Ngoại giao văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế: Vai trò của cơ quan quản lý nhà nước

Cultural diplomacy in the context of international integration: The role of state management agencies

TS. QUÁCH THỊ HUỆ
Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam
Email: quachhue9688@gmail.com

NGUYỄN THỊ XUÂN HƯƠNG
Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam
Email: xuanhuong1304ajc@gmail.com

Ngày nhận bài: 18/6/2026 Ngày phản biện: 18/9/2026 Ngày duyệt đăng: 20/9/2026

Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Khoa học xã hội và Nhân văn

Tóm tắt: *Trong dòng chảy không ngừng của quan hệ quốc tế thế kỷ XXI, tầm ảnh hưởng của quyền lực trong quan hệ quốc tế không chỉ là "quyền lực cứng" dựa trên áp chế quân sự mà bao gồm cả "quyền lực mềm". Trong bối cảnh đó, ngoại giao văn hóa ngày càng khẳng định được tầm quan trọng trong việc thúc đẩy quyền lực mềm của mỗi quốc gia, là "chìa khóa" để khẳng định độc lập, tự chủ và nâng tầm quốc gia trên trường quốc tế. Bài viết phân tích những nội dung cơ bản liên quan đến vai trò của ngoại giao văn hoá đối với sự phát triển của Việt Nam trong bối cảnh hiện nay, đánh giá thực trạng và chỉ ra những "điểm nghẽn" trong công tác quản lý nhà nước trên lĩnh vực này. Từ đó, nghiên cứu đề xuất nhóm giải pháp đột phá về hoàn thiện thể chế, đẩy mạnh chuyển đổi số toàn diện và phát triển nguồn nhân lực ngoại giao để phát huy hết tiềm năng và sức mạnh của ngoài giao văn hoá nhằm nâng tầm vị thế Việt Nam trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.*
Từ khoá: *ngoại giao văn hóa; quản lý nhà nước; vai trò; hội nhập quốc tế.*

Abstract: *In the ever-evolving international relations of the 21st century, the influence of power in international relations is no longer limited to "hard power" based on military coercion but also encompasses "soft power." In this context, cultural diplomacy is increasingly demonstrating its importance in promoting the soft power of each country, serving as a "key" to affirming national independence and autonomy and enhancing a country's position on the international stage. This article analyzes key issues concerning the role of cultural diplomacy in Vietnam's development in the current context, assesses the current situation, and identifies "bottlenecks" in state management in this field. On this basis, the study proposes a set of breakthrough solutions focusing on institutional improvement, comprehensive digital transformation, and the development of diplomatic human resources to fully harness the potential and strength of cultural diplomacy and enhance Vietnam's position in the era of national rise.*
Keywords: *cultural diplomacy; state management; role; international integration.*

1. Đặt vấn đề

Quyền lực trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay không chỉ được đo đếm bằng áp chế quân sự hay sự trừng phạt về kinh tế mà mối quan hệ giữa các quốc gia và giữa các chủ thế khác trong quan hệ quốc tế đang có sự chuyển dịch sang sự thu hút và thuyết phục, hợp tác cùng phát triển và ứng phó với những biến động toàn cầu. Đó được gọi là Quyền lực mềm, thường được hiểu là khả năng chinh phục lòng người thông qua các hệ giá trị văn hóa, tư tưởng và chính sách nhân văn hay tinh thần hợp tác cùng phát triển thông qua thấu hiểu. Ngoại giao văn hoá là một trong những phương thức của ngoại giao quyền lực mềm. Theo đó, văn hóa không còn là yếu tố bổ trợ mà trở thành nguồn lực nội sinh cốt yếu và vũ khí chiến lược để khẳng định ảnh hưởng quốc gia trên trường quốc tế.

Việt Nam đang bước vào kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, một bước ngoặt lịch sử quan trọng của đất nước thời kỳ mới. Sau 40 năm đổi mới, cơ đồ,

tiềm lực, vị thế và uy tín của đất nước trên trường quốc tế đã được nâng lên tầm cao mới. Do đó, hội nhập quốc tế giai đoạn hiện nay đối với nước ta không chỉ trên lĩnh vực kinh tế, thương mại thuần túy mà còn là hội nhập quyền lực mềm thông qua văn hoá và giao lưu nhân dân.

