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương và cả nước, có sự phối hợp, liên thông giữa các vùng, miền, khu vực, địa phương, các ngành, lĩnh vực, với sự tham gia của nhiều thành phần trong xã hội sẽ là cơ sở để triển khai bài bản, hiệu quả trong việc đưa HAVH Việt Nam ra thế giới, tăng thêm sức mạnh cho nguồn lực văn hóa. Xây dựng Chiến lược phát triển văn hóa đối ngoại trong thời kỳ mới để quảng bá văn hóa, xây dựng HAVH Việt Nam. Xây dựng và phát triển thị trường sản phẩm, dịch vụ văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài. Chủ động tham gia, thể hiện vai trò tích cực tại các diễn đàn, tổ chức quốc tế về văn hóa, cử người làm việc và ứng cử tại các cơ quan chuyên môn của các tổ chức này. Tăng cường sự hiện diện của Việt Nam tại các sự kiện văn hóa,

thể thao và du lịch quốc tế quy mô, uy tín. Tạo điều kiện thuận lợi để các nước, các tổ chức quốc tế, các cơ quan văn hóa, du lịch nước ngoài biết đến tiềm năng đất nước, con người Việt Nam.

Cần xây dựng nên một trường phái ngoại giao độc đáo: “Mềm mại, khôn khéo, nhưng rất kiên cường, quyết liệt; linh hoạt, sáng tạo nhưng rất bản lĩnh, kiên định, can trường trước mọi thử thách, khó khăn vì độc lập dân tộc, vì tự do, hạnh phúc của nhân dân. Đoàn kết, nhân ái, nhưng kiên quyết, kiên trì bảo vệ lợi ích quốc gia - dân tộc. Biết nhu, biết cương; biết thời, biết thế; biết mình, biết người; biết tiến, biết thoái, “tùy cơ ứng biến”, “lạt mềm buộc chặt” [136, tr.184]. Truyền thống ngoại giao mà cha ông ta để lại là: “Đem đại nghĩa để thắng hung tàn/Lấy chí nhân để thay cường bạo” [136, tr.181]. Đó là những tư tưởng, triết lý vượt thời đại của cha ông ta, mãi mãi vẫn còn nguyên giá trị, cần được tiếp tục phát huy trong bối cảnh hiện nay. Đối ngoại Đảng, ngoại giao Nhà nước, đối ngoại nhân dân cần phải ngày càng mở rộng, chủ động, tích cực và đi vào chiều sâu, tăng cường sự tin cậy chính trị và đan xen lợi ích với các đối tác, khi đó mới có thuận lợi để xây dựng HAVH Việt Nam.

Nhà nước cần tiếp tục tạo dựng môi trường thuận lợi và huy động các nguồn lực từ bên ngoài để xây dựng HAVH Việt Nam. “Nếu cách đây 30 năm, chúng ta mới có quan hệ kinh tế - thương mại với gần 30 nước và vùng lãnh thổ thì đến nay đã có quan hệ kinh tế - thương mại với 230 nước và vùng lãnh thổ; tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đến nay đã đạt khoảng 600 tỉ USD, gấp khoảng 120 lần so với những năm đầu của thời kỳ đổi mới” [136, tr.185-186]. Thực hiện tốt phương châm ngoại giao cây tre Việt Nam, “chúng ta luôn giương cao ngọn cờ hòa bình, hợp tác, tích cực trao đổi, đàm phán với các nước liên quan kiểm soát bất đồng, tìm kiếm giải pháp cơ bản, lâu dài cho các tranh chấp bằng biện pháp hòa bình trên cơ sở luật pháp quốc tế”, [136, tr.186]. đảm bảo điều kiện thuận lợi để xây dựng HAVH Việt Nam.

Tăng cường tổ chức sự kiện và festival văn hóa, tạo ra một loạt các sự kiện và festival văn hóa để gặp gỡ, trao đổi và giao lưu giữa các nghệ sĩ, nhà văn, diễn viên và quần chúng trong và ngoài nước. Các hoạt động như triển lãm, buổi biểu diễn, workshop và hội thảo có thể tạo ra môi trường thuận lợi cho giao lưu và hợp tác trong lĩnh vực văn hóa. Tăng cường tổ chức và quản lý các sự kiện văn hóa, vì các sự kiện văn hóa có khả năng ảnh hưởng lớn đối với đời sống cộng đồng. Hiểu biết về sự kiện văn hóa giúp HAVH Việt Nam sẽ hoàn thiện hơn. Việc tổ chức sự kiện văn hóa có thể giúp tăng cường uy tín của các chính trị gia, các địa phương trong cả nước, các quốc gia, nâng cao vị thế văn hóa Việt Nam trên trường quốc tế. Đây cũng là nguồn tài liệu để xây dựng HAVH Việt Nam hiện nay.

Tăng cường quan hệ đối tác và trao đổi nghệ thuật, xây dựng mối quan hệ đối tác với các tổ chức, câu lạc bộ, trung tâm nghệ thuật và nhóm nghệ sĩ trong và ngoài nước. Thực hiện các chương trình trao đổi nghệ thuật, kết hợp biểu diễn, hội thảo và thực tập để tăng cường trải nghiệm và sự thẩm mỹ. Hỗ trợ tài chính cho các dự án văn hóa, cung cấp hỗ trợ tài chính để giúp các nhà sáng tạo và nghệ sĩ thực hiện các dự án văn hóa đa dạng và phong phú. Điều này có thể bao gồm việc cấp tín dụng, hỗ trợ quảng cáo và tiếp thị, hay tài trợ từ các tổ chức, doanh nghiệp và chính phủ. Xây dựng mạng lưới đối tác và liên kết sâu rộng, tạo ra mạng lưới đối tác và liên kết với các tổ chức, trường học, viện nghiên cứu và cộng đồng trong và ngoài nước. Thông qua việc chia sẻ kiến thức, kỹ thuật và kinh nghiệm, ta có thể tạo ra sự phát triển và hội nhập văn hóa toàn diện. Khuyến khích sự sáng tạo đa dạng và phong phú trong các lĩnh vực văn hóa, bao gồm điện ảnh, âm nhạc, múa, hội họa, thiết kế, ẩm thực và thời trang. Tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển và lan tỏa các ý tưởng mới và độc đáo. Xây dựng chương trình hợp tác giáo dục và trao đổi nhân lực trong lĩnh vực văn hóa. Điều này có thể bao gồm việc thúc đẩy

cộng đồng tham gia vào các chương trình trao đổi, thực tập và nghiên cứu để nắm bắt cái mới và phát triển kỹ năng trong một môi trường đa dạng văn hóa.

Thứ ba, nâng cao vị thế, tạo môi trường tin cậy, hợp tác phát triển

Xây dựng môi trường văn hóa là vấn đề cần thiết vì môi trường văn hóa “được hiểu là tổng hòa những thành tố vật chất và tinh thần tương đối ổn định trong một thời gian và không gian cụ thể mà cá nhân tiếp xúc và có tác động của chủ thể” [84, tr.319]. Nhà nước cần tiếp tục nâng cao vị thế và uy tín của Việt Nam trên trường quốc tế bằng những đóng góp cụ thể và kịp thời trong những vấn đề chính trị- xã hội. Vị thế và uy tín quốc tế của nước ta trong khu vực và trên thế giới ngày càng được nâng cao, “đất nước ta chưa bao giờ có được cơ đồ, tiềm lực, vị thế và uy tín quốc tế như ngày nay” [41, t.2, tr.322]. Tuy nhiên, bối cảnh xã hội ngày càng thay đổi nhanh chóng và khó lường nên chúng ta phải tiếp tục nâng cao vị thế và uy tín của Việt Nam trên trường quốc tế, xây dựng hình ảnh Việt Nam phù hợp với từng giai đoạn, từng thời kỳ phát triển của đất nước, trên cơ sở đánh giá đúng tình hình thực tại. Phải tiến hành đánh giá sâu sắc về tình hình văn hóa hiện tại của Việt Nam, bao gồm các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức để xác định những khía cạnh cần được cải thiện và những nguồn lực có sẵn để phát triển, ví dụ như Trong bối cảnh dịch bệnh hay bình thường mới sau dịch Covid-19 Việt Nam được cộng đồng quốc tế đánh giá rất cao về thành công trong phòng chống, kiểm soát dịch. Trong quá trình đó báo chí truyền thông nói chung và báo chí đối ngoại Việt Nam nói riêng đã làm rất tốt từ nội dung đến hình thức, phương thức thể hiện độc đáo để góp phần đưa hình ảnh về một Việt Nam nỗ lực kiên cường, đoàn kết, một lòng của cả hệ thống chính trị và người dân trong nước. Kết quả của cuộc khảo sát do tổ chức Dalia Research, có trụ sở tại Berlin (Đức), tiến hành tại 45 quốc gia và vùng lãnh thổ, cho biết: Việt Nam có tỉ lệ người dân tin tưởng vào các biện pháp ứng phó dịch bệnh COVID-19 của Chính phủ cao nhất thế giới [150]. Uy tín của Việt Nam trong cuộc chiến

phòng, chống COVID-19 trong dịch, sau dịch và những thành tựu về kinh tế - xã hội hiện nay cũng là một minh chứng hùng hồn phản bác những luận điệu xuyên tạc, hoài nghi về vai trò lãnh đạo của Đảng, về mục tiêu, con đường mà Việt Nam đã lựa chọn. Đồng thời, góp phần quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới.

Thứ tư, tăng cường cơ sở vật chất, ứng dụng công nghệ thông tin

Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và quản lý mạng xã hội, nắm bắt xu hướng công nghệ thông tin và sử dụng các nền tảng mạng xã hội để tiếp cận và tương tác với khán giả quốc tế. Sử dụng website, blog, mạng xã hội, ứng dụng di động và các công cụ truyền thông số để tăng cường quảng bá và tuyên truyền HAVH Việt Nam. Sử dụng các phương tiện truyền thông và công nghệ thông tin hiện đại, như mạng xã hội, trang web, video, và truyền hình để quảng bá HAVH Việt Nam. Các nghệ sĩ, nhà sản xuất phim, nhà văn và người sáng tạo nên tạo ra nhiều tác phẩm nghệ thuật, phim ảnh, âm nhạc và sách với nội dung liên quan đến văn hóa Việt Nam để lan truyền và chia sẻ với thế giới. Tận dụng các kênh truyền thông xã hội, trang web, ứng dụng di động và tác phẩm nghệ thuật để truyền tải những giá trị văn hóa và nhân cách điển hình của người Việt Nam.

Tích cực chủ động xây dựng hạ tầng cơ sở khoa học, công nghệ cho phương tiện truyền thông, sử dụng công nghệ truyền thông hiện đại nói chung như một nguồn lực là cách xây dựng HAVH Việt Nam đầy bản lĩnh trong thời kỳ mới. Nhà nước cần định hướng việc sử dụng phương tiện truyền thông mới đúng đắn, bổ ích khi công dân trao đổi, chia sẻ thông tin. Cần bảo đảm mục tiêu cá nhân không ảnh hưởng đến lợi ích quốc gia và khuyến khích định hướng phục vụ cho văn hóa đối ngoại. Các phương tiện khoa học, công nghệ liên quan đến văn hóa như công nghệ nghe nhìn mới, phương tiện truyền thông mới cần được xem xét để quản lý phát triển trong tổng thể chiến lược phát triển kinh tế, văn hóa, khoa học, công nghệ đất nước, không để nhóm lợi

ích nào có thể tác động. Chú trọng “giá trị song trùng của mạng internet đối với công cuộc xây dựng thực lực mềm văn hóa quốc gia” vì “một là, bản thân phương tiện truyền thông mới đã hình thành một loại văn hóa đại chúng đặc biệt, chính là văn hóa mạng, do vậy cần đẩy mạnh xây dựng và quản lý; hai là, tận dụng sân chơi của phương tiện truyền thông mới, nâng cao năng lực tuyên truyền đối ngoại, củng cố và tăng cường thực lực mềm văn hóa quốc gia”[51, tr.428-430] để xây dựng hiệu quả HAVH Việt Nam.

Cần phát huy lợi thế của internet phương tiện truyền thông mới như mạng xã hội, báo chí điện tử, trang thông tin điện tử trong việc truyền thông văn hóa và ngoại giao văn hóa. Tăng cường sử dụng một cách linh hoạt các phương tiện truyền thông mới, phổ biến như các kênh Youtube, Instagram, Facebook, Twitter để đưa các thông tin về văn hóa Việt Nam đến các đối tượng. Cần sử dụng sao cho nội dung phù hợp với phương thức truyền thông HAVH Việt Nam. Cung cấp hỗ trợ tài chính và quảng cáo cho các tổ chức truyền thông văn hóa đặc biệt quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả xây dựng HAVH Việt Nam. Điều này giúp xây dựng hình ảnh tích cực và đáng tin cậy, đảm bảo thông tin được đưa ra là chính xác, đáng tin cậy và phản ánh đúng bản sắc văn hóa Việt Nam. Quảng bá hình ảnh tích cực và đa dạng của văn hóa Việt Nam để thu hút sự quan tâm và tín nhiệm từ cộng đồng quốc tế.

