TẠP CHÍ KHOA HỌC
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM TP HỒ CHÍ MINH
Tập 18, Số 10 (2021): 1819-1827
ISSN: 2734-9918
HO CHI MINH CITY UNIVERSITY OF EDUCATION
JOURNAL OF SCIENCE
Vol. 18, No. 10 (2021): 1819-1827
Website: *http://journal.hcmue.edu.vn*

Bài báo nghiên cứu

SỨC MẠNH MỀM CỦA ẤN ĐỘ TRONG HAI THẬP NIÊN ĐẦU THẾ KỈ XXI VÀ GỢI Ý KINH NGHIỆM ĐỐI VỚI VỚI VIỆT NAM

***Nguyễn Cảnh Huệ*[1], *Hồ Ngọc Diễm Thanh*[2*]**

[1]*Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam*

[2]*Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam*

[*]*Tác giả liên hệ: Hồ Ngọc Diễm Thanh – Email: thanhhnd@hcmue.edu.vn*

Ngày nhận bài: 11-02-2020; ngày nhận bài sửa: 19-3-2020; ngày duyệt đăng: 21-10-2021

TÓM TẮT

Bài viết trình bày khái quát về quá trình triển khai sức mạnh mềm của Ấn Độ trong những năm đầu thế kỉ XXI bằng các phương pháp nghiên cứu dùng trong quan hệ quốc tế. Kết quả nghiên cứu cho thấy Ấn Độ đã tạo hiệu quả rõ nét trong việc xây dựng và phát triển sức mạnh mềm qua nhiều hình thức triển khai: ngoại giao chính trị, ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa, ngoại giao khoa học công nghệ, ngoại giao công chúng và ngoại giao Cricket. Tất cả các hoạt động và phương pháp triển khai trên đã được Ấn Độ tiến hành rất linh hoạt với nhiều hình thức đa dạng nhằm biến Ấn Độ trở thành một cường quốc hấp dẫn nhờ sức mạnh mềm, có thể cạnh tranh với Mĩ và Trung Quốc; từ đó, Việt Nam có thể rút ra một vài kinh nghiệm đáng chú ý để tham khảo, vận dụng. Đồng thời, bài viết đưa ra một số kiến nghị nhằm xây dựng và phát triển sức mạnh mềm của đất nước.

Từ khóa: sức mạnh mềm của Ấn Độ; sức mạnh mềm; sức mạnh mềm của Việt Nam

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, nhằm tăng ảnh hưởng sức mạnh trong quan hệ quốc tế, các nước lớn đều chú ý đến sức mạnh mềm. Trên thực tế, sức mạnh mềm đã được nhiều nước sử dụng trong chính sách đối ngoại của mình, điển hình là Hoa Kì, Pháp, Trung Quốc, Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc… Nhận thấy được tầm quan trọng đó, nhiều quốc gia ở châu Á đã và đang ráo riết xây dựng, tăng cường sức mạnh mềm cho riêng mình. Singapore, một nước nhỏ bé cũng đã rất thành công với thương hiệu "thành phố tốt nhất trên thế giới để sống và làm việc". Có thể chưa từng đặt chân tới Hàn Quốc nhưng nhiều người Việt Nam biết đến vùng đất này với những địa danh, những món ăn truyền thống, những sản phẩm nổi tiếng,

Cite this article as: Nguyen Canh Hue, & Ho Ngoc Diem Thanh (2021). India's soft power in the first two decades of the twenty-first century-lesson learnt and recommendations for Vietnam. *Ho Chi Minh City University of Education Journal of Science, 18*(10), 1819-1827.

phim ảnh. Làn sóng phim Hàn Quốc đã tạo sự lan tỏa văn hóa của đất nước này tới nhiều quốc gia châu Á. Đó chính là quyền lực mềm của xứ Cao Ly.