Trong bối cảnh đó, ngoại giao văn hóa trở thành yêu cầu cấp thiết hơn bao giờ hết. Đối với Việt Nam, ngoại giao văn hóa đóng vai trò là "chất kết dính" chiến lược, giúp bồi đắp lòng tin và làm sâu sắc thêm các quan hệ đối ngoại. Văn hóa có ưu thế về tính mềm dẻo. Nó dễ thẩm thấu và có khả năng vượt qua rào cản về ngôn ngữ hay thể chế chính trị. Bằng nghệ thuật "ngoại giao tâm công", Việt Nam có thể biến sự thấu hiểu thành lòng tin chiến lược với các đối tác toàn cầu.

Hơn thế nữa, ngoại giao văn hóa chính là lớp "an ninh mềm" cho quốc gia, tăng cường sức mạnh nội sinh để bảo vệ thể chế chính trị và bản sắc dân tộc trong không gian biểu tượng. Thông qua việc quảng bá di sản, hình ảnh đất nước và con người, càng khẳng định sự tự chủ và độc lập. Có thể khẳng định ngoại giao văn hóa là phương thức "bảo vệ từ xa" các lợi ích quốc gia - dân tộc trên mặt trận thông tin quốc tế.

Đặc biệt, ngoại giao văn hóa còn là động lực mạnh mẽ cho phát triển kinh tế - xã hội. Sức mạnh mềm văn hóa tạo ra lực hút tự nhiên đối với đầu tư, nhân tài và khách du lịch. Nó trực tiếp thúc đẩy ngành công nghiệp văn hóa và kinh tế sáng tạo phát triển. Mục tiêu đưa các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP vào năm 2030 là một khát vọng chiến lược (Quyết định số 2486/QĐ-TTg, 2025). Ngoại giao văn hóa biến di sản thành tài sản, biến danh hiệu quốc tế thành nguồn lực phát triển bền vững cho các địa phương.

Tuy nhiên, để sức mạnh của ngoại giao văn hóa thực sự tỏa sáng, vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước là nhân tố quyết định. Nhà nước là chủ thể hoạch định chiến lược và kiến tạo thể chế. Các cơ quan quản lý giữ vai trò "nhạc trưởng" điều phối các nguồn lực công và xã hội. Thực tiễn cho thấy, bên cạnh những thành tựu rực rỡ, công tác quản lý nhà nước vẫn còn những "điểm nghẽn". Cơ chế phối hợp liên ngành đôi khi còn chồng chéo. Việc phân bổ nguồn lực và đầu tư tài chính cho văn hóa còn thấp và dàn trải. Công tác chuyển đổi số trong ngoại giao văn hóa vẫn chưa đồng bộ và mang tính hệ thống.

Kỷ nguyên mới đòi hỏi những tư duy quản trị mới. Chúng ta cần chuyển dịch từ "đếm sự kiện" sang "đo tác động" thực chất. Chúng ta cần một đội ngũ cán bộ ngoại giao "lưỡng năng", giỏi cả nghiệp vụ lẫn am hiểu sâu sắc văn hóa dân tộc. Việc huy động sức mạnh của hơn 6 triệu kiều bào - những "đại sứ văn hóa" không quốc kỳ - là một nguồn tài nguyên chiến lược cần được khai phá bài bản.

Từ những yêu cầu cấp bách nêu trên, bài nghiên cứu này sẽ phân tích làm rõ vai trò và thực trạng của các cơ quan quản lý nhà nước trong thúc đẩy ngoại giao văn hóa, những thành tựu đã đạt được và những hạn chế đang cản trở sức bật của sức mạnh mềm Việt Nam. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất lộ trình và các giải pháp đột phá nhằm nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đến năm 2030. Mục đích cuối cùng là biến văn hóa thành nguồn lực phát triển đất nước phồn vinh và hạnh phúc. Đồng thời, định vị Việt Nam là một quốc gia tự chủ, tin cậy và có trách nhiệm, đóng góp xứng đáng vào dòng chảy văn minh của nhân loại trong kỷ nguyên số.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu, kết hợp phân tích, tổng hợp những nội dung cơ bản liên quan đến vai trò của ngoại giao văn hoá đối với sự phát triển của Việt Nam trong bối cảnh hiện nay. Nguồn tư liệu gồm các Nghị quyết, văn kiện của Đảng về phát huy vai trò ngoại giao văn hóa.