Quan tâm, chỉ đạo, đầu tư cơ sở vật chất xứng đáng cho báo chí đối ngoại. HAVH Việt Nam được xây dựng thông qua những cảnh quan thiên nhiên, những phong tục văn hóa đậm đà bản sắc, những di sản văn hóa đã được UNESCO công nhận, những phẩm chất quý báu của người Việt... sẽ tác động vào nhận thức, tình cảm của đối tượng, để họ đến Việt Nam du lịch, đầu tư phát triển kinh tế, đóng góp tri thức vào Việt Nam. Hoạt động quảng bá HAVH Việt Nam phải được quan tâm đầu tư thích đáng về mọi mặt, phải tăng cường chất lượng nguồn nhân lực, đổi mới nội dung, phương thức hoạt động, tăng cường thời gian, kinh phí, cơ sở vật chất cho hoạt động quảng bá hình ảnh Việt Nam. Để báo chí đối ngoại đủ sức cạnh tranh với truyền thông xã

hội, cần phải phát triển báo chí đối ngoại theo hướng đổi mới nội dung, làm sao để nội dung vừa phong phú vừa chọn lọc đảm bảo được thể hiện đầy đủ bản sắc Việt Nam, đảm bảo tính định hướng cho công chúng tiếp nhận để họ yêu quý vẻ đẹp bất tận của Việt Nam. Phương thức tuyên truyền HAVH Việt Nam phải đa dạng, hấp dẫn, phù hợp với đặc điểm tiếp nhận thông tin của người nước ngoài. Hoạt động của báo chí đối ngoại phải đổi mới theo hướng hiện đại hóa, đầu tư về đội ngũ nhân sự, máy móc, trang thiết bị, cơ sở vật chất, kinh phí, đổi mới chất lượng nội dung HAVH Việt Nam, phương thức quảng bá tương xứng với xu thế phát triển công nghệ của thế giới, phù hợp với tâm lý tiếp nhận và thị hiếu ngày càng thông minh của công chúng.

Việt Nam cần chủ động tham gia các hội chợ sách báo quốc tế. Các nhà xuất bản lớn, uy tín như Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, Nhà xuất bản Thế giới, Nhà xuất bản Giáo dục... nên thử nghiệm in sách theo chuẩn quốc tế, có nội dung lý thú, có cả bản in tiếng Anh để tăng cường hội nhập. Tham gia hội chợ phim ảnh, liên hoan báo chí, phát thanh truyền hình quốc tế, triển lãm sản phẩm văn hóa nghệ thuật quốc tế để quảng bá, giới thiệu văn hóa Việt Nam; chọn lọc kỹ và tổ chức dịch ra các thứ tiếng phổ biến các tác phẩm văn thơ giá trị cao vừa đại diện tâm hồn tình cảm Việt Nam vừa ở tầm quốc tế, để từng bước xây dựng cho thương hiệu văn nghệ Made in Việt Nam trên trường quốc tế. Ví dụ ngày 15/8/2023, Bảo tàng Tôn Đức Thắng phối hợp với Khoa Di sản văn hóa, Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức hội thảo khoa học “Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa”, triển khai Quyết định số 2026/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt chương trình số hóa Di sản văn hóa Việt Nam giai đoạn 2021 – 2030, với mục tiêu đẩy mạnh chuyển đổi số, thực hiện liên thông dữ liệu số quốc gia về di sản văn hoá, đảm bảo đáp ứng hiệu quả dịch vụ cho xã hội, cộng đồng ở mọi lúc, mọi nơi”. Bộ VH,TT &DL cũng có văn bản số 3380/BVHTTDL-DSVH về việc Hướng dẫn thực hiện một số nội dung Chương trình bảo tồn, phát huy bền vững giá trị di sản văn hóa Việt

Nam giai đoạn 2021 – 2030 và Chương trình số hóa Di sản văn hóa Việt Nam, giai đoạn 2021 – 2030.

Thứ năm, xây dựng nền tảng giao tiếp phù hợp và hiệu quả

Để huy động mọi nguồn lực và thành phần xã hội, cũng như sự chung tay của cả cộng đồng trong việc xây dựng HAVH Việt Nam, cần xây dựng một nền tảng giao tiếp hiệu quả. Tạo ra một kênh thông tin và truyền thông mạnh mẽ để mọi thành viên trong cộng đồng có thể giao tiếp, chia sẻ ý kiến và đóng góp ý tưởng vào việc xây dựng HAVH Việt Nam. Các công cụ truyền thông số như mạng xã hội, website, blog, và ứng dụng di động có thể được sử dụng để tạo ra một sân chơi trực tuyến cho mọi người tham gia. Tổ chức các hoạt động tình nguyện, khuyến khích cả cộng đồng tham gia vào các hoạt động tình nguyện nhằm xây dựng và quảng bá HAVH Việt Nam. Đây có thể là việc tổ chức các buổi gặp gỡ, tham gia vào các dự án văn hóa cộng đồng. Có thể tổ chức cuộc thi, hội thảo, hay diễn đàn để mọi người có thể chia sẻ ý tưởng và tương tác với nhau trong việc xây dựng và quảng bá HAVH Việt Nam. Xây dựng mối quan hệ và kết nối với cộng đồng quốc tế thông qua các tổ chức, trường học, viện nghiên cứu và cá nhân. Thông qua việc hợp tác, trao đổi và giao lưu, có thể xây dựng một mạng lưới liên kết với các quốc gia khác để xây dựng HAVH Việt Nam ra thế giới. Tổ chức sự kiện và hoạt động văn hóa, đánh giá và tận dụng các sự kiện và hoạt động văn hóa hiện có, vì các lễ hội, triển lãm, buổi biểu diễn và cuộc thi có thể được sử dụng như là nền tảng để truyền tải giá trị văn hóa của Việt Nam. Hợp tác, tìm kiếm sự hỗ trợ từ doanh nghiệp trong việc xây dựng và quảng bá HAVH Việt Nam. Có thể thiết lập các chương trình đối tác, tài trợ hoặc quảng cáo để tạo ra nguồn lực cần thiết cho các hoạt động truyền thông và xây dựng HAVH.

Tiểu kết chương 4

Xây dựng HAVH Việt Nam là vấn đề rất cần thiết để “Tiếp tục thực hiện đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, đa phương hóa, đa dạng hóa; chủ động và tích cực HNQT toàn diện, sâu rộng, có hiệu quả; giữ vững môi trường hòa bình, ổn định, không ngừng nâng cao vị thế, uy tín quốc tế của Việt Nam” [41, t.2, tr.331-332]. Luận án xác định các quan điểm tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam là: (1) Tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam quá trình HNQT phải trên cơ sở chính trị kiên định đường lối, chủ trương của Đảng về đổi mới và phát triển con người toàn diện, xây dựng nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc; (2) Tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam quá trình HNQT phải đảm bảo tính kế thừa và phát triển văn hóa truyền thống của dân tộc, phải tiếp thu có chọn lọc các giá trị văn hóa nhân loại; (3) Tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam quá trình HNQT phải gắn với nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh Tổ quốc; (4) Tiếp tục xây dựng hình HAVH Việt Nam quá trình HNQT phải gắn với môi trường chuyển đổi số, phù hợp với chiến lược ngoại giao văn hóa “cây tre Việt Nam”.

Luận án đề xuất các nhóm giải pháp cơ bản để tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong bối cảnh HNQT, đó là: (1) nhóm giải pháp *nâng cao nhận thức và năng lực của các chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam*; (2) nhóm giải pháp *đổi mới, hoàn thiện nội dung xây dựng HAVH Việt Nam*, phù hợp với bối cảnh HNQT, đặc biệt là hoàn thiện hệ giá trị và biểu tượng văn hóa Việt Nam; (3) nhóm giải pháp *đổi mới phương thức xây dựng hình ảnh Việt Nam*; (4) nhóm giải pháp *kiến tạo môi trường văn hóa, đảm bảo các điều kiện thuận lợi để xây dựng HAVH Việt Nam*.

Trong mỗi nhóm giải pháp, luận án đề xuất các giải pháp cụ thể. Những giải pháp này cần được thực hiện một cách đồng bộ thì mới phát huy lợi thế của từng giải pháp, mới đạt kết quả mong muốn.

KẾT LUẬN

Luận án nghiên cứu vấn đề *Xây dựng hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay*. Từ kết quả nghiên cứu, luận án rút ra một số luận điểm sau:

1. Đảng ta luôn đề cao vai trò của văn hóa trong quá trình lãnh đạo cách mạng Việt Nam, luôn xác định sự cần thiết phải kế thừa, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, tiếp thu những tinh hoa văn hóa nhân loại thông qua các hình thức giao lưu tiếp biến văn hóa, xây dựng xã hội dân chủ, văn minh, phục vụ lợi ích chân chính của con người. Cùng với việc gìn giữ, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, sáng tạo và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc, vấn đề ngoại giao văn hóa, giao lưu văn hóa được Đảng ta xác định là những hoạt động cơ bản, cốt lõi để chủ động HNQT hiệu quả là xây dựng HAVH Việt Nam. Bản lĩnh chính trị trong văn hóa, bản sắc dân tộc của văn hóa chính là cơ sở, là yếu tố cốt lõi của giao lưu văn hóa trong HNQT hiện nay, để Việt Nam chủ động đẩy mạnh giao lưu văn hóa làm tiền đề hội nhập sâu rộng, phát triển toàn diện đất nước.

2. Xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là vấn đề có ý nghĩa sống còn đối với quốc gia, dân tộc trong bối cảnh hiện nay, là nhiệm vụ trọng tâm góp phần thúc đẩy phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc theo tinh thần Đại hội lần thứ XIII của Đảng. Xây dựng HAVH Việt Nam là để biến sức mạnh văn hóa thành nguồn lực nội sinh, để Việt Nam chủ động hội nhập mà không bị hòa tan, để văn hoá thực sự trở thành sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc trong bối cảnh HNQT sâu rộng và mạnh mẽ. Trong thời gian qua, vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam đã được các chủ thể nhận thức đúng, từ chủ thể lãnh đạo, quản lý đến các chủ thể trực tiếp thực thi. Thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam đạt nhiều kết quả tích cực, làm thay đổi nhận thức và hành động của thế giới về Việt Nam, tăng cường

vị thế của Việt Nam trên thế giới. Nội dung, phương thức xây dựng HAVH Việt Nam đã được các chủ thể vận dụng linh hoạt, môi trường và điều kiện xây dựng HAVH Việt Nam cơ bản đã được kiến tạo.

3. Tuy nhiên, trong bối cảnh HNQT với nhiều tác động khách quan, công cuộc đổi mới đất nước và phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN đặt ra nhiều vấn đề cần tiếp tục xử lý, thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam để quảng bá hình ảnh đất nước với thế giới thời gian qua chưa đạt hiệu quả mong muốn. Thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam từ khi HNQT đến nay và nguyên nhân của thực trạng đã được phân tích cho thấy Việt Nam còn nhiều vấn đề đặt ra cần tiếp tục giải quyết, nhằm phát huy kết quả tích cực và khắc phục hạn chế từ thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam thời gian qua, tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong HNQT thời gian tới.

4. Để xây dựng hiệu quả HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT ngày càng sâu rộng, Việt Nam phải hoàn thiện chiến lược phát triển văn hóa để có cơ sở xây dựng HAVH Việt Nam, phải xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ, các giải pháp chủ yếu và điều kiện để thực thi giải pháp để khai thông quan hệ với các nước trong khu vực và trên thế giới, đưa các quan hệ quốc tế về văn hóa đã được thiết lập đi vào chiều sâu, tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa các quốc gia, góp phần quảng bá HAVH Việt Nam với bạn bè trên thế giới. Tận dụng những lợi thế của khoa học công nghệ, thúc đẩy kết hợp với ngoại giao số, ngoại giao công chúng để quảng bá những thành tựu của công cuộc đổi mới, đấu tranh, phản bác các thông tin sai lệch, xuyên tạc về tình hình Việt Nam, tranh thủ sự đồng tình, ủng hộ của cộng đồng quốc tế đối với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam XHCN./.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LUẬN ÁN

1. Trịnh Thị Thủy (2021), “*Giá trị tư tưởng ngoại giao Hồ Chí Minh trong hoạch định và thực thi đường lối đối ngoại của Việt Nam*”, Tạp chí Khoa học chính trị, Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh HV KV III, số 3. (ISSN 1859 - 0187).
2. Trịnh Thị Thủy (2021), “*Quan điểm của Đảng về đối ngoại trong đại hội XIII và phương hướng vận dụng vào giảng dạy ngành quan hệ quốc tế*”, Kỷ yếu Hội thảo khoa học “*Vận dụng nghị quyết Đại hội XIII của Đảng vào nghiên cứu, giảng dạy lý luận chính trị và Báo chí - truyền thông ở Việt Nam hiện nay*”, ngày 27 tháng 4 năm 2021
3. Trịnh Thị Thủy (2022) “*Quan điểm về đẩy mạnh nghiên cứu, chuyển giao và ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ trong xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam thời kỳ mới*” , Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, chuyên đề số 2.
4. Trịnh Thị Thủy (2022), “*An ninh mạng và hệ giá trị văn hóa Việt Nam trong thời kỳ hội nhập*”, Hội thảo khoa học “*Vấn đề an ninh phi truyền thống, trọng tâm là an ninh quốc gia ở Việt Nam*”
5. Trịnh Thị Thủy (2022), “*Đường lối của Đảng cộng sản Việt Nam về xây dựng hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam qua các kỳ Đại hội*”, Đề tài " *Xây dựng hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam trong bối cảnh mới*".
6. Trịnh Thị Thủy, “*Chủ trương của Đảng về xây dựng hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế*”, [http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/nguyen-cuu-ly-luan/item/4870-chu-truong-cua-dang-ve-xay-dung-he-gia-tri-van-hoa-](http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/nguyen-cuu-ly-luan/item/4870-chu-truong-cua-dang-ve-xay-dung-he-gia-tri-van-hoa)

[con-nguoi-viet-nam-trong-thoi-ky-cong-nghiep-hoa-hien-dai-hoa-va-hoi-nhap-quoc-te.html](#)