Trong những năm đầu thế kỉ XXI, hình ảnh quốc gia Ấn Độ ngày càng phổ biến và hấp dẫn đối với thế giới, uy tín quốc tế của Ấn Độ ngày càng được phát huy khi các lợi ích chiến lược của họ mở rộng khắp châu Á – Thái Bình Dương và xa hơn nữa. Tất cả đã biến Ấn Độ trở thành cường quốc hấp dẫn nhờ sức mạnh mềm khi mà quyền lực mềm đang thực sự trở thành một nhân tố không thể thiếu để nâng cao vị thế và ảnh hưởng của quốc gia trong giai đoạn hiện nay. Những hạn chế là điều không thể tránh khỏi nhưng phải thừa nhận rằng, Ấn Độ đã thành công trong việc tạo nên sức hấp dẫn cho riêng mình. Việt Nam có thể tham khảo, vận dụng một số kinh nghiệm từ Ấn Độ nhằm xây dựng và phát triển sức mạnh mềm của đất nước.

2. Giải quyết vấn đề

2.1. Khái quát về quá trình triển khai sức mạnh mềm của Ấn Độ trong những năm đầu thế kỉ XXI

Cùng với xu thế chú trọng sức mạnh mềm trên toàn thế giới trong những năm đầu của thế kỉ XXI, Ấn Độ cũng đã và đang ra sức thể hiện và thực hiện sức mạnh mềm cho riêng mình. Sau đây là một số hoạt động tiêu biểu:

2.1.1. Trong ngoại giao chính trị

Kế tục chính sách đối ngoại tích cực, yêu hòa bình từ trước; bước sang hai thập niên đầu đầu thế kỉ XXI, Ấn Độ thi hành chính sách ngoại giao hòa bình, tích cực, có trách nhiệm; đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ quốc tế; chủ trương giải quyết các mâu thuẫn, tranh chấp bằng phương pháp hòa bình. Chẳng hạn, với vấn đề biển Đông, cùng quan điểm với Việt Nam, Ấn Độ khẳng định tầm quan trọng của việc duy trì hòa bình, ổn định, an ninh, an toàn và tự do hàng hải và hàng không, giải quyết hòa bình các tranh chấp dựa trên luật pháp quốc tế, nhất là Công ước Liên Hợp Quốc về Luật Biển (UNCLOS) 1982, nhấn mạnh UNCLOS là khuôn khổ pháp lí điều chỉnh mọi hoạt động trên biển và đại dương, đồng thời kêu gọi các bên thực hiện đầy đủ và hiệu quả Tuyên bố về ứng xử của các bên ở Biển Đông (DOC) và sớm hoàn tất Bộ quy tắc ứng xử ở Biển Đông (COC) thực chất và hiệu quả, phù hợp với luật pháp quốc tế, đặc biệt là UNCLOS (Ministry of Foreign Affairs, 2020).

Với quan điểm đó, Ấn Độ không chỉ góp phần tích cực vào việc duy trì, bảo vệ hòa bình ở khu vực và trên toàn thế giới mà còn phát huy sức mạnh mềm, nâng cao uy tín của mình trong cộng đồng quốc tế.

2.1.2. Trong ngoại giao kinh tế

Ấn Độ được đánh giá là một mạnh thường quân quốc tế - một nhà tài trợ đang nổi lên từ đầu thế kỉ XXI. Nếu như trong bốn thập kỉ (từ 1951 đến 1992), Ấn Độ là một trong những quốc gia lớn nhất nhận viện trợ từ nước ngoài với tổng cộng gần 55 tỉ USD, thì vào giữa thập niên đầu của thế kỉ XXI, Ấn Độ đã nổi lên như là nhà tài trợ về kinh tế cho các

nước đang phát triển khác (Bajpai, 2015). Vì vị thế trên trường quốc tế ngày càng tăng nên chính phủ Ấn Độ đã không chỉ gia tăng viện trợ cho các nước trong khu vực Nam Á mà còn cho các nước đang phát triển ở các châu lục khác, chẳng hạn châu Phi. Từ Hội nghị cấp cao Ấn Độ – châu Phi lần thứ nhất diễn ra vào năm 2008 đến nay, Ấn Độ đã cung cấp 7,4 tỉ USD tín dụng cho châu Phi (Bajpai, 2015). Viện trợ nước ngoài của Ấn Độ đã tăng gấp ba lần trong thập kỉ qua và vào năm 2011 Ấn Độ đã giải ngân hơn 1,5 tỉ USD, trở thành một trong những nhà tài trợ lớn trên thế giới (Bajpai, 2015).

