

Ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc ở Việt Nam từ năm 2010 đến nay

Nguyễn Duy Lợi*

Nhận ngày 10 tháng 3 năm 2023. Chấp nhận đăng ngày 28 tháng 4 năm 2023.

Tóm tắt: Chính phủ Hàn Quốc đã thực hiện chính sách ngoại giao công chúng từ những năm 1950. Từ năm 2010, chính phủ Hàn Quốc đã bắt đầu thực hiện ngoại giao công chúng kiểu mới. Chính phủ Hàn Quốc nhìn nhận sức mạnh thông minh (smart power) được cấu thành bởi ngoại giao công chúng kiểu mới, ngoại giao kinh tế và ngoại giao chính trị. Thực tế, ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc ở Việt Nam đã diễn ra trên nhiều lĩnh vực nhưng tập trung vào ba lĩnh vực chính, gồm: văn hóa, tri thức và chính sách nhằm nâng cao hiểu biết và lòng tin của công chúng Việt Nam. Bài viết này¹ nhằm tìm hiểu khái niệm ngoại giao công chúng kiểu mới và phân tích thực trạng ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc ở Việt Nam, trên cơ sở phân tích, đề xuất một số kinh nghiệm phát triển ngoại giao công chúng kiểu mới của Việt Nam.

Từ khóa: Ngoại giao công chúng kiểu mới, sức mạnh mềm, Hàn Quốc, Việt Nam.

Phân loại ngành: Kinh tế

Abstract: The South Korean government implemented public diplomacy since the 1950s. However, the new style of public diplomacy has been strong since 2010, when the Korean government identified public diplomacy as representing soft power and considered public diplomacy as one of the three pillars, along with economic diplomacy and political diplomacy, to create smart power in the 21st century. In fact, the new type of public diplomacy of South Korea in Vietnam has taken place in many fields, but focusing on three main areas including culture, knowledge and policy in order to improve the understanding and trust of the Vietnamese public. This article aims to understand the concept of the new type of public diplomacy and analyze the current situation of Korea's new type of public diplomacy in Vietnam, on the basis of analysis, and to propose some experiences for the development of Vietnam's new public diplomacy.

Keywords: New public diplomacy, soft power, South Korea, Vietnam.

Subject classification: Economics

1. Mở đầu

Paul Sharp đã đưa ra định nghĩa ngắn gọn về ngoại giao công chúng là “quá trình theo đuổi các mối quan hệ trực tiếp với người dân trong một quốc gia để thúc đẩy lợi ích và mở rộng các giá trị của những người được đại diện” (Jan Melissen, 2005: 12). Trước đó, Hans Tuch đã định nghĩa ngoại giao công chúng là “quá trình truyền thông của một chính phủ tới công chúng nước ngoài nhằm mang lại sự hiểu biết về quan điểm và lý tưởng, thể chế và văn hóa cũng như các mục tiêu và chính sách của quốc gia đó” (Hans Tuch, 1990: 3). Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ đã định nghĩa ngoại giao công chúng là “những chương trình do chính phủ bảo trợ, nhằm cung cấp thông tin hay tác động vào ý kiến công chúng các nước thông qua những công cụ chính là các ấn phẩm, phim ảnh, các hoạt động trao đổi văn hóa, phát thanh và truyền hình” (Nguyễn Thị Thanh Thủy, 2020).

* Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam, Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam.

Email: loinguyen_duy@hotmail.com

¹ Bài viết là sản phẩm của Dự án nghiên cứu “Củng cố và tăng cường ngoại giao công chúng hướng tới quan hệ Đối tác chiến lược toàn diện Việt Nam và Hàn Quốc” (Strengthening and Enhancing a New Public Diplomacy Toward a Comprehensive Strategic Partnership Between Vietnam and South Korea), do Quỹ giao lưu quốc tế Hàn Quốc (Korea Foundation) tài trợ.

Từ các định nghĩa trên có thể thấy, ngoại giao công chúng chính là quá trình một chính phủ truyền thông tới công chúng nước ngoài nhằm mang lại sự hiểu biết về quan điểm và tư tưởng, thể chế và văn hóa cũng như mục tiêu và chính sách của nước đó. Như vậy, ngoại giao công chúng là phương thức ngoại giao có nhiều chủ thể tham gia như các quốc gia, các tổ chức quốc tế, các tổ chức phi chính phủ (NGO), các công ty xuyên quốc gia,... sử dụng các phương tiện truyền thông đa dạng nhằm tác động đến tình cảm, suy nghĩ của công chúng nước ngoài, tạo dựng hình ảnh, hình thành nhận thức về giá trị, tư tưởng và văn hóa, thể chế, mục tiêu phát triển, các chính sách,... nhằm gây ảnh hưởng đến tình cảm, suy nghĩ và quyết định của công chúng nước ngoài.