7. Trịnh Thị Thủy (2023) “*Tác động của mạng xã hội đến giữ gìn và phát huy những giá trị đặc sắc của nền văn hóa Việt Nam*”, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, chuyên đề số 1.
8. Trịnh Thị Thủy (2023) “*Hội nhập quốc tế và hình ảnh văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế hiện nay*”, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, chuyên đề số 2.
9. Trịnh Thị Thủy (2023) “*Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong văn hóa ứng xử của đội ngũ trí thức trẻ Việt Nam hiện nay - Thực trạng và giải pháp*”, Hội thảo quốc gia Thực hiện nghị quyết 35 của Bộ chính trị về bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình hiện nay.
10. Lưu Thúy Hồng, Trịnh Thị Thủy (2023) “*protecting the Party’s Ideological Foundation, Fighting to Refute the False and Hostile Views of the Vietnamese Young Intellectuals: Current Situation and Solutions*”, Journal of Political theory and Communication

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. A.Radughin (2001), *Từ điển bách khoa Văn hóa học*, Nxb Viện nghiên cứu văn hóa nghệ thuật, Hà Nội.
2. A.Raudughin (2004), *Văn hóa học - những bài giảng*, Viện văn hóa thông tin, Hà Nội.
3. Đào Duy Anh (2002), *Việt Nam văn hoá sử cương*, Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
4. Đào Duy Anh (2020), *Lịch sử Việt Nam – từ nguồn gốc đến thế kỷ XIX*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
5. Lê Ngọc Anh (2003), “*Quan niệm của C.Mác về văn hóa trong “Bản thảo kinh tế - triết học năm 1844”*”, Tạp chí Triết học (9), tr.11-14.
6. Hoàng Anh, Nguyễn Duy Bắc, Phạm Văn Thủy (2010), *Phát triển văn hóa và con người Việt Nam theo tư tưởng Hồ Chí Minh*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
7. Hoàng Tuấn Anh (2011), “*Xây dựng và quảng bá hình ảnh Việt Nam trong tình hình mới*”, tạp chí Thông tin Đới ngoại, số tháng 12/2011.
8. Hoàng Quốc Bảo, Phạm Thị Nhung (2016), *Lý luận văn hoá và đường lối văn hóa của Đảng Cộng sản Việt Nam*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
9. Ban Tuyên giáo Trung ương (2014), *Tài liệu nghiên cứu Nghị quyết và một số chủ trương của Hội nghị lần thứ IX BCH Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam khóa XI*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
10. Ban Tuyên giáo Trung ương (2016), *Tài liệu nghiên cứu các văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
11. Ban Tuyên giáo Trung ương (2020), *Công tác tuyên giáo của Đảng - 90 năm chặng đường vẻ vang: Thành tựu và Tầm nhìn*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật và Nxb Trẻ, Hà Nội.

12. Ban Tuyên giáo Trung ương (2023), *Kỷ yếu Hội thảo khoa học cấp Quốc gia: 80 năm Đề cương về văn hóa Việt Nam (1943-2023) - Khởi nguồn và động lực phát triển*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
13. Ban tổ chức Hội nghị (2021), *Kỷ yếu Hội nghị văn hóa toàn quốc, triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng*, Hà Nội.
14. Ban Tư tưởng văn hóa Trung ương (2003), *Tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hóa*, Nxb Hà Nội, Hà Nội.
15. Lương Gia Ban, Nguyễn Thế Kiệt (2014), *Giá trị văn hóa truyền thống dân tộc với việc xây dựng nhân cách sinh viên Việt Nam hiện nay*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
16. Nguyễn Duy Bắc (2022), *Phát triển văn hóa và con người Việt Nam - Nền tảng tinh thần, nguồn lực nội sinh phát triển đất nước*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
17. Nguyễn Duy Bắc (2007), *Sự biến đổi các giá trị văn hóa trong bối cảnh xây dựng nền kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay*, Nxb Từ điển Bách Khoa và Viện Văn hóa, Hà Nội.
18. Lê Hải Bình, Trần Quốc Khánh (2022), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam - Một thập kỷ HNQT và một số vấn đề đặt ra trong giai đoạn 2021 - 2030*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
19. Lê Hải Bình, Chu Minh Thảo (2021), *Trật tự quốc tế dựa trên luật lệ: Lý luận, thực tiễn và hàm ý chính sách đối với Việt Nam (Sách chuyên khảo)*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
20. Lê Thanh Bình (2012), *Báo chí và thông tin đối ngoại*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
21. Lê Thanh Bình (2021), *Truyền thông phát triển xã hội, văn hóa, ngoại giao văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa và Cách mạng công nghiệp 4.0*. Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.

22. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2007), *Giáo trình Triết học - Dùng cho học viên Cao học và nghiên cứu sinh không thuộc chuyên ngành Triết học*, Nxb Lý luận Chính trị, Hà Nội.
23. Bộ Văn hoá Thông tin và Thể thao (1992), *Thập kỷ văn hoá và phát triển*, Hà Nội.
24. Trần Thị Kim Cúc (2014), *Văn hóa Việt Nam - Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
25. Chính phủ (2018), *Nghị định 28/2018/NĐ-CP: Quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương*, ban hành ngày 1/3/2018
26. Chính phủ (2018), *Đề án Văn hóa công vụ số 1847/QĐ-TTg ngày 27/12/2018*
27. Chính phủ (2020), *Quyết định số 208/QĐ-TTg, ngày 14/1/2011 về Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020*.
28. Chính phủ (2021), *Chương trình thực hiện Phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa” giai đoạn 2021 - 2026 số 2214/QĐ-TTg ngày 28/12/2021*
29. Nguyễn Việt Chúc (2019), *Mười giá trị văn hóa tiêu biểu Thăng Long - Hà Nội*, Nxb Hà Nội, Hà Nội.
30. Nguyễn Đăng Duy (2002), *Văn hoá học Việt Nam*, Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
31. Thành Duy (2007), *Văn hóa Việt Nam trước xu thế toàn cầu hóa- thời cơ và thách thức*, Nxb Văn hóa- Thông tin và Viện Văn hóa, Hà Nội.
32. Đảng Cộng sản Việt Nam (1969), *Điều văn của BCH Trung ương Đảng Lao động Việt Nam do đồng chí Lê Duẩn, Bí thư thứ nhất, đọc tại Lễ truy điệu Chủ tịch Hồ Chí Minh, ngày 9/9/1969*.
33. Đảng Cộng sản Việt Nam (1991), *Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội*, Nxb Sự thật, Hà Nội.

34. Đảng Cộng sản Việt Nam (1998), *Văn kiện Hội nghị lần thứ năm BCH Trung ương khóa VIII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
35. 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.
36. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Chiến lược phát triển kinh tế xã hội từ năm 2011 đến năm 2020*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
37. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
38. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
39. Đảng Cộng sản Việt Nam (2013), *Văn kiện Đại hội Đảng thời kỳ đổi mới và hội nhập (Đại hội VI, VII, VIII, IX, X, XI)*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
40. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
41. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, 2 tập, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
42. Davidovich. V.E. (2002), *Dưới lăng kính triết học*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
43. Nguyễn Khoa Điềm (2001), “*Xây dựng và phát triển văn hóa Việt Nam tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc trước thềm thế kỷ mới*”, Tạp chí Tư tưởng văn hóa (5), tr.3-5.
44. Phạm Duy Đức (2006), *Những thách thức của văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Văn hóa Thông tin và Viện Văn hóa, Hà Nội.
45. Phạm Duy Đức (2010), *Phát triển văn hóa Việt Nam giai đoạn 2011-2020, những vấn đề phương pháp luận*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

46. Phạm Duy Đức (2010), *Phát triển văn hóa Việt Nam giai đoạn 2011-2020: Xu hướng và giải pháp*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
47. Phạm Duy Đức (2010), *Thành tựu trong xây dựng và phát triển văn hóa Việt Nam 25 năm đổi mới (1986 - 2010)*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
48. E.B.Taylor (2000), “*Văn hóa nguyên thủy*”, Tạp chí Văn học nghệ thuật, Hà Nội.
49. F.Mayor (1993), *Ban đầu và cuối cùng là văn hóa*, Tạp chí Người đưa tin UNESCO, số 10, tr. 35.
50. Phan Hồng Giang, Bùi Hoài Sơn (2014), *Quản lý văn hóa ở Việt Nam trong đổi mới và hội nhập*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
51. Nguyễn Thị Trường Giang (2023), *Giáo trình An ninh truyền thông*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
52. George F. McLean - Phạm Minh Hạc (2007), *Con người, dân tộc và các nền văn hóa: Chung sống trong thời đại toàn cầu hóa*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
53. Nguyễn Ngọc Hà, Phạm Kim Anh (2023), *Nguồn lực cho phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam*, Tạp chí Cộng sản.
54. Phạm Minh Hạc, Nguyễn Khoa Điềm (2003), *Về phát triển văn hóa và xây dựng con người thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
55. Phạm Minh Hạc (2010), *Giá trị học - Cơ sở lý luận góp phần đúc kết, xây dựng hệ giá trị chung của người Việt Nam thời nay*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
56. Đinh Hồng Hải (2014), *Nghiên cứu biểu tượng – một số hướng tiếp cận*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
57. Đinh Hồng Hải (2014), *Những biểu tượng đặc trưng trong văn hóa truyền thống Việt Nam - Các vị Tổ*, Nxb Thế giới, Hà Nội.

58. Đinh Hồng Hải (2015), *Những biểu tượng đặc trưng trong văn hóa truyền thống Việt Nam - Các vị thần*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
59. Đinh Hồng Hải (2016), *Những biểu tượng đặc trưng trong văn hóa truyền thống Việt Nam - Các con vật linh*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
60. Lê Bá Hán, Trần Đình Sử, Nguyễn Khắc Phi (2004), *Từ điển thuật ngữ Văn học*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
61. Đinh Thị Thuý Hằng (2015), “*Vài suy nghĩ về quảng bá hình ảnh Việt Nam hiện nay*”, tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông số 1/2015.
62. Cao Thu Hằng (2021), *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về an ninh văn hóa ở Việt Nam hiện nay*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
63. Nguyễn Văn Hiệu (2021), *Tiếp xúc và tiếp biến văn hóa*, Nxb Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh.
64. Nguyễn Văn Hiệu (2013), *Những vấn đề khoa học xã hội và nhân văn*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
65. Nguyễn Huy Hoàng (2002), *Mấy vấn đề triết học văn hóa*, Nxb Văn hóa - thông tin và Viện Văn hóa, Hà Nội.
66. Hội đồng quốc gia chỉ đạo biên soạn từ điển bách khoa Việt Nam (2003), *Từ điển Bách khoa Việt Nam*, 4 tập, Nxb Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
67. Hội đồng lý luận Trung ương (2014), *Đẩy mạnh xây dựng văn hóa trong điều kiện kinh tế thị trường, hội nhập quốc tế - kinh nghiệm Việt Nam, kinh nghiệm Trung Quốc*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
68. Hội đồng lý luận Trung ương (2022), *Hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa, hệ giá trị gia đình và chuẩn mực con người Việt Nam trong thời kỳ mới*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
69. Nguyễn Đăng Huy (2006), *Một số vấn đề văn hóa Việt Nam truyền thống và hiện đại*, Nxb Lao động, Hà Nội.
70. Nguyễn Văn Huyền (2002), *Mấy vấn đề triết học về xã hội và phát triển con người*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

71. Nguyễn Thái Yên Hương (2011), *Ngoại giao văn hoá Việt Nam: Lý luận và thực tiễn thời kỳ hội nhập của tác giả*, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
72. Nguyễn Thừa Hỷ (2012), *Văn hóa Việt Nam truyền thống - một góc nhìn*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
73. Nguyễn Thừa Hỷ (2020), *Văn hóa và hội nhập*, Nxb Thông tin và truyền thông, Hà Nội.
74. Kanras Lorenz (2003), *Tám vấn đề lớn của nhân loại*, Nxb Công an nhân dân, Hà Nội.
75. Phạm Gia Khiêm (2015), *Nền ngoại giao toàn diện Việt Nam trong thời kỳ hội nhập*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
76. Vũ Khiêu, Phạm Xuân Nam, Hoàng Trinh (1993), *Phương pháp luận về vai trò của văn hóa trong phát triển*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
77. Nguyễn Văn Kim, Phạm Hồng Tung (2018), *Lịch sử và văn hóa - Tiếp cận đa chiều, liên ngành*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
78. Nguyễn Xuân Kính (2015), *Lịch sử văn hóa Việt Nam*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
79. Lê Mậu Lâm, Ngô Vương Anh, Nguyễn Băng Nhi (2022), *Đường lối văn hóa của Đảng trong chấn hưng, phát triển văn hóa Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
80. Leopold Sedar Senghor (2007), *Đối thoại giữa các nền văn hóa*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
81. Phan Huy Lê, Vũ Minh Giang (1994), *Các giá trị truyền thống và con người Việt Nam hiện nay*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
82. Phan Huy Lê (2016), *Hệ giá trị - mục tiêu phát triển nhân cách người học của hệ thống giáo dục*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
83. Phan Huy Lê (2018), *Văn hóa Việt Nam dưới góc nhìn lịch sử*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.