Ngoài ra, với Chương trình Hợp tác Kinh tế và Kĩ thuật của Ấn Độ (ITEC), các chương trình tương tự như Hỗ trợ khối Thịnh vượng chung đặc biệt dành cho châu Phi (SCAAP) và Đề án hợp tác kĩ thuật theo kế hoạch Colombo (TCS of Colombo Plan), Ấn Độ đã hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực cũng như viện trợ nhân đạo cho các nước đang phát triển của châu Á, châu Phi và Mĩ Latin. Trong thập kỉ qua, tỉ lệ viện trợ các nước khác của Ấn Độ đã tăng từ 10-20% (Bajpai, 2015). Chính những hành động cứu trợ nhân đạo ấy cho thấy rằng, Ấn Độ muốn được công nhận như là một thế lực mới trỗi dậy. Những viện trợ của Ấn Độ không chỉ giúp đỡ và thúc đẩy sự phát triển của các nước chịu ảnh hưởng từ thiên tai, mà còn đảm bảo cho nguồn cung tài nguyên của Ấn Độ, tìm kiếm thêm thị trường, và xây nên các mục tiêu lớn lao hơn, Ấn Độ đang học tập các chính sách của những nước đang phát triển.

2.1.3. Trong ngoại giao văn hóa

Là một trong những cái nôi của nền văn minh thế giới thời kì cổ-trung đại, Ấn Độ – với một bề dày về văn hóa và lịch sử ngày càng có ảnh hưởng sâu rộng tới các nước ở khu vực và trên toàn thế giới. Chính phủ Ấn đang tích cực xuất khẩu nội dung văn hóa của đất nước họ. Bollywood chính là xưởng phim lớn nhất thế giới trên phương diện số lượng sản xuất và lượt người xem: mỗi năm lại nhiều hơn cả tỉ người xếp hàng mua vé để xem phim Bollywood hơn là phim Hollywood (CPD, 2014, p.9). Ngày nay, cứ mỗi năm, Ấn Độ sản xuất hơn 1000 bộ phim nói tiếng Hindi và các ngôn ngữ khác, nhiều hơn hẳn lượng phim của Hollywood sản xuất (Thussu, 2013, p.78). Hàng ngày, có 14 triệu người Ấn Độ xem các bộ phim của Bollywood. Hơn thế nữa, những bộ phim của Bollywood được khán giả trên 70 quốc gia theo dõi (CPD, 2014, p.9). Ở nhiều quốc gia Trung Đông và châu Phi, phim Ấn được lồng tiếng hoặc chiếu bằng ngôn ngữ địa phương có kèm phụ đề. Là nước sản xuất số lượng phim hàng năm cao nhất thế giới cũng như thường xuyên tổ chức các chương trình trao đổi văn hóa với các quốc gia trong khu vực đã tạo tiền đề quảng bá văn hóa của quốc gia này đến với thế giới.