Trên cơ sở các nguồn tư liệu được lựa chọn, bài viết phân tích những nội dung cơ bản liên quan đến vai trò của ngoại giao văn hoá đối với sự phát triển của Việt Nam trong bối cảnh hiện nay, đánh giá thực trạng và chỉ ra những "điểm nghẽn" trong công tác quản lý nhà nước trên lĩnh vực này. Từ sđó, nghiên cứu đề xuất nhóm giải pháp đột phá về hoàn thiện thể chế, đẩy mạnh chuyển đổi số toàn diện và phát triển nguồn nhân lực ngoại giao để phát huy hết tiềm năng và sức mạnh của ngoài giao văn hoá nhằm nâng tầm vị thế Việt Nam trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước trong thúc đẩy ngoại giao văn hóa trong bối cảnh mới

Sự chủ động và định hướng của Nhà nước là nhân tố quyết định để ngoại giao văn hóa phát huy hiệu quả. Các cơ quan quản lý giữ vai trò chủ thể hoạch định, kiến tạo thể chế và điều phối các nguồn lực.

Bộ Ngoại giao giữ vai trò trung tâm, là cơ quan đầu mối tham mưu chiến lược. Bộ thực hiện điều phối liên ngành theo mô hình "một nhạc trưởng - nhiều dàn nhạc". Chức năng chính là bảo đảm sự thống nhất giữa ngoại giao văn hóa với đường lối đối ngoại chung của Đảng và Nhà nước. Bộ chủ trì xây dựng các chương trình mang tính biểu tượng như "Tuần/Ngày Việt Nam tại nước ngoài" tại các đối tác chiến lược và toàn diện. Đồng thời, Bộ Ngoại giao trực tiếp vận động tôn vinh các danh nhân văn hóa Việt Nam và ghi danh các di sản tại UNESCO. Đây là bước đi chiến lược nhằm kiến tạo "vốn biểu tượng" quốc gia trên trường quốc tế (Khánh Minh, 2024).

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quản trị chuyên môn di sản và thiết chế văn hóa. Bộ phối hợp chặt chẽ với Bộ Ngoại giao để triển khai các chương trình quảng bá quốc gia và phát triển công nghiệp văn hóa. Bộ có vai trò nòng cốt trong việc vận hành các Trung tâm văn hóa Việt Nam ở nước ngoài. Chỉ tính từ giai đoạn sau đại dịch, Bộ đã tổ chức thành công hàng chục Tuần văn hóa và Lễ hội văn hóa quy mô lớn. Bộ cũng chịu trách nhiệm đàm phán và ký kết các thỏa thuận hợp tác quốc tế chuyên ngành về văn hóa. Thông qua việc lồng ghép di sản với phát triển du lịch, Bộ biến các danh hiệu quốc tế thành nguồn lực kinh tế thực chất (Lê Phương Nga, 2025).

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch kiến tạo hệ sinh thái truyền thông số. Vai trò trọng tâm là định hướng nội dung thông tin đối ngoại và quản lý báo chí trên các nền tảng xuyên biên giới. Bộ chịu trách nhiệm xây dựng các kho dữ liệu số về di sản và phát triển các sản phẩm truyền thông đa phương tiện. Việc ứng dụng công nghệ thực tế ảo (VR/AR) giúp di sản Việt Nam tiếp cận trực diện với "công dân số" toàn cầu. Bộ cũng xây dựng các cơ chế để lan tỏa thông tin đa ngôn ngữ, quảng bá hình ảnh đất nước trên các "đại lộ thông tin" quốc tế (Trung tâm Truyền thông KH&CN 2025, 2026).

Ban Tuyên giáo Dân vận Trung ương định hướng tư tưởng và nội dung đối ngoại. Ban bảo đảm sự thống nhất giữa mục tiêu ngoại giao với công tác tư tưởng và văn hóa của Đảng. Trong môi trường thông tin phức tạp, Ban giữ vai trò bảo vệ nền tảng tư tưởng và giữ gìn bản sắc dân tộc. Ban chủ trì các giải thưởng quảng bá hình ảnh đất nước để khuyến khích sự sáng tạo trong cộng đồng. Vai trò này bảo đảm tính nhất quán và ổn định của các thông điệp văn hóa Việt Nam khi ra thế giới.