84. Từ Thị Loan (2022), *Văn hóa Việt Nam trên đường phát triển và hội nhập*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
85. Ngô Hữu Long (2007), *Toàn cầu hóa văn hóa*, sách dịch của tác giả Dominique wolton, Nxb Thế giới, Hà Nội.
86. Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, 15 tập, Nxb Sự thật, Hà Nội.
87. Nguyễn Văn Minh (2021), *Bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hà Giang*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
88. Trần Hải Minh (2022), *Xây dựng và phát huy hệ giá trị văn hóa, con người Việt Nam trong bối cảnh mới*, Đề tài khoa học cấp cơ sở trọng điểm, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.
89. Phạm xuân Nam (2005), *Văn hóa vì phát triển*, Nxb Khoa học xã hội
90. Phạm Xuân Nam (2008), *Sự đa dạng văn hóa*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
91. Nguyễn Thị Hồng Nam (2009), *Quan hệ công chúng với việc xây dựng và quảng bá hình ảnh Việt Nam thời kỳ hội nhập*, đề tài nghiên cứu cấp Bộ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
92. Trương Ngọc Nam, Trần Hải Minh (2020), *Value education in the context of social integaratin*, Washington, USA.
93. Hồ Thị Nga (2019), *Quyền hưởng thụ và tiếp cận các giá trị văn hóa ở Việt Nam*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
94. Phan Ngọc (2013), *Bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
95. Nhiều tác giả (2004), *Góp phần tìm hiểu tư tưởng Hồ Chí Minh về văn hóa*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
96. Vũ Nho (2021), *Văn hóa Việt Nam thời hội nhập của tác giả*, Nxb Quân đội nhân dân, Hà Nội.

97. Nhóm tác giả (2018), *Văn hóa và phát triển - Những vấn đề của Việt Nam và kinh nghiệm của thế giới*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
98. Lò Giàng Pháo (chủ biên) (2016), *Bảo tồn, giữ gìn bản sắc văn hóa trang phục truyền thống các dân tộc thiểu số Việt Nam*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
99. Hoàng Phê (2009), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng, Đà Nẵng.
100. Bùi Đình Phong (2020), *Nghiên cứu Hồ Chí Minh - một số công trình tuyển chọn*, Nxb Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
101. Bùi Đình Phong (2017), *Hồ Chí Minh - trí tuệ văn hóa*, Nxb công an nhân dân, Hà Nội.
102. Bùi Đình Phong (2008), *Văn hóa, đạo đức trong tư tưởng Hồ Chí Minh*, Nxb Công an nhân dân, Hà Nội.
103. Nguyễn Thị Phương, Nguyễn Cao Đức (2021), *Sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
104. Hồ Sĩ Quý (2006), *Về giá trị và giá trị Châu Á*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
105. Hồ Sĩ Quý (2008), “*Về phương pháp luận nghiên cứu văn hóa và con người*”, Tạp chí Triết học số 8.
106. Samuel Huntington (2005), *Sự đụng độ giữa các nền văn minh*, Nxb Thông tin khoa học xã hội, Hà Nội.
107. Phạm Minh Sơn (2006), *Thông tin đối ngoại với việc tạo dựng hình ảnh đất nước con người Việt Nam*, Kỷ yếu Hội thảo Hoạt động đối ngoại của Đảng ta trong giai đoạn hiện nay. Học viện Báo chí và tuyên truyền.
108. Phạm Minh Sơn (2007), *Quan hệ công chúng - Lý luận và thực tiễn*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
109. Tạp chí Thông tin UNESCO, số 2 năm 1988.

110. Hà Văn Tấn (2005), *Đến với lịch sử văn hoá Việt Nam*, Nxb Hội Nhà văn, Hà Nội.
111. Hà Văn Tấn (2019), *Cửa sổ lịch sử văn hóa Việt Nam*, Nxb Khoa học xã hội.
112. Đinh Ngọc Thạch - Doãn Chính (2018), *Lịch sử Triết học Phương Tây*, 2 tập, Nxb Chính trị quốc gia sự thật, Hà Nội.
113. Lâu Văn Thanh, Hoàng Ngọc Vĩnh (2018), *Văn hóa trong sự phát triển bền vững ở Việt Nam hiện nay*, Nxb Đại học Huế, Huế.
114. Song Thành (2018), *Phát huy các giá trị văn hóa - đạo đức “sức mạnh mềm” của Việt Nam trong hội nhập và phát triển của tác giả*, Nxb Lý luận Chính trị, Hà Nội.
115. Nguyễn Xuân Thắng (2021), *Tư tưởng, lý luận với đổi mới và phát triển đất nước*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
116. Trần Ngọc Thêm (1997), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Thành phố Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh.
117. Trần Ngọc Thêm (1999), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
118. Trần Ngọc Thêm (2013), *Những vấn đề văn hóa học lý luận và ứng dụng*, Nxb Thành phố Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh.
119. Trần Ngọc Thêm (2021), *Hệ giá trị Việt Nam từ truyền thống đến hiện đại*, Nxb Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh.
120. Nguyễn Ngọc Thiện, Từ Thị Loan (2021), *Hệ giá trị văn hóa và con người Việt Nam*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
121. Nguyễn Ngọc Thiện, Từ Thị Loan, Hoàng Chi Bảo... (2018), *Hệ giá trị văn hóa và con người Việt Nam*, Nxb Văn hóa Dân tộc, Hà Nội.
122. Ngô Đức Thịnh (2010), *Bảo tồn, làm giàu và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam trong đổi mới và hội nhập*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.

123. Ngô Đức Thịnh (2010), *Những giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
124. Ngô Đức Thịnh (2014), *Giá trị văn hóa Việt Nam - truyền thống và biến đổi*, Nxb Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
125. Ngô Đức Thịnh (2019), *Hệ giá trị văn hóa Việt Nam*, Nxb Tri thức, Hà Nội.
126. Ngô Đức Thịnh (2021), *Bản sắc văn hóa vùng ở Việt Nam*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
127. Nguyễn Viết Thông (2020), “*Khát vọng phát triển đất nước qua dự thảo các văn kiện Đại hội XIII của Đảng*”, Tạp chí Tuyên giáo, tháng 5.
128. Thủ tướng Chính phủ (2015), “*Chiến lược văn hóa đối ngoại của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030*” số 210/QĐ-TTg ngày 8/2/2015
129. Nguyễn Đăng Thục (2017), *Lịch sử triết học Phương Đông*, Nxb Từ điển bách khoa.
130. Nguyễn Đăng Thục (2001), *Triết lý đối chiếu*, Nxb Nhị Khê, Hà Nội.
131. Nguyễn Danh Tiên (2014), *Đảng lãnh đạo xây dựng và phát triển văn hóa trong thời kỳ đổi mới*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
132. Cung Kim Tiên (2002), *Từ điển Triết học*, Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
133. Lưu Trần Toàn (2018), *Tuyên truyền hình ảnh Việt Nam ra thế giới qua báo chí đối ngoại trong giai đoạn hiện nay*, Luận án Tiến sĩ Chính trị học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
134. Lưu Trần Toàn (2019), *Tuyên truyền hình ảnh Việt Nam ra thế giới qua báo chí đối ngoại*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.

135. Đoàn Trang (2019), *Biểu tượng văn hóa chính là “dấu vân tay văn hóa” của mỗi dân tộc*, trên báo Hà Nội mới ngày 18/12/2019.
136. Nguyễn Phú Trọng (2022), *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
137. Lê Quang Trung (1998), *Những vấn đề văn hóa Việt Nam hiện đại*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
138. Trung tâm Khoa học Xã hội và Nhân văn quốc gia, Viện Triết học (2002), *Giá trị truyền thống trước những thách thức của toàn cầu hóa*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
139. Hoàng Anh Tuấn (2011), *Xây dựng và quảng bá hình ảnh Việt Nam trong tình hình mới*, tạp chí Thông tin đối ngoại số tháng 12/2011.
140. Văn phòng Chính phủ (2019), *Thông cáo báo chí Hội nghị Thủ tướng Chính phủ với doanh nghiệp năm 2019*.
141. V. M. Rô-đin (2000), *Văn hóa học*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
142. Trung Việt và nhiều tác giả (2021), *Biểu tượng văn hóa truyền thống làng quê Việt Nam*, Nxb Văn hóa Dân tộc, Hà nội.
143. Trần Quốc Vượng (2001), *Làng nghề, phố nghề Thăng Long-Hà Nội*, Nxb. Trung tâm triển lãm văn hóa nghệ thuật Việt Nam, Hà Nội.
144. Trần Quốc Vượng (2006), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, Nxb Giáo dục. Hà Nội.
145. Trần Quốc Vượng (2003), *Văn hóa Việt Nam- tìm tòi và suy ngẫm*, Nxb Dân tộc và Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật.
146. Nguyễn Thị Thùy Yên (2016), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam với ASEAN trong thời kỳ hội nhập*, Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học văn hóa Hà Nội.

Tài liệu tiếng nước ngoài.

147. Dustin Garlitz (2018), Neo-Kantianism as philosophy of culture: Cassirer, Simmel, and the Bildung tradition in contemporary German intellectual thought, Educational phylosophy and theory <https://doi.org/10.1080/00131857.2021.1879052>
148. Douglas Anderson (2018), Phylosophy as culture: Getting rid of Professinal of in Phylosophy as a way of life, Edios: A Journal for phylosophy of culture, Volume 3. No 5.

Website

149. Hồng Hà (2022), Bản sắc văn hóa của từng quốc gia, dân tộc có vai trò quan trọng trong việc phát triển và xây dựng đất nước, <https://vietnamhoinhap.vn/vi/ban-sac-van-hoa-cua-tung-quoc-gia-dan-toc-co-vai-tro-quan-trong-trong-viec-phat-trien-va-xay-dung-dat-nuoc-41352.htm>, Truy cập ngày 16/12/2022.
150. Hoạt động của lãnh đạo Đảng, Nhà nước (2016), Toàn văn phát biểu của Tổng Bí thư tại Hội nghị Ngoại giao lần thứ 29. <https://baochinhphu.vn/phat-bieu-cua-tong-bi-thu-tai-hoi-nghi-ngoai-giao-lan-thu-29-102207908.htm> Truy cập ngày 20/10/2022.
151. Thanh Giang (2019), Di sản văn hóa - du lịch góp phần quảng bá hình ảnh quốc gia, <http://baohoabinh.com.vn/276/135190/di-san-van-hoa-du-lich-gop-phan-quang-ba-hinh-anh-quoc-gia.htm>, Truy cập ngày 22/11/2022.
152. Lê Phi Hùng (2019), Xây dựng hình ảnh đẹp cho đất nước, <https://tuyengiao.vn/dien-dan/xay-dung-hinh-anh-dep-cho-dat-nuoc->, Truy cập ngày 30/07/2022.
153. Hồng Minh (2022), Xây dựng thương hiệu quốc gia bằng văn hóa: Không thể xem nhẹ yếu tố pháp luật, <https://baophapluat.vn/xay-dung->

thuong-hieu-quoc-gia-bang-van-hoa-khong-the-xem-nhe-yeu-to-phap-luat-post462809.html, Truy cập ngày 13/5/2023.

154. Lê Mậu Lâm, Nguyễn Hồng Minh (2022), Văn hóa là động lực và nguồn lực phát triển quan trọng,
<https://special.nhandan.vn/vanhoaladonglucphattrien/index.html>, Truy cập ngày 13/5/2023.
155. Vũ Trọng Lâm (2023), Văn hóa là động lực quan trọng để phát triển kinh tế, <https://baophapluat.vn/xay-dung-thuong-hieu-quoc-gia-bang-van-hoa-khong-the-xem-nhe-yeu-to-phap-luat-post462809.html>, Truy cập ngày 11/11/2023.
156. Phạm Phương Thảo (2022), Phát triển văn hóa, con người Việt Nam để phát triển bền vững đất nước theo quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh, <http://www.lyluanchinhtri.vn/home/index.php/nguyen-cuu-ly-luan/item/3736-phat-trien-van-hoa-con-nguoi-viet-nam-de-phat-trien-ben-vung-dat-nuoc-theo-quan-diem-cua-chu-tich-ho-chi-minh.html>, Truy cập ngày 11/11/2023.
157. Hoàng Thùy - Viết Tuân (2021), 10 giải pháp phát triển giá trị văn hóa, sức mạnh người Việt, <https://ngoisaodoanhnhan.vn/10-giai-phap-phat-trien-gia-tri-van-hoa-suc-manh-nguoi-viet/>, Truy cập ngày 12/11/2023.
158. Nguyễn Thị Thu Vân (2021), Truyền thông hình ảnh quốc gia và địa phương – Năng lực cần thiết của công chức làm việc trong môi trường quốc tế, <https://www.quanlynhanuoc.vn/2021/12/20/truyen-thong-hinh-anh-quoc-gia-va-dia-phuong-nang-luc-can-thiet-cua-cong-chuc-lam-viec-trong-moi-truong-quoc-te/>, Truy cập ngày 12/11/2023.

PHỤ LỤC

PL 1: PHÒNG VẤN VỀ XÂY DỰNG HÌNH ẢNH VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY

Thưa ông/ bà !

Chúng tôi đang tiến hành nghiên cứu đề tài xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay. Để có thêm cơ sở khoa học phục vụ nội dung nghiên cứu, xin ông/ bà vui lòng trả lời những câu hỏi PVS của chúng tôi. Ý kiến của các ông/ bà sẽ được chúng tôi sử dụng trong nghiên cứu của mình, không sử dụng trong bất kỳ mục đích nào khác. Xin trân trọng cảm ơn ông/ bà đã giúp đỡ chúng tôi để chúng tôi hoàn thành nhiệm vụ nghiên cứu của mình.