Ấn Độ đặc biệt chú trọng đến việc quảng bá Phật giáo bằng việc tổ chức các buổi hội thảo nghiên cứu về Phật giáo và các tour du lịch hành hương, các website nói về Phật giáo, xây dựng chùa chiền, trưng bày thánh vật... Thông qua các hoạt động "ngoại giao Phật giáo", Ấn Độ hi vọng có thể kết nối với người dân ở các khu vực có ảnh hưởng truyền thống của Ấn Độ trong lịch sử như Nam Á, Đông Á. Vì thế, ngoại giao Phật giáo là một

công cụ hiệu quả trong việc triển khai sức mạnh mềm của Ấn Độ đối với các khu vực kể trên. Tầm quan trọng của Phật giáo trong nguồn lực sức mạnh mềm của quốc gia càng được khẳng định trong bài phát biểu của Thủ tướng Modi: "Người ta nói rằng thế kỉ XXI sẽ là thế kỉ của châu Á và không có tranh cãi gì về điều này... Nếu không có Đức Phật thì thế kỉ này sẽ không thể là thế kỉ của châu Á" (Pethiyagoda, 2015).

Thông qua các chính sách và các hoạt động ngoại giao, Thủ tướng Narendra Modi đã nỗ lực không ngừng để mang đến thế giới hình ảnh về một đất nước Ấn Độ – một "người chơi" mang tầm quốc tế cũng như cố gắng tái khẳng định thương hiệu Ấn Độ với một truyền thống về triết học và tôn giáo lâu đời thông qua các chính sách đối ngoại. Với mục đích này, Yoga trở thành phương tiện nhằm thúc đẩy hình ảnh về một nhà lãnh đạo tinh thần mang tính toàn cầu, một Vishwa Guru hay một "Guru" (nhà lãnh đạo/ bậc thầy tôn giáo) của thế giới. Tháng 9 năm 2014, trong Đại hội đồng Liên Hợp Quốc, với mục tiêu biến Yoga thành một hiện tượng toàn cầu, Thủ tướng Modi đã phát biểu rằng "Yoga là một món quà của Ấn Độ cho thế giới" (Pethiyagoda, 2015). Và ông đã thực hiện thành công cuộc vận động nhằm đưa ngày 21/6 trở thành ngày Quốc tế Yoga.

2.1.4. Trong ngoại giao khoa học – công nghệ

Ấn Độ có nền khoa học và công nghệ phát triển. Đây là nơi sản sinh ra nhiều cuộc "cách mạng" quan trọng mà khoa học và công nghệ đóng vai trò then chốt. Đó là "Cách mạng xanh" – đã đưa Ấn Độ từ một nước đói triền miên lên một nước dư thừa lương thực, cho vay và xuất khẩu, "Cách mạng trắng" – biến Ấn Độ thành một nước sản xuất sữa lớn nhất thế giới, và "Cách mạng chất xám" – Ấn Độ đã trở thành siêu cường trên thế giới về phần mềm máy tính, là một trong những nước hàng đầu về xuất khẩu phần mềm lớn nhất thế giới. Nếu như vào đầu những năm 90 của thế kỉ XX, khi cuộc cải cách kinh tế Ấn Độ bắt đầu, xuất khẩu phần mềm chỉ đạt 0,131 tỉ USD thì đến năm tài khóa 2014-2015, xuất khẩu phần mềm đạt 74,80 tỉ USD, tức sau 24 năm đã tăng khoảng 74 tỉ USD (Heeks, 2015).

Dịch vụ BPO (Business Process Outsourcing) đang trở thành xu thế tất yếu và vô cùng cần thiết đối với các tổ chức, doanh nghiệp trên thế giới bởi BPO diễn ra trong nhiều lĩnh vực và khác với những dịch vụ khác ở chỗ BPO đưa công nghệ mới vào thực hiện hoặc áp dụng công nghệ hiện có theo một cách mới để cải thiện một quy trình kinh doanh. BPO là một trong những phân khúc phát triển nhanh nhất của ngành dịch vụ có sử dụng công nghệ thông tin và Ấn Độ đang là một trong những điểm đến ưa thích nhất trong loại hình dịch vụ này. Ấn Độ đã tạo được một thương hiệu dịch vụ theo cách riêng của mình. Ngành này không chỉ tăng trưởng rất nhanh mà còn phát triển thành một chuỗi giá trị. Phần lớn các tập đoàn thuộc danh sách của Fortune 500 và Global 2000 đều nhằm vào Ấn Độ như là địa chỉ outsourcing có hiệu quả. Sau 15 năm, xuất khẩu dịch vụ BPO đã tăng gần 23 tỉ USD. Cụ thể là vào những năm đầu thế kỉ XXI, xuất khẩu dịch vụ BPO chỉ đạt 1,11 tỉ USD nhưng đến năm tài khóa 2014-2015 đạt 24,39 tỉ USD (Heeks, 2015).