Do đó, ngoại giao công chúng kiểu mới là ngoại giao công chúng được tiến hành bằng các phương thức sáng tạo, đa dạng và hiện đại. Ngoại giao công chúng kiểu mới nhằm phát huy sức mạnh mềm của quốc gia. Theo giáo sư Joseph Nye, Đại học Harvard Mỹ thì “sức mạnh mềm là khả năng tạo sức hấp dẫn, lôi cuốn, thu hút để các nước khác tự nguyện thay đổi hành vi, chính sách phù hợp với điều mà mình muốn, thay vì ép buộc thông qua sức mạnh kinh tế và quân sự”². Một quốc gia có thể phát huy sức mạnh mềm nhằm đạt được mục tiêu của mình dựa trên sự hấp dẫn về văn hóa, hệ giá trị, tư tưởng chính trị và chính sách đối ngoại để thu hút các nước khác tự nguyện đi theo.

2. Ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc

Theo Bộ Ngoại giao Hàn Quốc, ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc nhằm “... thúc đẩy quan hệ ngoại giao bằng cách chia sẻ lịch sử, truyền thống, văn hóa, nghệ thuật, giá trị, chính sách và tầm nhìn của đất nước Hàn Quốc thông qua giao tiếp trực tiếp với người nước ngoài. Qua đó, Hàn Quốc tăng cường quan hệ ngoại giao và hình ảnh quốc gia bằng cách giành được sự tin tưởng của cộng đồng quốc tế và tăng cường ảnh hưởng toàn cầu của đất nước Hàn Quốc”³.

2.1. Quá trình phát triển của ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc

Lịch sử ngoại giao công chúng Hàn Quốc có thể chia thành ba thời kỳ lớn (Bảng 1). Thời kỳ đầu tiên (1948-1972), các nỗ lực ngoại giao công chúng của Hàn Quốc tập trung vào xây dựng an ninh quốc gia. Các chương trình của ngoại giao công chúng được thiết kế để nhận được sự hỗ trợ từ Hoa Kỳ và các đồng minh cho Chiến tranh Triều Tiên và các nỗ lực tái thiết sau chiến tranh. Nguồn nhân lực tại các đại sứ quán nước ngoài và các ấn phẩm cơ bản là phương thức truyền thông chính. Thời kỳ thứ hai (1972-1998) là kỷ nguyên kinh tế được đánh dấu bằng nền kinh tế và thương mại đang trên đà phát triển của Hàn Quốc, do đó, ngoại giao công chúng nhắm vào các đối tác thương mại lớn để thúc đẩy xuất khẩu. Các phương tiện truyền thông đại chúng, chẳng hạn như báo chí và truyền hình, được sử dụng rất nhiều. Thời kỳ thứ ba (1998-2018) là kỷ nguyên văn hóa, ngoại giao công chúng tập trung vào việc truyền bá làn sóng Hàn Quốc và các khía cạnh văn hóa của Hàn Quốc đến châu Á và các nước khác. Phương tiện kỹ thuật số, chẳng hạn như Internet và phương tiện truyền thông xã hội, là kênh truyền thông chính (Kim, 2012; Choi, 2018).

Bảng 1: Ba thời kỳ trong lịch sử ngoại giao công chúng của Hàn Quốc

Thời kỳ	Tập trung	Mục tiêu chính	Phương thức truyền thông	Thông điệp chính
1948-1972	An ninh	Mỹ và các đồng minh khác	Nguồn nhân lực Xuất bản	Xây dựng đất nước Chế độ hợp pháp

² J. Nye: “Think Again: Soft Power”, <https://foreignpolicy.com/2006/02/23/think-again-soft-power/>

³ https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do, truy cập ngày 2/3/2023

1972-1998	Kinh tế	Trung Quốc và đối tác thương mại	Báo Tivi	Công nghiệp hóa Xúc tiến xuất khẩu
1998-2018	Văn hóa	Châu Á và thế giới	Internet Truyền thông xã hội	K-pop và Hàn lưu Hàn Quốc năng động

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ công trình của Kim (2012); Choi (2018)

Kể từ năm 2010, Ngoại giao công chúng kiểu mới đã được chính phủ Hàn Quốc chú trọng phát triển thông qua việc duy trì các quỹ ngoại giao công chúng và củng cố mối quan hệ ngoại giao, và ban hành Luật Ngoại giao công chúng vào tháng 8 năm 2016⁴. Bộ Ngoại giao Hàn Quốc có vai trò quan trọng triển khai cho các dự án ngoại giao công chúng với các nước. Dự án Ngoại giao Công chúng của Công dân Hàn Quốc, trong đó mỗi công dân được trao cơ hội và nguồn lực để trở thành đại sứ ngoại giao công chúng, đã và đang được Bộ Ngoại giao Hàn Quốc triển khai (Tổng Thùy Linh, 2022).