Chính quyền địa phương là chủ thể triển khai trực tiếp công tác ngoại giao văn hóa tại cơ sở. Các địa phương tận dụng không gian văn hóa đặc thù để quảng bá lợi ích vùng miền gắn với thương hiệu quốc gia. Nhiều tỉnh thành đã chủ động lồng ghép ngoại giao văn hóa vào các hoạt động xúc tiến đầu tư và du lịch. Vai trò của địa phương giúp ngoại giao văn hóa trở nên sống động và gắn liền với sinh kế của cộng đồng. Trong bối cảnh tổ chức chính quyền địa phương được tinh gọn theo mô hình hai cấp, bộ máy quản lý ngày càng gần dân, sát dân và tăng cường tương tác trực tiếp với cộng đồng. Điều này tạo điều kiện thuận lợi để nắm bắt nhu cầu, phát huy sáng kiến từ cơ sở và huy động sự tham gia của người dân vào các hoạt động văn hóa đối ngoại. Qua đó, vai trò của chính quyền địa phương trong thúc đẩy ngoại giao văn hóa được củng cố và phát huy hiệu quả hơn, góp phần nâng cao tính thực chất và bền vững của hoạt động này.

3.2. Đánh giá thực trạng và giải pháp đối với điểm nghẽn trong công tác quản lý nhà nước về ngoại giao văn hóa

- Về thành tựu

Thứ nhất, khung chính sách và chiến lược về ngoại giao văn hóa từng bước được hoàn thiện, tạo cơ sở định hướng cho triển khai hoạt động trong thực tiễn. Việc ban hành và triển khai các chiến lược, chương trình liên quan đã góp phần làm rõ vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước, đồng thời tạo khuôn khổ để lồng ghép ngoại giao văn hóa vào các lĩnh vực đối ngoại khác.

Thứ hai, hoạt động quảng bá các giá trị văn hóa, di sản và con người Việt Nam được đẩy mạnh với nội dung và hình thức ngày càng đa dạng. Các giá trị văn hóa truyền thống, di sản được ghi danh quốc tế, cùng với hình ảnh con người Việt Nam năng động, hội nhập, từng bước được giới thiệu và lan tỏa thông qua nhiều kênh và không gian khác nhau. Điều này góp

phần nâng cao mức độ nhận diện và hiểu biết của cộng đồng quốc tế về Việt Nam trong bối cảnh giao lưu và cạnh tranh văn hóa ngày càng gia tăng.

Thứ ba, sự phối hợp giữa các bộ, ngành và địa phương trong tổ chức hoạt động ngoại giao văn hóa có những chuyển biến tích cực. Ngoại giao văn hóa không còn là lĩnh vực triển khai đơn lẻ mà ngày càng thể hiện tính liên ngành, gắn kết giữa quản lý đối ngoại, quản lý văn hóa, truyền thông và hoạt động của chính quyền địa phương. Sự tham gia của nhiều chủ thể đã góp phần mở rộng phạm vi và phương thức triển khai ngoại giao văn hóa.

Thứ tư, những kết quả đạt được trong hoạt động ngoại giao văn hóa đã góp phần nâng cao vị thế, uy tín và hình ảnh Việt Nam trên trường quốc tế. Việc quảng bá hiệu quả các giá trị văn hóa, lịch sử và bản sắc dân tộc không chỉ gia tăng mức độ hiện diện và sức hấp dẫn của Việt Nam trên trường quốc tế, mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng hợp tác đối ngoại trên các lĩnh vực chính trị, kinh tế và xã hội.

- Về hạn chế

Trước hết, cơ chế phối hợp liên ngành trong triển khai ngoại giao văn hóa chưa thật sự đồng bộ và hiệu quả. Mặc dù có sự tham gia của nhiều bộ, ngành và địa phương, song việc phân công chức năng, nhiệm vụ trong một số trường hợp còn chưa rõ ràng, dẫn đến tình trạng phối hợp chưa chặt chẽ, và chưa phát huy hết vai trò của từng chủ thể.

Thứ hai, nội dung và phương thức triển khai ngoại giao văn hóa còn mang tính dàn trải, chưa hình thành được những điểm nhấn rõ nét. Hoạt động ngoại giao văn hóa trong nhiều trường hợp vẫn thiên về chiều rộng, chưa tập trung đủ vào những giá trị cốt lõi và thông điệp chiến lược về hình ảnh quốc gia. Đổi mới trong phương thức triển khai còn chậm, chưa theo kịp những biến đổi nhanh chóng của môi trường truyền thông và giao lưu văn hóa trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập sâu rộng.