2.1.5. Các hình thức triển khai sức mạnh mềm khác

Ngoài những hình thức ngoại giao trên thì ngoại giao công chúng và ngoại giao Cricket cũng là hai hình thức triển khai sức mạnh mềm được Chính phủ Ấn Độ sử dụng trong những năm đầu thế kỉ XXI. Nếu được hiểu một cách đầy đủ và được dành một vị trí xứng đáng trong chính sách đối ngoại của một quốc gia, ngoại giao công chúng sẽ có đóng góp rất quan trọng trong việc xây dựng bản sắc, hình ảnh, nâng cao uy tín và ảnh hưởng của quốc gia đó trên trường quốc tế; còn ngoại giao Cricket không thể thay thế kiểu ngoại giao truyền thống nhưng lại là một bổ sung quan trọng về mặt thực tiễn, tạo thêm điều kiện thuận lợi cho ngoại giao truyền thống của Ấn Độ phát triển trong thời đại hiện nay.

2.2. Gợi ý kinh nghiệm đối với Việt Nam

Từ kết quả nghiên cứu về sức mạnh mềm của Ấn Độ trong hai thập niên đầu thế kỉ XXI, bài viết đưa ra một vài kinh nghiệm mà Việt Nam có thể tham khảo và đề xuất một số khuyến nghị nhằm phát huy sức mạnh mềm của đất nước.

2.2.1. Kinh nghiệm Việt Nam có thể tham khảo

Thứ nhất, tích cực khai thác, phát huy truyền thống lịch sử, những giá trị văn hóa của đất nước

Ấn Độ là một đất nước có lịch sử lâu đời (khoảng 5000 năm); có nền văn hóa phong phú, đặc sắc, có những đóng góp quan trọng vào nền văn minh nhân loại. Ấn Độ đã phát huy sức mạnh mềm của mình ra bên ngoài thông qua hệ thống phim ảnh, tôn giáo, thực hiện chính sách đối ngoại hòa bình…

Việt Nam cũng là một nước có lịch sử lâu đời, được coi là tấm gương cho các dân tộc về đấu tranh vì độc lập, tự do, vì hòa bình và tiến bộ xã hội, được nhân loại tiến bộ thế giới ghi nhận và khâm phục; có nền văn hóa phong phú, đa dạng; nhiều danh thắng, di sản lịch sử-văn hóa, trong đó có nhiều di sản được công nhận là di sản thế giới… Những giá trị, truyền thống, di sản đó cần được phổ biến rộng rãi ra bên ngoài để nâng cao vị thế, uy tín của đất nước.

Thứ hai, triển khai sức mạnh mềm từ những lĩnh vực thế mạnh của đất nước được thế giới quan tâm

Ấn Độ đã có những thành công từ "Cách mạng xanh" (trong sản xuất lương thực), "Cách mạng trắng" (trong chăn nuôi với việc sản xuất sữa), "Cách mạng xám" (trong công nghệ thông tin); phim ảnh, Yoga, Phật giáo… Những thế mạnh, thành tựu đó được chính phủ và nhân dân Ấn Độ quan tâm, tích cực phổ biến ra bên ngoài, đã góp phần tăng cường uy tín của đất nước Nam Á này ra khu vực và trên thế giới.