Năm 2010, Chính phủ Hàn Quốc đã xác định mục tiêu, xây dựng tầm nhìn, hoạch định chính sách. Do vậy, đây là thời điểm ngoại giao công chúng kiểu mới Hàn Quốc phát triển. Theo Chính phủ Hàn Quốc, từ 2010 tính đến nay, ngoại giao công chúng đã trải qua 3 giai đoạn gồm 2010-2016 và 2016-2022 và từ đầu năm 2023 đến nay⁵. Năm 2016, đánh dấu bước tiến lớn khi Hàn Quốc ban hành Luật ngoại giao công chúng, trong đó Hàn Quốc đã đổi mới và xác định rõ ngoại giao công chúng kiểu mới, tầm nhìn cũng như chiến lược thúc đẩy ngoại giao công chúng kiểu mới. Do Chính phủ Hàn Quốc thay đổi tầm nhìn, mục tiêu, chiến lược, thể chế của ngoại giao công chúng bằng luật, do đó nên gọi là ngoại giao công chúng kiểu mới để phân biệt với ngoại giao công chúng nói chung thời kỳ trước năm 2010.

Giai đoạn 2010-2016, ngoại giao công chúng kiểu mới ở Hàn Quốc gồm các nội dung cơ bản sau: i) Tầm nhìn: hấp dẫn thế giới với vẻ đẹp của Hàn Quốc; ii) 5 mục tiêu và; iii) 12 chiến lược⁶. Từ sau 2016, ngoại giao công chúng có bước tiến mới với việc ngày 3/2/2016, Luật Ngoại giao công chúng đã được Chính phủ Hàn Quốc ban hành và tháng 8/2016 Luật chính thức có hiệu lực ở Hàn Quốc. Luật này nhằm thúc đẩy và nâng cao hiệu quả của hoạt động ngoại giao công chúng (Tổng Thùy Linh, 2022).

Theo Luật ngoại giao công chúng, ngoại giao công chúng của Hàn Quốc được xác định gồm mọi hoạt động ngoại giao trực tiếp của Chính phủ Hàn Quốc, hoạt động hợp tác với chính quyền địa phương, khu vực tư nhân các nước trong lĩnh vực văn hóa, tri thức, chính sách... qua đó nâng cao hiểu biết và xây dựng lòng tin với công chúng nước ngoài. Luật Ngoại giao công chúng cũng xác định 3 nguyên tắc cơ bản gồm: i) kết hợp hài hòa các giá trị phổ quát của nhân loại và các đặc thù Hàn Quốc; ii) thúc đẩy hợp tác bền vững và hữu nghị trong cộng đồng quốc tế; iii) phát triển cân đối (Tổng Thùy Linh, 2022).

⁴ Trên website của Bộ Ngoại giao bằng tiếng Anh, trích dẫn Luật Ngoại giao công chúng ban hành tháng 8 năm 2017.

⁵ Kế hoạch tổng thể ngoại giao công chúng 5 năm lần 1 từ 2017-2021, được gia hạn thêm 12 tháng tới cuối 2022. Tuy nhiên, đầu năm 2023, Kế hoạch tổng thể ngoại giao công chúng 5 năm lần 2 đã được công bố. Chính vì vậy, trên website Bộ Ngoại giao, tầm nhìn ngoại giao công chúng (NGCC) năm 2023 đã thay đổi, Các mục tiêu chỉ còn 3; 12 nhiệm vụ cốt yếu năm 2023 thay cho 15 chiến lược thúc đẩy của năm 2022. Năm 2010 đến trước 2016, tầm nhìn, mục tiêu, chiến lược khác. Từ 2016, tầm nhìn, mục tiêu, chiến lược cũng thay đổi. Năm 2023, toàn bộ thay đổi nhưng vẫn bám theo Luật 2016.

⁶ Xem thêm Tổng Thùy Linh, 2022.