Câu hỏi của chúng tôi như sau:

1. Xin ông/ bà cho biết, vì sao chúng ta phải xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT ?
2. Xin ông/ bà cho biết, mục đích xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là gì?
3. Xin ông/ bà cho biết quan điểm của Đảng ta về xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT?
4. Ông/ bà đánh giá như thế nào về thực trạng xây dựng đời sống văn hóa sinh hoạt vật chất của Việt Nam từ khi chúng ta chủ động HNQT đến nay?
5. Ông/ bà đánh giá như thế nào về thực trạng xây dựng đời sống văn hóa sinh hoạt tinh thần của Việt Nam từ khi chúng ta chủ động HNQT đến nay?
6. Theo đánh giá của ông/ bà, giá trị văn hóa tiêu biểu của Việt Nam trong lịch sử và hiện nay là gì?
7. Theo đánh giá của ông/ bà, tại sao lại có sự biến đổi giá trị văn hóa dân tộc?
8. Theo đánh giá của ông/ bà, hệ giá trị văn hóa Việt Nam hiện nay là gì ?
9. Theo đánh giá của ông/ bà, chúng ta phải làm gì để xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam phù hợp với yêu cầu của bối cảnh xã hội hiện nay?
10. Ông/ bà đánh giá như thế nào về thực trạng xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay?
11. Đây là những khó khăn khi xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay?

12. Ông/ bà đánh giá như thế nào về thực trạng bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc trong xây dựng và phát triển văn hóa Việt Nam?

13. Ông/ bà đánh giá như thế nào về thực trạng xây dựng đời sống văn hóa cộng đồng ở Việt Nam thời gian qua?

14. Theo đánh giá của ông/ bà, các hoạt động văn hóa đối ngoại của Việt Nam thời gian qua có ưu thế và hạn chế gì trong xây dựng HAVH Việt Nam?

15. Theo đánh giá của ông/ bà, các hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam thời gian qua có ưu thế và hạn chế gì trong xây dựng HAVH Việt Nam?

16. Theo đánh giá của ông/ bà, thực trạng hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa của Việt Nam thời gian qua có ưu thế và hạn chế gì trong xây dựng HAVH Việt Nam?

17. Theo đánh giá của ông/ bà, các yếu tố nào tác động nhiều nhất đến kết quả xây dựng HAVH Việt Nam?

18. Theo đánh giá của ông/ bà, báo chí truyền thông có vai trò như thế nào đối với vấn đề xây dựng HAVH Việt Nam?

19. Ông/ bà đánh giá như thế nào về thực trạng xây dựng HAVH Việt Nam thông qua hoạt động của báo chí đối ngoại thời gian qua?

20. Ông/ bà đánh giá như thế nào về nội dung HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá trong quá trình HNQT?

21. Ông/ bà đánh giá như thế nào về hình thức thể hiện HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá trong quá trình HNQT?

22. Ông/ bà đánh giá như thế nào về tác động của HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá trong quá trình HNQT đối với sự phát triển bền vững đất nước?

23. Ông/ bà đánh giá như thế nào về tác động của HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá đối với cộng đồng quốc tế?

24. Ông/ bà đánh giá thế nào về HAVH Việt Nam trong con mắt của bạn bè quốc tế hiện nay?

25. Theo đánh giá của ông/ bà, chúng ta cần làm gì để tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam thời gian tới, trong môi trường truyền thông số và khoa học công nghệ phát triển rất nhanh, làm thay đổi phương thức quảng bá HAVH Việt Nam ?

26. Theo đánh giá của ông/ bà, các Bộ, Ban, Ngành với tư cách là chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT, cần có những thay đổi như thế nào để tạo cơ chế phối hợp hiệu quả trong xây dựng và quảng bá HAVH Việt Nam thời gian tới?

NỘI DUNG TRẢ LỜI PHÒNG VẤN

PVS 1: Xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là điều rất quan trọng và có ý nghĩa cấp thiết, bởi vì xây dựng HAVH Việt Nam giúp thể hiện và ghi nhận giá trị của văn hóa, truyền thống và đặc điểm đặc sắc của dân tộc Việt Nam. HAVH Việt Nam mạnh mẽ sẽ giúp tạo dấu ấn riêng, đồng thời khẳng định danh tiếng của quốc gia trên sân khấu quốc tế, thu hút sự quan tâm, tăng cường tầm ảnh hưởng của Việt Nam trong cộng đồng quốc tế. Xây dựng HAVH Việt Nam sẽ thúc đẩy du lịch và phát triển kinh tế. Một HAVH tích cực và hấp dẫn sẽ thu hút du khách quốc tế đến Việt Nam, tạo cơ hội phát triển ngành du lịch và kinh tế liên quan, tạo việc làm và thúc đẩy sự phát triển bền vững, tăng cường giao lưu văn hóa và trao đổi với các quốc gia khác. Điều này tạo điều kiện cho việc chia sẻ kinh nghiệm, học hỏi và hiểu biết sâu sắc hơn về các nền văn hóa khác nhau. HAVH tích cực của một quốc gia có thể đóng vai trò trong việc xây dựng hòa bình và hợp tác quốc tế. Khi được công nhận và tôn trọng văn hóa của một quốc gia, sự hiểu biết và lòng tin tưởng giữa các quốc gia có thể được củng cố, từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho hợp tác và phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh. Tuy nhiên trong thực tế, không phải tất cả mọi người đều có nhận thức đúng và đủ về tầm quan trọng của xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay. Có người cho rằng chỉ cần phát triển kinh tế, tăng cường an ninh quốc phòng là đủ trở thành cường quốc, không cần xây dựng HAVH Việt Nam mà chỉ cần xây dựng kinh tế, quốc phòng vì văn hóa không đem lại sức mạnh, văn hóa chỉ là sự khác biệt mà thôi.

PVS 2: Mục đích chính của việc xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là quảng bá giá trị và giới thiệu di sản văn hóa đặc trưng của Việt Nam đến cộng đồng quốc tế. Điều này giúp thúc đẩy sự hiểu biết, tạo niềm tự hào và thu hút sự quan tâm từ các quốc gia khác, tạo dấu ấn độc đáo cho văn hóa Việt Nam trong quốc tế, tạo điều kiện cho giao lưu văn hóa và trao đổi với các quốc gia. Việc chia sẻ giá trị văn hóa, kinh nghiệm và hiểu biết với cộng đồng quốc tế sẽ tạo ra một môi trường hòa bình, tôn trọng và hợp tác, tăng cường hình ảnh quốc gia và lòng tin tưởng, tạo lòng tin tưởng từ cộng đồng quốc tế, tạo ra những cơ hội mới trong lĩnh vực đầu tư, kinh doanh, du lịch và hợp tác quốc tế. Việc xây dựng HAVH Việt Nam còn là để bảo tồn và phát triển văn hoá dân tộc. Qua việc giới thiệu và quảng bá văn hóa Việt Nam, chúng ta có thể tạo ra nhận thức và sự đánh giá cao về giá trị của văn hóa và đóng góp vào sự phát triển và bền vững của nền văn hoá Việt Nam. Nhưng hiện nay, đâu là giá trị đích thực và quan trọng cần được khẳng định và phát huy, đâu là giá trị mới cần được bổ sung vẫn là điều khó khăn trong nhận thức và triển khai

trong đời sống, gây cản trở việc xây dựng HAVH và khẳng định nét đặc trưng của Việt Nam trên trường quốc tế.

PVS 3. Đảng ta có quan điểm rõ ràng về xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Đảng ta coi việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc là nhiệm vụ cấp bách. Qua quá trình HNQT, việc gìn giữ và tôn vinh những đặc trưng văn hóa của dân tộc Việt Nam được coi là yếu tố quan trọng để xây dựng HAVH Việt Nam và thể hiện sự tự tin về bản sắc văn hóa riêng. Đảng ta nhận thức rằng HNQT đòi hỏi chúng ta phải thích nghi và phát triển văn hóa theo hướng tiên tiến, phù hợp với xu hướng thế giới. Xây dựng HAVH Việt Nam không chỉ dừng lại ở việc bảo tồn truyền thống, mà còn khuyến khích sự sáng tạo và phát triển văn hóa mới, áp dụng những phương pháp giao tiếp hiện đại để phổ biến và quảng bá hình ảnh đến cộng đồng quốc tế.

Đảng ta tin rằng xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT cần phải đi đôi với việc tôn trọng và hòa nhập với các nền văn hóa khác. Sự giao lưu văn hóa, trao đổi và hợp tác giữa các quốc gia là cơ hội để chúng ta học hỏi, truyền bá giá trị văn hóa của mình và đồng thời tiếp thu những yếu tố tốt từ các nền văn hóa khác. Để xây dựng HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT cần phải tạo dựng một hình ảnh Việt Nam tích cực, thân thiện và phản ánh đúng hiện thực. Điều này yêu cầu chúng ta phải làm việc chặt chẽ với các cơ quan truyền thông để truyền tải thông tin chính xác và mang tính xây dựng, tránh tình trạng bị hiểu lầm hoặc sai lệch về HAVH quốc gia.

PVS 4. Thực tế Việt Nam đã chủ động HNQT từ năm 1986 thông qua chính sách Đổi mới, nhưng từ năm 2011, chúng ta mới thực sự hội nhập toàn diện, sâu rộng. Việt Nam đã đạt được tiến bộ đáng kể trong việc xây dựng và cải thiện cơ sở vật chất cho đời sống văn hóa. Có sự phát triển mạnh mẽ về cơ sở hạ tầng văn hóa, xây dựng các nhà hát, rạp chiếu phim, trung tâm văn hóa, bảo tàng, thư viện và các khu vui chơi giải trí. Việt Nam đã mở rộng và đa dạng hoá lĩnh vực văn hóa như điện ảnh, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn, truyền thông và công nghiệp sáng tạo. Sự phát triển bước đầu của các ngành công nghiệp văn hóa này đã tạo ra không chỉ những sản phẩm văn hóa đa dạng mà còn mang lại cơ hội nghề nghiệp và kinh doanh trong lĩnh vực này.

PVS 5. Mặc dù đã có những tiến bộ trong xây dựng đời sống văn hóa sinh hoạt vật chất của Việt Nam, nhưng thực trạng này vẫn còn một số thách thức và hạn chế. Ví dụ như việc thiếu đầu tư hoặc đầu tư chưa thỏa đáng cho xây dựng đời sống văn hóa. Mặc dù đã có nỗ lực đầu tư vào cơ sở vật chất văn hóa, nhưng nguồn vốn hiện vẫn chưa đủ đáp ứng nhu cầu phát triển văn hóa của quốc gia. Điều này gây hạn chế trong việc xây dựng các trung

tâm văn hóa, bảo tàng, thư viện, và các cơ sở giáo dục văn hóa. Chất lượng sản phẩm văn hóa chưa đều. Một số lĩnh vực văn hóa vẫn đang gặp khó khăn trong việc sản xuất và phân phối những sản phẩm chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của công chúng. Việc cải thiện chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm văn hóa là một thách thức quan trọng cần được giải quyết. Thiếu sự đồng thuận và quản lý trong xây dựng đời sống văn hóa, trong khi hoạt động này rất cần sự đồng thuận và quản lý hiệu quả từ các cơ quan chức năng. Sự thiếu hụt này có thể ảnh hưởng đến việc phân bổ nguồn lực, quy hoạch và xây dựng hạ tầng văn hóa, cũng như kiểm soát chất lượng sản phẩm văn hóa. Mất cân đối giữa văn hóa truyền thống và văn hóa hiện đại cũng đang đặt ra. Việt Nam đang trải qua một quá trình HNQT nhanh chóng, khiến cho việc bảo tồn và phát triển văn hóa truyền thống trở nên phức tạp. Đôi khi, sự đối lập giữa văn hóa truyền thống và văn hóa hiện đại gây ra mâu thuẫn và khó khăn trong việc xây dựng đời sống văn hóa. Xây dựng đời sống văn hóa không chỉ phụ thuộc vào cơ sở vật chất mà còn yêu cầu sự tham gia tích cực của cộng đồng. Tuy nhiên, hiện vẫn thiếu sự tham gia hiệu quả và tương tác tích cực từ phía cộng đồng trong xây dựng và duy trì các hoạt động văn hóa. Như vậy, mặc dù đã có những tiến bộ trong xây dựng đời sống văn hóa của Việt Nam, nhưng vẫn cần có nhiều nỗ lực để khắc phục các thách thức và hạn chế hiện tại để xây dựng HAVH quốc gia.

PVS 6. Từ năm 2011 đến nay, Việt Nam đã chủ động HNQT và có những phát triển tích cực trong việc xây dựng đời sống văn hóa sinh hoạt tinh thần. Giáo dục đạo đức, triết học và các môn học liên quan đến tinh thần đã được đẩy mạnh và tích cực thực hiện trong các trường học. Sự phát triển của các hoạt động nghệ thuật và văn hóa tinh thần cho thấy ngành nghệ thuật và văn hóa tinh thần cũng đã có sự phát triển tích cực. Các hoạt động biểu diễn sân khấu, nhạc kịch, nghệ thuật truyền thống và các sự kiện văn hóa như lễ hội đã được tổ chức nhiều hơn và thu hút sự quan tâm của công chúng trong nước và du khách quốc tế, qua đó xây dựng ý thức cộng đồng và tinh thần đoàn kết trong xã hội. Những hoạt động từ thiện, các tổ chức xã hội và hoạt động tình nguyện đã tạo ra một tinh thần gắn kết và sẵn lòng giúp đỡ nhau trong cộng đồng.