Việt Nam tuy không phải là nước lớn nhưng có những thế mạnh có thể khai thác, phát huy để nâng cao vị thế của mình trên thế giới. Đó là: Việt Nam- một cường quốc xuất khẩu gạo của thế giới và gần đây đã sản xuất ra loại gạo ngon nhất thế giới; có những danh thắng, di sản được công nhận là Di sản thế giới; một đất nước an toàn, mến khách, có tinh thần trách nhiệm và quan điểm tích cực trong các vấn đề khu vực và quốc tế… Việt Nam

rất thành công trong vai trò làm nước chủ nhà đăng cai cuộc họp cấp cao Diễn đàn kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (APEC), Diễn dàn hợp tác Á – Âu (ASEM), cuộc gặp thượng đỉnh Mĩ – Triều Tiên; hoạt động hiệu quả của Việt Nam trong lực lượng gìn giữ hòa bình Liên Hợp Quốc… đã góp phần nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

3. Kết luận và khuyến nghị

3.1. Kết luận

Như vậy, trong hai thập niên đầu thế kỉ XXI, Ấn Độ khai thác những thế mạnh của mình (lịch sử, văn hóa, ngoại giao…) để phát huy sức mạnh mềm của đất nước, góp phần nâng cao uy tín ở khu vực và trên thế giới. Những nỗ lực trong ngoại giao chính trị (thực hiện ngoại giao hòa bình, tích cực, có trách nhiệm, ngoại giao kinh tế (hợp tác phát triển, viện trợ nhân đạo), ngoại giao văn hóa (xuất khẩu sản phẩm điện ảnh (Bolywood), truyền bá Phật giáo, phổ biến nghệ thuật yoga), ngoại giao khoa học công nghệ (xuất khẩu phần mềm, xuất khẩu dịch vụ gia công quy trình kinh doanh BPO) cùng một số hình thức triển khai khác (ngoại giao công chúng, ngoại giao Cricket) đã tạo hiệu quả rõ nét trong việc xây dựng và phát triển sức mạnh mềm của Ấn Độ. Sau đây, tác giả bài viết cũng xin được nêu một số khuyến nghị bước đầu để các cơ quan chức năng có thể tham khảo, vận dụng nhằm phát huy sức mạnh mềm, góp phần cải thiện, nâng cao uy tín của Việt Nam ở khu vực và trên thế giới.

3.2. Khuyến nghị

Năm 2007, khi đến thăm Việt Nam, Giáo sư Joshep Nye – cha đẻ của Luận thuyết "Sức mạnh mềm" – đã nhận định: Những điểm làm nên sức hấp dẫn nhất của sức mạnh mềm Việt Nam hiện nay là tinh thần tự chủ, độc lập dân tộc; chính sách phát triển kinh tế và nền văn hóa. Những điểm này luôn có sức lôi cuốn các nước phương Tây (Do & Nguyen, 2014). Để tạo nên sức mạnh mềm, trong lí thuyết của Giáo sư Joshep Nye, có ba nguồn lực chính: Văn hóa quốc gia, hệ giá trị quốc gia và chính sách quốc gia. Việt Nam là quốc gia có nhiều thế mạnh để phát huy sức mạnh mềm (về thiên nhiên, văn hóa, con người…); do vậy, cần phát huy sức mạnh mềm để nâng cao sức mạnh của đất nước, nâng cao vị thế của quốc gia ở khu vực và trên thế giới. Từ kết quả nghiên cứu về sức mạnh mềm của Ấn Độ trong hai thập niên đầu thế kỉ XXI và nhận thức về tiềm năng sức mạnh mềm của Việt Nam, tác giả bài viết xin đề xuất một số khuyến nghị sau đây để phát huy sức mạnh mềm của đất nước:

Việt Nam cần xây dựng một chiến lược về phát huy sức mạnh mềm của đất nước. Trong chiến lược này cần nêu rõ những mục tiêu, những hướng triển khai, những lĩnh vực xây dựng và phát triển sức mạnh mềm… Tất cả làm sao để có thể tận dụng, phát huy những tiềm năng, thế mạnh trên các lĩnh vực nhằm nâng cao sức mạnh mềm của đất nước.