Thứ ba, nguồn lực dành cho ngoại giao văn hóa vẫn còn hạn chế. Đội ngũ cán bộ chuyên trách về ngoại giao văn hóa chưa đồng đều về số lượng và năng lực chuyên môn; nguồn kinh phí dành cho lĩnh vực ngoại giao văn hóa tương đối thấp trong tổng chi ngân sách (Lê Thanh Bình, 2021); việc ứng dụng công nghệ và nền tảng số trong triển khai ngoại giao văn hóa chưa tương xứng với yêu cầu thực tiễn.

- Nguyên nhân

Trước hết, nhận thức về vai trò và vị trí của ngoại giao văn hóa chưa thật sự đồng đều giữa các cấp, các ngành, dẫn đến mức độ ưu tiên và đầu tư khác nhau. Bên cạnh đó, cơ chế quản lý nhà nước về ngoại giao văn hóa chưa được tổ chức theo hướng thống nhất và chuyên nghiệp, trong khi bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh □sức mạnh mềm□ngày càng gay gắt đã tạo ra nhiều thách thức mới đối với việc triển khai hoạt động này.

- Giải pháp

Để tạo đà cho Ngoại giao văn hoá bứt phá vai trò trong kỷ nguyên mới, cần thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp đột phá.

Một là, hoàn thiện thể chế là ưu tiên hàng đầu. Cần đồng bộ hóa các chính sách văn hóa với chiến lược phát triển kinh tế và đối ngoại. Sớm ban hành và triển khai đồng bộ hệ giá trị quốc gia và chuẩn mực con người Việt Nam làm nền tảng cho các thông điệp đối ngoại. Cần luật hóa các cơ chế tài chính đặc thù, khuyến khích doanh nghiệp tham gia đồng sản xuất nội dung văn hóa.

Hai là, đổi mới cơ chế phối hợp liên ngành. Phân định rành mạch chức năng: Bộ Ngoại giao chủ trì điều phối tổng thể và lồng ghép văn hóa vào các nghị trình cấp cao; Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quản trị chuyên môn di sản và thiết chế. Tăng cường vai trò và trách nhiệm của người đứng đầu các cấp trong việc thực hiện nhiệm vụ văn hóa.

Ba là, đẩy mạnh chuyển đổi số toàn diện công tác ngoại giao văn hóa. Xây dựng kho dữ liệu văn hóa dùng chung và các □hub□đa phương tiện tại các cơ quan đại diện ở nước ngoài. Ứng dụng công nghệ thực tế ảo để du khách quốc tế có thể trải nghiệm Việt Nam ngay tại các kinh đô văn hóa thế giới. Chuyển đổi số phải trở thành lớp □an ninh mềm□bảo vệ chủ quyền văn hóa trên mạng.

Bốn là, phát triển nguồn nhân lực chiến lược và huy động sức mạnh kiều bào. Đào tạo đội ngũ cán bộ ngoại giao □lưỡng năng□, giỏi nghiệp vụ đối ngoại và am hiểu sâu sắc văn hóa dân tộc. Coi hơn 6 triệu kiều bào là nguồn tài nguyên chiến lược, là những □đại sứ văn hóa không quốc kỳ□. Triển khai các ứng dụng kết nối để kiều bào chủ động tham gia quảng bá bản sắc

Việt Nam.

Năm là, phát triển công nghiệp văn hóa gắn với thương hiệu quốc gia. Đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp văn hóa có sức cạnh tranh toàn cầu. Gắn kết di sản với chuỗi giá trị du lịch và thương mại bền vững. Tích cực học hỏi kinh nghiệm quốc tế đặc biệt là từ các quốc gia đi đầu trong lĩnh vực này như Hàn quốc, Trung quốc... và áp dụng sáng tạo vào điều kiện thực tiễn tại Việt Nam, đi tắt đón đầu, linh hoạt hiệu quả trong điều chỉnh quản lý hoạt động ngoại giao văn hoá. Mục tiêu đưa công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP vào năm 2030 phải được cụ thể hóa bằng các gói ưu đãi thuế và đất đai cho doanh nghiệp đổi mới sáng tạo.