PVS 7. Một số thách thức trong việc xây dựng đời sống văn hóa sinh hoạt tinh thần ở Việt Nam như nghịch lý giữa sự phát triển kỹ thuật và yếu tố nhân văn cần được quan tâm và giải quyết hay thiếu sự đồng thuận và tham gia của toàn xã hội. Mất cân đối giữa giá trị truyền thống và giá trị hiện đại là một thách thức. Việc duy trì và phát triển giá trị truyền thống trong bối cảnh HNQT là một thách thức. Một số người có thể gặp khó khăn trong việc định hình và hiểu rõ giá trị truyền thống trong khi đồng thời tiếp nhận và thích

nghi với các giá trị và xu hướng mới từ cuộc sống hiện đại. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và truyền thông đã tạo ra môi trường ảnh hưởng mạnh mẽ đến đời sống văn hóa nhưng chính việc tiếp cận nhanh chóng với thông tin, tín hiệu và ảnh hưởng từ bên ngoài có thể tạo ra sự phân tán và mất đi sự tập trung vào giá trị văn hóa truyền thống. Mặc dù đã có những nỗ lực trong việc xây dựng đời sống văn hóa, nhưng vẫn còn thiếu sự quan tâm và đầu tư đầy đủ từ phía Chính phủ và các tổ chức liên quan. Việc đầu tư cơ sở vật chất, giáo dục và các hoạt động văn hóa tinh thần cần được tăng cường để phát triển một môi trường sống văn hóa tốt hơn.

PVS 8. Theo đánh giá của tôi, có một số giá trị văn hóa tiêu biểu của Việt Nam trong lịch sử và hiện nay cần khẳng định, trong đó quan trọng nhất là tình yêu đất nước và lòng tự hào dân tộc. Giá trị này đã được thể hiện qua sự yêu quý và bảo vệ đất nước, cống hiến cho tổ quốc trong suốt lịch sử Việt Nam. Dân tộc Việt Nam luôn tỏ ra tự hào về lịch sử và văn hóa của mình. Truyền thống gia đình cũng là giá trị cần nuôi dưỡng. Gia đình được coi là cơ sở của xã hội Việt Nam, giữ vai trò quan trọng trong việc chăm sóc, nuôi dưỡng và gìn giữ các giá trị truyền thống. Các giá trị khác như tình đoàn kết và sự giúp đỡ lẫn nhau, sự đa dạng và bao dung của tôn giáo, tín ngưỡng... Tinh thần đoàn kết và sự giúp đỡ lẫn nhau đã xuất hiện trong nhiều khía cạnh của xã hội Việt Nam, từ gia đình đến cộng đồng. Việt Nam có một lịch sử lâu đời và văn hóa truyền thống độc đáo. Người Việt Nam luôn coi trọng việc gìn giữ và phát huy những giá trị truyền thống này. Tất cả những giá trị trên đóng góp vào sự đa dạng và sự giàu có văn hóa của Việt Nam. Chúng thể hiện bản sắc và nhân cách của dân tộc, đồng thời góp phần xây dựng một xã hội đoàn kết và phát triển.

PVS 9. Sự biến đổi về giá trị văn hóa dân tộc có thể được giải thích bởi một số yếu tố và sự tác động của bối cảnh xã hội, trước hết là tiến bộ công nghệ và toàn cầu hóa. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và quá trình toàn cầu hóa đã mang lại sự tiếp xúc và tác động từ các nền văn hóa khác, gây ra sự biến đổi trong giá trị văn hóa. Xã hội và điều kiện sống thay đổi theo thời gian cũng đóng góp vào sự biến đổi về giá trị văn hóa. Các yếu tố như quá trình đô thị hóa, di cư, công nghiệp hóa, toàn cầu hóa... đều có tác động đến cách sống, niềm tin và giá trị của một cộng đồng. Mất cân bằng giữa giá trị truyền thống và giá trị hiện đại cũng là tác nhân, hội nhập và phát triển khiến giá trị truyền thống và giá trị hiện đại có thể đối lập và tạo ra mâu thuẫn, sự đấu tranh giữa bảo tồn giá trị truyền thống và thích nghi với giá trị hiện đại đã góp phần biến đổi giá trị văn hóa dân tộc. Tác động của truyền thông cũng là nguyên nhân vì nó tạo ra sự tiếp cận dễ dàng với các nền văn hóa khác và sự truyền tải thông tin nhanh chóng, làm thay đổi quan điểm và ảnh hưởng đến giá

trị văn hóa. Sự đa dạng và sự mở rộng của xã hội, sự giao thoa và tương tác giữa các nhóm dân tộc, tầng lớp xã hội có nền văn hóa khác nhau tạo ra sự đa dạng và biến đổi trong giá trị văn hóa. Thay đổi lối sống và ảnh hưởng từ quan niệm xã hội khiến lối sống hiện đại, tiến bộ của xã hội và các giá trị mới đã thay đổi các quan niệm và giá trị truyền thống. Một số giá trị truyền thống có thể không còn phù hợp hoặc không được ưu tiên trong môi trường hiện đại.

PVS 10. Tuy sự biến đổi về giá trị văn hóa dân tộc không tránh khỏi, nhưng việc duy trì và bảo tồn giá trị truyền thống cũng rất quan trọng để gìn giữ bản sắc độc đáo của văn hóa dân tộc. Bảo tồn giá trị truyền thống giúp duy trì và phát triển nhận thức về lịch sử, nguồn gốc và nhân cách của một dân tộc. Nó cũng mang lại sự ổn định và sự nhất quán trong xã hội, giúp người dân có một khung cảnh văn hóa chung để tạo nên sự đoàn kết và nhận thức nhóm. Quá trình bảo tồn giá trị truyền thống có thể được thực hiện thông qua các hoạt động như nghi lễ, lễ hội, truyền thống gia đình, giáo dục và tìm hiểu văn hóa dân tộc. Đây là cách để truyền đạt và truyền miệng kiến thức, kỹ năng và giá trị từ thế hệ này sang thế hệ khác, đảm bảo rằng giá trị văn hóa truyền thống không bị lãng quên. Bên cạnh việc duy trì và bảo tồn giá trị truyền thống, cũng cần linh hoạt và mở lòng đối với sự biến đổi giá trị và tiến bộ của xã hội. Sự đan xen và tương tác giữa giá trị truyền thống và giá trị hiện đại có thể tạo ra sự phát triển và thay đổi tích cực cho văn hóa dân tộc. Quan trọng là duy trì sự cân bằng và sự tôn trọng giữa hai yếu tố này, nhằm tạo điều kiện cho sự sống còn và phát triển của văn hóa dân tộc trong thế kỷ XXI.

PVS 11. Theo đánh giá của tôi, hệ giá trị văn hóa Việt Nam hiện nay bao gồm các yếu tố cơ bản như tình yêu đất nước và lòng tự hào dân tộc. Người Việt Nam luôn thể hiện sự yêu quý và tự hào về lịch sử, văn hoá của đất nước mình. Tiếp đến là sự tôn trọng gia đình và lòng hiếu thảo. Gia đình có vai trò quan trọng trong xã hội Việt Nam, người Việt Nam thường có lòng hiếu thảo và tôn trọng cha mẹ, ông bà. Tự do và độc lập là giá trị đã được củng cố qua sự đấu tranh và đổ máu của người dân Việt Nam trong quá khứ để đạt được độc lập và tự do. Tự do cá nhân và quyền tự do ngôn luận cũng được coi trọng trong xã hội Việt Nam hiện nay. Giáo dục và tri thức là một phần quan trọng của giá trị văn hóa Việt Nam, với sự đánh giá cao về học tập và sự phát triển cá nhân. Đạo đức và lòng nhân ái là giá trị. Việt Nam có truyền thống đạo đức sâu sắc và lòng nhân ái, với việc khuyến khích người dân giúp đỡ lẫn nhau và thể hiện tình yêu thương đối với cộng đồng. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng hệ giá trị văn hóa không phải là một thực thể tĩnh và có thể thay đổi theo thời

gian. Quan niệm về các giá trị văn hóa có thể khác nhau từ người này sang người khác và trong các tầng lớp xã hội khác nhau.

PVS 12. Để xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam phù hợp với yêu cầu của xã hội hiện nay, phải có chiến lược và nguyên tắc bảo tồn và gìn giữ giá trị văn hóa truyền thống. Để xây dựng hệ giá trị văn hóa phù hợp, chúng ta cần tôn trọng và bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống của Việt Nam. Sự hiểu biết và đánh giá đúng về di sản văn hóa sẽ giúp chúng ta duy trì những giá trị quan trọng này trong cuộc sống hàng ngày. Xây dựng hệ giá trị văn hóa cần thích ứng với bối cảnh và sự phát triển xã hội hiện nay. Chúng ta cần hiểu và đáp ứng các yêu cầu mới từ việc phát triển kinh tế, công nghệ, quan hệ quốc tế. Đồng thời, cần xem xét và đánh giá lại giá trị để phù hợp với thực tế và sự tiến bộ của xã hội. Giáo dục đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng hệ giá trị văn hóa phù hợp. Giáo dục không chỉ truyền đạt kiến thức mà còn giúp hình thành nhân cách, ý thức tương tác xã hội và lòng yêu nước. Vì thế cần tăng cường giáo dục văn hóa cho cộng đồng, để họ hiểu các giá trị văn hóa truyền thống và trân trọng gìn giữ, phát huy các giá trị ấy trong cuộc sống. Đó cũng là cách để chúng ta xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam phù hợp với yêu cầu của bối cảnh HNQT hiện nay. Để xây dựng hệ giá trị văn hóa phù hợp với yêu cầu hiện nay, cần khuyến khích sự sáng tạo và đa dạng hóa. Khám phá những giá trị mới, tôn trọng những quan điểm và quan niệm khác nhau, và khuyến khích sự thay đổi và tiến bộ trong văn hóa. Cần thúc đẩy giao lưu và hợp tác văn hóa quốc tế, vì việc giao lưu và hợp tác với quốc gia và văn hóa khác là cần thiết để xây dựng một hệ giá trị văn hóa phù hợp với thực tế và chuẩn mực quốc tế. Sự đổi mới và học hỏi từ các nền văn hóa khác có thể tạo ra sự phong phú và tiến bộ cho hệ giá trị văn hóa Việt Nam.

PVS 13. Thực trạng xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT cho thấy chúng ta đã tăng cường nhận thức về giá trị văn hóa Việt Nam. Quá trình HNQT đã giúp tăng cường nhận thức của cả người dân Việt Nam và quốc tế về giá trị văn hóa đặc trưng của Việt Nam thông qua các biểu tượng văn hóa. Thực tế, các biểu tượng văn hóa độc đáo của Việt Nam như nón lá, áo dài, kiến trúc tôn giáo tín ngưỡng, danh lam thắng cảnh ... đã trở thành điểm nhấn thu hút sự quan tâm và tìm hiểu từ khách du lịch quốc tế. Quá trình HNQT đã tạo điều kiện cho giao lưu và hợp tác văn hóa với các quốc gia khác. Điều này đã mang lại cơ hội để xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam được công nhận và lan tỏa trên sân khấu quốc tế, từ các buổi biểu diễn nghệ thuật đến các triển lãm văn hóa.

Tuy nhiên, trong quá trình hội nhập, có nguy cơ mất đi tính độc đáo và truyền thống của các biểu tượng văn hóa Việt Nam. Đôi khi, để tiếp cận được thị trường quốc tế, các biểu tượng này có thể bị điều chỉnh và thay đổi để phù hợp với yêu cầu và gu thẩm mỹ của quốc tế, làm mất đi bản sắc gốc. Ví dụ áo dài đôi khi bị cách điệu đến mức không giống với biểu tượng văn hoá dân tộc nữa. Sự phát triển quá nhanh của ngành du lịch và thương mại đã dẫn đến việc thương mại hóa một số biểu tượng văn hóa Việt Nam. Các biểu tượng như áo dài hay nón lá có thể bị coi là hàng hóa và bị khai thác thương mại mà không có sự tôn trọng đúng mức. Thiếu sự quản lý và quan tâm đúng mức có thể dẫn đến việc tiếm tày sự mai một, hoặc thậm chí bị biến tướng của các biểu tượng này. Đây là vấn đề cần sự vào cuộc của các chủ thể quản lý văn hóa. Để đảm bảo tính độc đáo và bền vững của các biểu tượng văn hóa Việt Nam, cần có sự quan tâm, chăm sóc và quản lý từ phía chính quyền, cộng đồng và xã hội để bảo tồn và phát triển giá trị văn hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập.

PVS 14. Xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT hiện nay, có một số khó khăn như sự bất đồng về cách hiểu và đánh giá văn hóa. Mỗi quốc gia và vùng lãnh thổ có những giá trị và thực tiễn văn hóa riêng. Sự khác biệt này có thể tạo ra sự bất đồng trong cách hiểu và đánh giá các biểu tượng văn hóa Việt Nam, có thể gây ra tranh cãi và khó khăn trong việc giao tiếp và chuyển tải ý nghĩa của các biểu tượng văn hóa.

Trong quá trình HNQT, việc xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam phải đáp ứng yêu cầu của thị trường và gu thẩm mỹ quốc tế. Điều đó đòi hỏi thay đổi và điều chỉnh các biểu tượng để phù hợp với sự mong muốn và yêu cầu của người tiêu dùng quốc tế. Việc xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam cần có sự sáng tạo và ứng dụng kỹ thuật và công nghệ tiên tiến. Tuy nhiên, việc tiếp cận và áp dụng các công nghệ mới có thể gặp khó khăn do hạn chế về nguồn lực, trình độ kỹ thuật và nhân lực. Trong quá trình HNQT, có nguy cơ mất đi tính độc đáo và truyền thống của các biểu tượng văn hóa Việt Nam. Xây dựng và quản lý các biểu tượng văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT cần có sự quan tâm và chăm sóc từ phía các cơ quan quản lý và nhà nước. Xây dựng các biểu tượng văn hóa Việt Nam trong quá trình HNQT không tránh khỏi những khó khăn và thách thức, nếu không có sự quan tâm, chăm sóc và quản lý đúng mức, chúng ta khó có thể đảm bảo tính độc đáo và bền vững của các biểu tượng này.