Việt Nam cần phát huy sức mạnh mềm về truyền thống yêu nước, tinh thần đấu tranh vì tự do, độc lập dân tộc. Có thể nói, trên thế giới này, khó tìm thấy một dân tộc có bề dày thời gian chống ngoại xâm như Việt Nam. Chính hoàn cảnh khắc nghiệt đó đã tôi luyện cho người Việt Nam ý chí kiên cường, khắc phục gian khổ khó khăn để tồn tại và phát triển; làm cho người Việt Nam càng thêm yêu nước, đoàn kết gắn bó để đánh đuổi ngoại xâm. Chính vì vậy mà nhân dân yêu chuộng hòa bình thế giới khâm phục Việt Nam, ví như là "lương tri của thời đại". Việt Nam ngày nay còn được thế giới biết đến là một nước yêu chuộng hòa bình, có trách nhiệm với thế giới. Những giá trị tốt đẹp này thiết nghĩ cần được phát huy để góp phần nâng cao uy tín quốc gia.

Việt Nam cần phát huy sức mạnh mềm trong lĩnh vực di sản thiên nhiên, di sản văn hóa. Đây cũng là một thế mạnh của nước ta. Nước ta có hệ thống di sản thiên nhiên nổi tiếng: Vịnh Hạ Long (được công nhận là một trong những kì quan thiên nhiên mới của thế giới), bãi đá cổ Sapa, động Phong Nha – Kẻ Bàng, khu Tràng An (di sản thế giới), một loạt bãi biển đẹp nổi tiếng có tiềm năng to lớn về du lịch như: Sầm Sơn, Đồ Sơn, Cửa Lò, Đà Nẵng, Nha Trang, Mũi Né, Vũng Tàu… Việt Nam cũng được thế giới biết đến là một nước có nền văn hóa lâu đời, giàu bản sắc; trong đó có nhiều di sản vật thể và phi vật thể được công nhận là Di sản văn hóa thế giới như: Hoàng Thành Thăng Long, Thành Nhà Hồ, Quần thể di tích Cố đô Huế, Thánh địa Mỹ Sơn, Phố cổ Hội An; Dân ca Quan họ Bắc Ninh, Dân ca ví, giặm Nghệ Tĩnh, Nhã nhạc cung đình Huế; Không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên… Giá trị của những di sản đó cần được phát huy, quảng bá ra thế giới để không chỉ phát triển ngành du lịch mà còn tăng sức mạnh mềm cho đất nước.

Việt Nam cần tiếp tục tăng cường ngoại giao văn hóa. Ngoại giao văn hóa là một trong những công cụ quan trọng nhất tạo nên sức mạnh mềm của một quốc gia. Ngày 14/02/2011, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Quyết định về việc ban hành Chiến lược ngoại giao văn hóa đến năm 2020. Quyết định nêu rõ mục tiêu đến năm 2020 là đẩy mạnh hoạt động ngoại giao văn hóa nhằm làm cho thế giới hiểu biết hơn về đất nước, con người và văn hóa Việt Nam, tăng cường xây dựng lòng tin với các quốc gia trên thế giới, đưa quan hệ giữa Việt Nam với các đối tác đi vào chiều sâu, ổn định và bền vững, qua đó nâng cao vị thế đất nước trên trường quốc tế, tạo điều kiện hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội. Các hoạt động ngoại giao văn hóa cũng góp phần 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. (Prime Minister, 2011, p.5)

Điều quan trọng trong ngoại giao văn hóa, thiết nghĩ, là cần chú trọng phổ biến những giá trị, tinh hoa văn hóa của đất nước ra bên ngoài, làm cho nhân dân thế giới biết về một đất nước Việt Nam có nền văn hóa phong phú, đa dạng, giàu bản sắc; về con người Việt Nam thân thiện, yêu hòa bình…