4. Kết luận

Cần khẳng định, ngoại giao văn hóa là "chìa khóa" để Việt Nam chuyển dịch vị thế từ người tham gia sang người kiến tạo chuẩn mực. Với sự kết hợp giữa giá trị truyền thống và công nghệ hiện đại, chúng ta sẽ khẳng định hình ảnh một quốc gia tự chủ, tin cậy và có trách nhiệm trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, ngoại giao văn hóa không còn là một hoạt động bổ trợ thuần túy mà đã vươn lên trở thành một bộ phận cốt yếu, một "vũ khí chiến lược" sắc bén trong chính sách đối ngoại toàn diện, hiện đại của Việt Nam. Trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, ngoại giao văn hóa đóng vai trò là then chốt để Việt Nam thực hiện cuộc dịch chuyển vị thế vĩ mô: Từ một quốc gia "tham gia" tích cực các định chế quốc tế sang vị thế một "người kiến tạo chuẩn mực" (standard-setter) tại các diễn đàn đa phương quan trọng như UNESCO và ASEAN. Việc tích lũy "vốn biểu tượng" thông qua các danh hiệu di sản và vinh danh danh nhân văn hóa đã trực tiếp định vị lại thương hiệu quốc gia, khẳng định một Việt Nam tự chủ chiến lược, tin cậy và có trách nhiệm trên trường quốc tế.

Thực tiễn chứng minh rằng, vai trò chủ động, định hướng và điều phối của các cơ quan quản lý nhà nước chính là nhân tố quyết định hiệu năng của sức mạnh mềm quốc gia. Nhà nước không chỉ là chủ thể kiến tạo thể chế, tháo gỡ những "điểm nghẽn" về nguồn lực mà còn giữ vai trò "nhạc trưởng" điều phối liên ngành để chuyển hóa các giá trị bản sắc thành sức mạnh nội sinh và động lực phát triển kinh tế - xã hội bền vững. Sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa các giá trị hòa hiếu truyền thống với phương thức truyền thông số hiện đại sẽ tạo ra lớp "an ninh mềm" vững chắc, bảo vệ lợi ích quốc gia - dân tộc từ sớm, từ xa.

Hành trình bứt phá của ngoại giao văn hóa đến năm 2030 và tầm nhìn 2045 không nằm ngoài mục tiêu tối thượng là phục vụ khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, văn minh và hạnh phúc. Với sự lãnh đạo thống nhất của Đảng và sự quản lý tập trung, nhạy bén của Nhà nước, văn hóa Việt Nam sẽ thực sự "soi đường cho quốc dân đi", trở thành nền tảng tinh thần vững chắc để dân tộc sánh vai với các cường quốc năm châu trong kỷ nguyên hội nhập số./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Ngoại giao. (1995). Hội nhập quốc tế và giữ vững bản sắc. Nxb. Chính trị quốc gia, tr.18.

2. Khánh Minh. (2024). "Vinh Quang Việt Nam 2024: Ngọn cờ đầu trong chiến lược ngoại giao văn hóa của Việt Nam", Báo Lao động, https://laodong.vn/thoi-su/vinh-quang-viet-nam-2024-ngon-co-dau-trong-chien-luoc-ngoai-giao-van-hoa-cua-viet-nam-1339124.ldo, ngày 13-5-2024

3. Lê Thanh Bình. (2021). "Giao lưu văn hoá thế giới trong chiến lược phát triển văn hoá của Việt Nam", Tạp chí Cộng sản https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/van_hoa_xa_hoi/-/2018/823661/view_content, ngày 15-7-2021

4. Lê Phương Nga. (2025). Văn hóa đối ngoại "điểm sáng trong phong trào thi đua yêu nước của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. https://icd.gov.vn/van-hoa-doi-ngoai-diem-sang-trong-phong-trao-thi-dua-yeu-nuoc-cua-bo-van-hoa-the-thao-va-du-lich/?utm_source

5. Trung tâm Truyền thông KH&CN. (2026). Thiết lập hệ sinh thái truyền thông số toàn diện quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới. https://mst.gov.vn/thiet-lap-he-sinh-thai-truyen-thong-so-toan-dien-quang-ba-hinh-anh-viet-nam-ra-the-gioi-197260205165329392.htm

6. Trung tâm Truyền thông KH&CN. (2025). Ứng dụng khoa học, công nghệ và chuyển đổi số trong lĩnh vực di sản văn hóa. https://mst.gov.vn/ung-dung-khoa-hoc-cong-nghe-va-chuyen-doi-so-trong-linh-vuc-di-san-van-hoa-197251211135411017.htm

7. Quyết định Phê duyệt chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (Số 2486/QĐ-TTg, 2025). Thủ tướng Chính phủ. https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2025/11/2486-ttg.signed.pdf