PVS 15. Thực trạng bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc trong xây dựng và phát triển văn hóa Việt Nam đã đạt nhiều kết quả tích cực và cần tiếp tục được phát huy. Đó là việc ngày càng có sự nhận thức và quan tâm cao hơn về giá trị văn hóa dân tộc trong

xã hội Việt Nam. Qua việc giáo dục, nghiên cứu và tuyên truyền, người dân đang hiểu rõ hơn về các giá trị văn hóa dân tộc và ý nghĩa của chúng đối với sự đoàn kết và phát triển của quốc gia. Vấn đề chính là hiện nay hệ giá trị văn hóa quốc gia đang được nghiên cứu, xây dựng, nghĩa là chúng ta chưa có hệ giá trị văn hóa quốc gia trong điều kiện HNQT hiện nay. Cho nên mọi hoạt động triển khai xây dựng HAVH Việt Nam đều gặp những rào cản nhất định, vì giá trị chính là cốt lõi của HAVH. Xây dựng HAVH Việt Nam khi chưa có hệ giá trị văn hóa quốc gia thực sự là vấn đề khó khăn, cần sự vào cuộc của Đảng và Nhà nước, của giới tinh hoa là các nhà khoa học và của cả cộng đồng.

PVS 16. Thực trạng xây dựng đời sống văn hóa cộng đồng ở Việt Nam trong thời gian qua có những kết quả tích cực. Trong thời gian tới, cần có sự hỗ trợ và khuyến khích từ phía chính quyền và các tổ chức để phát triển và duy trì hoạt động văn hóa cộng đồng, cung cấp nguồn lực tài chính, không gian và cơ sở hạ tầng để người dân có thể tổ chức và tham gia vào các hoạt động văn hóa. Tăng cường công tác giáo dục và tuyên truyền về giá trị văn hóa cộng đồng, nhất là trong giới trẻ. Việc nâng cao nhận thức và hiểu biết về văn hóa cộng đồng sẽ khuyến khích sự tương tác và tham gia tích cực của người dân. Cần xem xét và đảm bảo các hoạt động văn hóa cộng đồng được phát triển theo hướng bền vững, không chỉ tập trung vào lợi ích ngắn hạn mà còn đáp ứng nhu cầu và giá trị văn hóa của cộng đồng trong dài hạn.

PVS 17. Các hoạt động văn hóa đối ngoại của Việt Nam thời gian qua có nhiều thế mạnh trong xây dựng HAVH Việt Nam, giới thiệu cho thế giới các di sản văn hóa phong phú của đất nước nhằm quảng bá HAVH. Việt Nam có một di sản văn hóa đa dạng và phong phú, có các di sản thế giới được UNESCO công nhận. Sự hiện diện của các di sản này tạo ra một hình ảnh thu hút và độc đáo cho văn hóa Việt Nam trong cộng đồng quốc tế. Các hoạt động văn hóa đối ngoại đã cho thế giới thấy Việt Nam là một quốc gia đa dạng về văn hóa và dân tộc. Sự phong phú và đa dạng trong nền văn hóa cũng như những nét đặc trưng của từng dân tộc đã thu hút sự quan tâm từ cộng đồng quốc tế. Thế giới cũng nhận thấy tiềm năng du lịch văn hóa lớn của Việt Nam. Du lịch văn hóa đã trở thành một mảng kinh tế quan trọng và có tiềm năng phát triển ở Việt Nam. Các hoạt động du lịch văn hóa như tham quan di sản, khám phá văn hóa dân tộc, trải nghiệm truyền thống... giúp xây dựng HAVH Việt Nam trong mắt du khách quốc tế.

Trong thời gian tới, chúng ta cần có một tầm nhìn chiến lược rõ ràng và dài hạn về việc xây dựng HAVH Việt Nam trong các hoạt động đối ngoại. Cần định hình mục tiêu, thông điệp và cách tiếp cận để tạo ra một hình ảnh mạnh mẽ và đồng nhất về văn hóa Việt

Nam trên trường quốc tế. Việc xây dựng HAVH Việt Nam trong hoạt động đối ngoại cần đòi hỏi nguồn lực tài chính, nhân lực và hỗ trợ từ chính phủ và các tổ chức liên quan. Thiếu nguồn lực và hỗ trợ này có thể gây hạn chế trong việc triển khai và quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới. Một số hạn chế liên quan đến việc xây dựng HAVH Việt Nam là do thiếu nhận thức và thông tin chi tiết từ phía người nước ngoài. Đôi khi, sự hiểu biết hạn chế về văn hóa có thể dẫn đến sự hiểu lầm hoặc đánh giá không chính xác về Việt Nam.

PVS 18. Các hoạt động ngoại giao văn hóa của Việt Nam thời gian qua đã thúc đẩy sự phát triển kinh tế, văn hóa xã hội của đất nước, xây dựng HAVH đẹp của Việt Nam. Sự phát triển kinh tế và mở cửa của Việt Nam đã tạo ra điều kiện thuận lợi để quốc gia trở thành một đối tác quan trọng trong các hoạt động ngoại giao văn hóa. Việt Nam có thể sử dụng tài nguyên kinh tế để thúc đẩy và tài trợ cho các sự kiện và hoạt động văn hóa. Với vị trí địa lý thuận lợi và nhiều danh lam thắng cảnh phong phú, Việt Nam có tiềm năng lớn trong việc thu hút du khách quốc tế. Các hoạt động du lịch văn hóa và sự khám phá văn hóa địa phương đã giúp xây dựng HAVH Việt Nam trong lòng khách du lịch quốc tế. Việt Nam có một di sản văn hóa phong phú và những nét đặc trưng riêng của từng vùng miền. Sự đa dạng trong văn hóa và nghệ thuật, bao gồm ca trù, hát chèo, hát xẩm, múa rối nước, và các nghệ sĩ tài năng đã giúp Việt Nam thu hút sự quan tâm và đánh giá cao về văn hóa của mình. Ngoại giao văn hóa của Việt Nam đã có cách tiếp cận khéo léo, linh hoạt, phù hợp với vị thế đất nước trên nền tảng của nguyên tắc cơ bản về lợi ích quốc gia - dân tộc; phát huy vai trò của mình trong việc kết nối, chia sẻ thông tin, cộng hưởng sức mạnh để góp phần củng cố thêm niềm tin của thế giới vào định hướng phát triển của Việt Nam, tạo nền tảng vững chắc để xây dựng HAVH Việt Nam trong HNQT.

PVS 19. Theo đánh giá của tôi, thực trạng hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa của Việt Nam thời gian qua có những ưu điểm lớn trong việc xây dựng HAVH Việt Nam. Chúng ta đã chủ động trong giao lưu tiếp biến văn hóa, tiến hành nhiều hoạt động, tổ chức thành công các sự kiện như hội chợ, triển lãm, festival và concert nhờ vào sự hỗ trợ tài chính và sự quan tâm từ các doanh nghiệp và các nhà tài trợ, qua đó xây dựng và quảng bá HAVH. Việt Nam đã thiết lập và phát triển mạng lưới quan hệ quốc tế rộng khắp trong lĩnh vực văn hóa, thông qua đó quốc gia này có thể liên kết với các quốc gia khác, nhận được sự hỗ trợ và tạo điểm nhấn văn hóa riêng biệt. Việt Nam có một nền văn hóa đa dạng và giàu có. Giao lưu tiếp biến văn hóa đã giúp xây dựng một hình ảnh riêng biệt và thu hút sự quan tâm của cộng đồng quốc tế.

Tuy nhiên, theo tôi một số hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa của Việt Nam vẫn chưa đạt được mức độ đa dạng và sáng tạo cao đủ để tạo nên sự chú ý từ cộng đồng quốc tế. Điều này có thể do việc tái sử dụng những ý tưởng cũ, thiếu sự đổi mới và không đáp ứng được sự mong đợi của khán giả quốc tế. Các hoạt động giao lưu tiếp biến văn hóa đòi hỏi nguồn lực tài chính, nhân lực và hỗ trợ từ chính phủ và các tổ chức liên quan. Thiếu nguồn lực có thể gây hạn chế trong việc triển khai và quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới. Việc tiếp cận và xây dựng HAVH Việt Nam trên thị trường quốc tế đôi khi gặp khó khăn bởi khác biệt ngôn ngữ, sự hiểu biết hạn chế về văn hoá Việt Nam và sự cạnh tranh từ các nền văn hóa khác.

PVS 20. Theo đánh giá của tôi, có một số yếu tố quan trọng tác động nhiều nhất đến kết quả xây dựng HAVH Việt Nam. Chính phủ đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng HAVH Việt Nam thông qua việc thiết lập chính sách, nguồn lực và hỗ trợ cho các hoạt động văn hóa. Sự cam kết và sự quan tâm từ phía chính phủ có thể tạo ra môi trường thuận lợi cho các hoạt động ngoại giao văn hóa và giao lưu tiếp biến văn hóa. Sự đa dạng và sáng tạo trong hoạt động văn hóa cũng đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng HAVH Việt Nam. Việc đưa ra những ý tưởng mới, sản phẩm văn hóa độc đáo và sáng tạo giúp tạo nên sự chú ý và khác biệt trong lòng khán giả quốc tế. Mối quan hệ và hợp tác với các đối tác quốc tế cũng có ảnh hưởng lớn đến xây dựng HAVH Việt Nam. Qua việc tham gia vào các sự kiện, triển lãm, giao lưu và hợp tác với các nghệ sĩ, nhà sản xuất và tổ chức quốc tế, Việt Nam có thể mở rộng phạm vi tầm nhìn và đẩy mạnh quảng bá văn hóa của mình ra thế giới. Công nghệ thông tin và truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng HAVH Việt Nam. Sử dụng hiệu quả các phương tiện truyền thông và nền tảng kỹ thuật số để quảng bá, chia sẻ thông tin và tạo niềm tin cho công chúng quốc tế về văn hóa Việt Nam và ngược lại, các nền tảng mạng xã hội cũng cản trở xây dựng hình ảnh chân thực về Việt Nam. Sự tham gia và ủng hộ từ phía nhân dân và cộng đồng trong việc gìn giữ và phát triển văn hóa là một yếu tố quan trọng, cộng đồng tự hào về di sản văn hóa, chia sẻ và thể hiện văn hóa Việt Nam qua các hình thức như âm nhạc, múa rối, nghệ thuật truyền thống chính là xây dựng HAVH Việt Nam.

PVS 21. Theo tôi, báo chí đối ngoại đóng vai trò rất quan trọng trong việc xây dựng HAVH Việt Nam, cung cấp thông tin về các hoạt động văn hóa, sự kiện nghệ thuật và di sản văn hóa của Việt Nam một cách chi tiết và chính xác, giúp lan tỏa cảm hứng và kích thích sự quan tâm của công chúng đối với văn hóa Việt Nam. Đây là công cụ quan trọng để quảng bá HAVH Việt Nam đến công chúng thế giới, đóng vai trò tích cực và trực

tiếp trong xây dựng hình ảnh và chuyển tải thông điệp văn hóa Việt Nam. Báo chí truyền thông có thể giúp nâng cao ý thức văn hóa, giáo dục công chúng về di sản văn hóa và giá trị của nó. Việc đưa tin, phân tích và đánh giá các hoạt động văn hóa Việt Nam của phóng viên, cộng tác viên báo chí nước ngoài, người Việt Nam ở nước ngoài rất quan trọng và hữu ích vì tạo ra sự hiểu biết sâu hơn về văn hóa Việt Nam và khuyến khích sự tôn trọng và bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển và quảng bá ngành công nghiệp văn hóa như âm nhạc, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, thời trang và ẩm thực. Qua việc tạo thông tin, báo chí truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc giới thiệu và quảng bá sản phẩm văn hóa Việt Nam ra thế giới. Báo chí truyền thông cũng có vai trò phản ánh và góp ý xây dựng HAVH Việt Nam. Qua việc đưa tin, báo chí có thể phản ánh những điểm mạnh và yếu, thách thức và tiềm năng của văn hóa Việt Nam, đồng thời đóng vai trò góp ý để hoàn thiện và phát triển hơn nữa.

PVS 22. Việc xây dựng HAVH Việt Nam thông qua hoạt động của báo chí đối ngoại thời gian qua có một số diễn biến tích cực. Báo chí đối ngoại đã đóng góp đáng kể trong việc quảng bá HAVH Việt Nam ra thế giới. Qua các bài viết, phỏng vấn và thông tin, báo chí đã giúp khán giả quốc tế hiểu rõ hơn về di sản văn hóa, nghệ thuật và con người Việt Nam, tạo nền tảng để tiếp cận và truyền tải HAVH Việt Nam đến công chúng quốc tế. Báo chí đối ngoại đã mang lại sự đa dạng trong nội dung văn hóa Việt Nam. Không chỉ tập trung vào các yếu tố truyền thống như áo dài, múa rối hay ẩm thực, báo chí đối ngoại cũng đã tạo sự quan tâm đến các di sản hiện đại như điện ảnh, âm nhạc, thời trang và nghệ thuật đương đại của Việt Nam, giúp khán giả quốc tế có cái nhìn toàn diện và đa chiều về văn hóa Việt Nam. Báo chí đối ngoại đã có những nỗ lực trong việc quảng bá HAVH Việt Nam, nhờ những nỗ lực này, văn hóa Việt Nam đã thu hút sự chú ý và được công chúng thế giới. Tuy đã có sự đa dạng trong nội dung, nhưng một số khó khăn vẫn tồn tại trong việc thể hiện đầy đủ và chính xác HAVH Việt Nam qua báo chí đối ngoại. Có thể là do giới hạn thời gian, không gian hoặc ý thức về sự đa dạng của phần lớn báo chí. Điều này có thể dẫn đến việc chỉ hiển thị những khía cạnh tiêu biểu và thiên vị trong đưa tin. Dù đã có những thành tựu, nhưng báo chí đối ngoại còn chưa thực sự khai thác hết tiềm năng và cơ hội để xây dựng HAVH Việt Nam. Cần có sự tìm hiểu sâu hơn và đầu tư nhiều hơn vào việc khám phá các di sản văn hóa mới, những nghệ sĩ, nhà sáng tạo trẻ và các hoạt động văn hóa đương đại để giới thiệu đến công chúng quốc tế.