Việt Nam cần tận dụng hiệu quả sức mạnh của công nghệ thông tin và truyền thông. Việt Nam đang sở hữu một nền công nghệ thông tin – truyền thông có tầm cỡ quốc tế, với tốc độ phát triển nhanh và ổn định, đó chính là những lợi thế rất to lớn so với các quốc gia khác trong khu vực. Chính vì vậy, nhằm giúp cải thiện hình ảnh và tìm kiếm sự ủng hộ của công chúng các nước trên thế giới trong sự nghiệp bảo vệ chủ quyền cũng như xây dựng và phát triển đất nước Việt Nam, Chính phủ cần phải xúc tiến liên tục, bền bỉ các chương trình truyền thông về văn hóa Việt Nam, về thực trạng Biển Đông, về chủ quyền biển đảo của Việt Nam trong lịch sử…

❖ ***Tuyên bố về quyền lợi:*** *Các tác giả xác nhận hoàn toàn không có xung đột về quyền lợi.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bajpai, A. (2015). Development Partnership: 'Soft Power' of India's Economic Diplomacy, *World Focus*, April, No. 424. Retrieved from http://www.worldfocus.in/articles/indias-economic-diplomacy/development-partnership-soft-power-of-indias-economic-diplomacy/

Do, T. T., & Nguyen, T. T. H. (2014). Chinh sach phat trien kinh te – yeu to tao nen suc manh mem Viet Nam [Economic development policy - a factor creating Vietnam's soft power]. Retrieved from https://huongxuan.thuathienhue.gov.vn/?gd=1&cn=28&tc=431

Heeks, R. (2015). Indian IT/Software Sector Statistics: 1980-2015 Time Series Data, *ICTS for Development*. April 28. Retrieved from https://ict4dblog.wordpress.com/2015/04/28/indian-itsoftware-sector-statistics-1980-2015-time-series-data/#_ftn3

Pethiyagoda, K. (2015). Modi deploys his culture skills in Asia, *Brookings India*. Retrieved from http://www.brookings.in/in-focus/modi-deploys-his-culture-skills-in-asia/

Prime Minister (2011). *Quyet đinh 208/QD-TTg 2011 Thu tuong Chinh phu Chien luoc Ngoai giao Van hoa den nam 2020* [*Decision No. 208/QD-TTg of February 14, 2011 approving the strategy on cultural diplomacy through 2020*].

Thussu, D. (2013). *Communicating India's soft power: Buddha to Bollywood*. New York: Palgrave Macmillan.

USC Center on Public Diplomacy (2014). *Rising Soft Powers: India*. Los Angeles. Retrieved from http://uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/useruploads/u20150/India%20soft%20power_0.pdf

INDIA'S SOFT POWER IN THE FIRST TWO DECADES OF THE TWENTY-FIRST CENTURY – LESSON LEARNT AND RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM

Nguyen Canh Hue[1], Ho Ngoc Diem Thanh[2*]

[1]University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi Minh City, Vietnam

[1]Ho Chi Minh City University of Education, Vietnam

[*]Corresponding author: Ho Ngoc Diem Thanh – Email: thanhhnd@hcmue.edu.vn

Received: February 11, 2020; Revised: March 19, 2020; Accepted: October 21, 2021

ABSTRACT

This paper aims to present an overview of the deployment process of the Indian soft power in the early years of the twenty-first century using related research methods used in international relations. Research results show that India has created a clear effect in building and developing soft power through many forms of deployment such as political diplomacy, economic diplomacy, cultural diplomacy, science and technology diplomacy, public diplomacy and Cricket diplomacy. In order to turn India into an attractive power based on soft power and able to compete with the US and China, India has carried out all the above activities and methods of deployment very flexibly with various forms. Some remarkable lessons can be drawn for Vietnam to learn and apply effectively. Furthermore, this article also proposes some recommendations to build and develop Vietnam's soft power.

Keywords: India's soft power; soft power; Vietnam's soft power