PVS 23. Trong quá trình HNQT, nội dung HAVH Việt Nam đã được đa dạng và phong phú, phản ánh sự đa dạng và sự giàu có của văn hóa Việt Nam. Từ những công trình

kiến trúc truyền thống, trang phục truyền thống, các món ăn truyền thống, đến các hoạt động nghệ thuật truyền thống, các ngôn ngữ hình ảnh được sử dụng để truyền tải thông điệp về vẻ đẹp và giá trị văn hóa của Việt Nam. Nội dung HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT tập trung vào việc tôn vinh và giữ gìn giá trị văn hóa dân tộc. Các biểu tượng và ký hiệu văn hóa truyền thống được sử dụng để thể hiện bản sắc và đặc trưng của người Việt. HAVH Việt Nam trong quá trình hội nhập cũng thể hiện sự giao lưu, hòa nhập và nhân ái. Việc kết hợp các yếu tố văn hóa phương Tây và Việt Nam đã tạo ra một không gian văn hóa đa chiều và phong cách mới. HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT đã được khai thác và xây dựng thành điểm đến du lịch, thu hút nhiều du khách quốc tế đến khám phá và trải nghiệm văn hóa đặc trưng của đất nước. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng việc xây dựng và quảng bá nội dung HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT cần được thực hiện một cách cân nhắc và tôn trọng giữa giá trị văn hóa truyền thống và sự phát triển hiện đại. Điều này giúp tạo ra một hình ảnh đa chiều, phù hợp với yêu cầu và quan tâm của khán giả quốc tế mà vẫn giữ được bản sắc và độc đáo của văn hóa Việt Nam.

PVS 24. Tôi đánh giá hình thức thể hiện HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT có nhiều ưu điểm. Trong quá trình HNQT, HAVH Việt Nam đã được thể hiện thông qua nhiều hình thức khác nhau. Các diễn viên, nghệ sĩ, nhà thiết kế, và người làm phim Việt Nam đã sáng tạo những tác phẩm nghệ thuật đa dạng như phim, âm nhạc, trang phục, triển lãm nghệ thuật và các sự kiện văn hóa. Nhờ vào sự đa dạng này, HAVH Việt Nam được truyền tải và thể hiện một cách sáng tạo và phong phú. Một điểm tích cực trong hình thức thể hiện HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là sự hài hòa giữa yếu tố truyền thống và yếu tố hiện đại, tạo ra một phong cách độc đáo và thu hút sự quan tâm của công chúng quốc tế. Hình thức thể hiện HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT đã liên tục đổi mới và sáng tạo. Các nghệ sĩ và người làm phim đã áp dụng các kỹ thuật, công nghệ và phong cách biểu diễn hiện đại để mang lại những trải nghiệm mới cho khán giả quốc tế. Điều này giúp tạo ra sự hấp dẫn và cập nhật với xu hướng quốc tế, thể hiện tinh thần giao lưu và hợp tác với các nghệ sĩ và nhà sản xuất quốc tế. Qua đó, văn hóa Việt Nam đã có cơ hội tiếp cận và truyền tải thông điệp của mình đến công chúng toàn cầu, đồng thời cũng nhận được sự ủng hộ và đánh giá tích cực từ quốc tế. Tuy nhiên thách thức trong hình thức thể hiện HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT là sự khác biệt ngôn ngữ và văn hóa. Việc truyền tải thông điệp và ý nghĩa của văn hóa Việt Nam qua các bản dịch và phiên bản quốc tế có thể gặp khó khăn và không thể truyền đạt hoàn toàn chính xác bản chất và giá trị văn hóa Việt Nam.

PVS 25. HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá trong quá trình HNQT có tác động tích cực đối với sự phát triển bền vững của đất nước trong HNQT. Trước hết, HAVH Việt Nam được quảng bá đã thu hút nguồn lưu lượng du khách quốc tế đáng kể, tạo điều kiện để phát triển ngành du lịch, tạo ra việc làm và cơ hội kinh doanh cho các ngành công nghiệp văn hóa. HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá trong quá trình HNQT cũng đã tạo ra tác động tích cực đối với ngoại giao và hợp tác quốc tế của đất nước. Việc truyền tải những giá trị văn hóa và lối sống của người Việt Nam đã góp phần xây dựng lòng tin và sự hiểu biết giữa Việt Nam và các quốc gia khác, làm tăng cơ hội hợp tác kinh tế, văn hóa, giáo dục và khoa học công nghệ giữa Việt Nam và các đối tác quốc tế.

PVS 26. HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá đã có tác động tích cực đối với cộng đồng quốc tế, góp phần đa dạng hóa văn hóa toàn cầu. HAVH Việt Nam đã mang đến một phần của văn hóa và truyền thống độc đáo cho cộng đồng quốc tế. Sự khác biệt về nghệ thuật, âm nhạc, trang phục và truyền thống đã tạo ra sự đa dạng hóa và làm phong phú thêm bức tranh văn hóa thế giới, thúc đẩy sự hiểu biết và tôn trọng văn hóa đa dạng trong cộng đồng quốc tế.

HAVH Việt Nam đã tạo ra cơ hội giao lưu và chia sẻ giữa người Việt và cộng đồng quốc tế. Qua việc truyền tải những giá trị và truyền thống văn hóa của mình, người Việt đã đóng góp vào sự kết nối và hiểu biết giữa các quốc gia, tạo ra một môi trường có lợi cho việc hợp tác và giao lưu văn hóa. Đây là một cơ hội để truyền tải thông điệp văn hóa và khám phá những giá trị đặc biệt của người Việt Nam đến cộng đồng quốc tế. HAVH Việt Nam được xây dựng và quảng bá đã giúp xây dựng lòng tin và hiểu biết giữa người Việt và cộng đồng quốc tế.

PVS 27. Dưới góc nhìn của bạn bè quốc tế, HAVH Việt Nam hiện nay được đánh giá tích cực và gây ấn tượng sâu sắc. Bạn bè quốc tế thích thú sự đa dạng và phong phú của nền văn hóa với những truyền thống, di sản văn hóa và lối sống độc đáo của người Việt Nam. Văn hóa ẩm thực Việt Nam rất được ngưỡng mộ và yêu thích bởi bạn bè quốc tế. Các món ăn phong phú, tươi ngon và đậm đà hương vị đã gây ấn tượng mạnh và trở thành một điểm nhấn trong HAVH Việt Nam, có sức hấp dẫn lớn đối với người nước ngoài.

Bạn bè quốc tế cũng đánh giá cao việc bảo tồn và gìn giữ các di sản văn hóa và truyền thống của Việt Nam. Các di tích lịch sử như Thành cổ Hội An, hoàng cung Huế, vịnh Hạ Long ...là những điểm đến hấp dẫn. Những nét đặc trưng trong nghệ thuật dân gian, áo dài, nón lá và múa rối cũng đem lại ấn tượng tích cực và sự thích thú. Sự nhiệt tình và sự chào đón của người Việt đã tạo ra một ấn tượng tích cực đối với bạn bè quốc tế, tạo

nên một môi trường thoải mái khi tiếp xúc và giao tiếp với người Việt. Ngoài những yếu tố truyền thống, bạn bè quốc tế cũng thấy ấn tượng với sự phát triển và đổi mới trong văn hóa đương đại của Việt Nam. Văn hóa âm nhạc, điện ảnh, thời trang và nghệ thuật đương đại đã được đánh giá cao và cho thấy một tầm nhìn độc đáo và tiên bộ.

PVS 28. Để tiếp tục xây dựng HAVH Việt Nam trong thời gian tới, thích ứng với môi trường truyền thông số và khoa học công nghệ phát triển rất nhanh, chúng ta có thể khai thác và sử dụng các kênh truyền thông số như mạng xã hội, website, blog và ứng dụng di động để quảng bá HAVH Việt Nam. Đây là cách tiếp cận hiệu quả để tiếp cận khán giả quốc tế, tạo sự quan tâm và tương tác. Tập trung vào tạo ra nội dung chất lượng và hấp dẫn về văn hóa Việt Nam. Nội dung có thể bao gồm video, bài viết, ảnh và câu chuyện về lịch sử, truyền thống, ẩm thực, nghệ thuật và di sản của Việt Nam. Nó cần phản ánh đầy đủ và chính xác các yếu tố văn hóa đặc trưng, và có thể gợi cảm hứng và tạo sự tò mò cho khán giả. Tận dụng công nghệ ảo và trực tuyến để mang đến trải nghiệm sống động về văn hóa Việt Nam. Đây là một cách tiếp cận mới để khám phá, tương tác và truyền tải thông điệp văn hóa một cách sáng tạo và đa chiều. Ví dụ, các tour du lịch ảo, triển lãm trực tuyến, hoặc sự kiện livestream có thể được tổ chức để mở ra cơ hội cho khán giả quốc tế khám phá văn hóa Việt Nam ngay tại nhà.

Tăng cường hợp tác quốc tế trong việc quảng bá HAVH Việt Nam, tăng cường các cuộc triển lãm, biểu diễn, trao đổi nghệ thuật, hoặc sự giao lưu giữa nghệ sĩ, nhà văn, nhà nghiên cứu văn hóa và các tổ chức văn hóa quốc tế. Qua đó, chúng ta có thể xây dựng mối quan hệ và tạo ra sự thấu hiểu và tạo lòng tin từ cộng đồng quốc tế. Tăng cường việc đào tạo và hướng dẫn cho những người làm công việc quảng bá văn hóa, như nhân viên du lịch, hướng dẫn viên, nghệ sĩ và người trong ngành truyền thông, để chắc chắn rằng thông điệp được truyền tải đúng cách và chính xác, giới thiệu một cách hiệu quả và thu hút sự quan tâm của khán giả quốc tế.

PVS 29. Thời gian qua, các chủ thể xây dựng HAVH Việt Nam dù đã có nhiều nỗ lực nhưng vẫn chưa tạo cơ chế phối hợp hiệu quả trong xây dựng và quảng bá HAVH quốc gia, chưa hiệu quả trong truyền thông nội bộ và giao tiếp liên ngành. Việc tổ chức cuộc họp, hội thảo, sự kiện giao lưu giữa các đơn vị có liên quan giúp tăng cường sự hiểu biết và sự phối hợp trong công việc nhưng lại chưa được chú trọng, vì thế chưa thiết lập cơ chế liên kết chặt chẽ để tận dụng tối đa các nguồn lực và chuyên môn của mỗi bộ, ban, ngành trong môi trường chuyển đổi số. Việc tạo ra các đề án, dự án chung hoặc cùng phối hợp trong việc tổ chức các sự kiện văn hóa, triển lãm, quảng bá giúp tăng cường sự hiệu quả và

sức mạnh của các hoạt động ngoại giao trong xây dựng HAVH Việt Nam cũng còn chưa hiệu quả.

Các Bộ, Ban, Ngành cần xây dựng một chiến lược chung để định hình HAVH Việt Nam trong quá trình HNQT. Điều này bao gồm việc nắm bắt xu hướng quốc tế, nhận diện điểm mạnh của văn hóa Việt Nam và tập trung vào các yếu tố đặc trưng để phát triển một thông điệp thống nhất và hiệu quả. Văn hóa là một yếu tố quan trọng để thu hút khách du lịch quốc tế. Do đó, các Bộ, Ban, Ngành có thể hợp tác chặt chẽ với ngành công nghiệp du lịch để xây dựng các gói tour du lịch văn hóa và tạo ra các sự kiện đa dạng và thú vị để khám phá văn hóa Việt Nam. Sự liên kết này giúp tăng cường quảng bá HAVH Việt Nam và đẩy mạnh ngành du lịch. Việc xây dựng và quảng bá HAVH Việt Nam đòi hỏi nguồn lực tài chính, do đó, các Bộ, Ban, Ngành có thể cùng nhau tìm kiếm nguồn tài chính để hỗ trợ các hoạt động này.

PVS 30. Xây dựng HAVH của một quốc gia trong quá trình HNQT là một quá trình phức tạp, có ảnh hưởng rất sâu sắc và đa chiều đến vị thế quốc gia. Trong trường hợp của Việt Nam, việc xây dựng HAVH đã được thúc đẩy thông qua nhiều hoạt động ngoại giao văn hóa và sự kiện văn hóa. Tuy nhiên thực tế 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. Trong thời gian tới, chúng ta phải nhận thức sâu sắc, đầy đủ hơn nữa về tầm quan trọng của việc xây dựng HAVH Việt Nam, tạo các điều kiện quốc tế thuận lợi cho phát triển ổn định và bền vững đất nước, đưa các quan hệ quốc tế đã được thiết lập vào chiều sâu. Thế và lực của đất nước ta hiện nay 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 như tinh thần chỉ đạo của Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII.

PL 2: MỘT SỐ HÌNH ẢNH BIỂU TƯỢNG VĂN HÓA VIỆT NAM