Bảng 2. Chiến lược phát triển ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc⁷

Tầm nhìn	Hàn Quốc - quốc gia then chốt toàn cầu đóng góp cho tự do, hòa bình và thịnh vượng trên thế giới	
Mục tiêu	Mục tiêu 1	Mục tiêu 2
Mục tiêu 1	Mục tiêu 2	Mục tiêu 3
Vận động chính sách chiến lược vì lợi ích quốc gia	Hàn Quốc định vị là một cường quốc về khoa học công nghệ và văn hóa	Hệ sinh thái kỹ thuật số, đổi mới cho ngoại giao công chúng
Những nhiệm vụ chủ yếu		
Xây dựng hỗ trợ quốc tế cho hòa bình bền vững trên bán đảo Triều Tiên	Chia sẻ quốc tế khoa học và công nghệ, đổi mới và các thể chế liên quan	Thúc đẩy ngoại giao công chúng kỹ thuật số bằng cách sử dụng công nghệ vũ trụ ảo (metaverse) và trí tuệ nhân tạo (AI)
Đẩy mạnh truyền thông với các quốc gia và khu vực tập trung	Tạo điều kiện thuận lợi cho đào tạo tiếng Hàn và nghiên cứu Hàn Quốc ở nước ngoài	Hỗ trợ thanh niên phát triển chuyên môn trong lĩnh vực ngoại giao công chúng và thăng tiến ở nước ngoài
Nâng cao thương hiệu quốc gia đóng góp giá trị toàn cầu	Giao lưu nhằm nâng cao hiểu biết về đất nước và con người Hàn Quốc	Thúc đẩy đối tác công tư giữa các chính quyền địa phương, Hàn kiều ở nước ngoài và các doanh nghiệp
Tạo nền tảng vững chắc cho hợp tác tương lai thông qua mở mang giao lưu với các thể hệ tương lai nước ngoài	Xây dựng hỗ trợ cho Hàn Quốc thông qua ngoại giao văn hóa tương tác	Củng cố hệ thống ngoại giao công chúng toàn diện, rộng khắp

Nguồn: Tổng hợp từ Bộ Ngoại giao (MOFA); https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do, truy cập ngày 2/3/2023.

2.2. Các nội dung chính của ngoại giao công chúng kiểu mới⁸

Dựa trên 3 trụ cột chính, ngoại giao công chúng trong từng lĩnh vực văn hóa, tri thức, chính sách đều có những mục tiêu và chương trình cụ thể.

a) Mục tiêu

Ngoại giao Văn hóa nhằm: i) Truyền bá sức hút văn hóa; ii) Nâng tầm hình ảnh quốc gia thông qua tài sản văn hóa; iii) Tăng cường giao tiếp hai chiều thông qua trao đổi văn hóa.

Ngoại giao định hướng tri thức nhằm: i) Quảng bá kiến thức và nhận thức về Hàn Quốc; ii) Hỗ trợ nghiên cứu tiếng Hàn và giảng dạy tiếng Hàn ở nước ngoài; iii) Hỗ trợ giáo dục và hợp tác học thuật.

Ngoại giao công chúng về chính sách nhằm: i) Tăng cường sự hiểu biết và tin tưởng của công chúng nước ngoài nói chung và các nhà lãnh đạo dư luận như các chính trị gia, học giả, chuyên gia đối ngoại và nhà báo đối với các chính sách đối ngoại của Hàn Quốc nhằm tạo ra một môi trường

⁷ Năm 2023, ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc với tầm nhìn, mục tiêu, nhiệm vụ có vẻ tham vọng hơn so với so trước đó.

⁸ Tổng hợp từ MOFA, https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do, truy cập ngày 2/3/2023.

thuận lợi để đạt được các mục tiêu ngoại giao quan trọng của Hàn Quốc, chẳng hạn như thiết lập hòa bình lâu dài trên bán đảo Triều Tiên; ii) Mở rộng hiểu biết về chính sách của Hàn Quốc thông qua đa dạng hóa đối tượng, chương trình tiếp cận và chủ đề; iii) Tăng cường giao lưu, tương tác với cư dân, sinh viên nước ngoài tại Hàn Quốc;

b) Các chương trình ngoại giao công chúng trong từng lĩnh vực

Ngoại giao Văn hóa gồm: i) Triển lãm tại các cơ quan ngoại giao của Hàn Quốc; ii) Kỷ niệm các dịp ngoại giao đặc biệt; iii) Tổ chức tuần lễ Hàn Quốc; iv) Thể thao Ngoại giao công chúng; v) Lễ hội thế giới K-Pop; vi) Hiệp định Văn hóa - Ủy ban liên hợp Văn hóa; vii) Thông qua Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hợp Quốc (UNESCO). Liên quan tới chương trình đầu tiên trong lĩnh vực văn hóa, Bộ Ngoại giao Hàn Quốc đã triển khai để nâng cao thương hiệu quốc gia và tăng cường giao lưu văn hóa Hàn Quốc qua các triển lãm trưng bày các tác phẩm nghệ thuật và tài sản văn hóa Hàn Quốc tại các cơ quan ngoại giao trên khắp thế giới và tạo cơ hội cho người nước ngoài cơ hội để hiểu nghệ thuật và văn hóa Hàn Quốc.

Ngoại giao công chúng định hướng tri thức gồm: i) Đố vui về Hàn Quốc; ii) Hỗ trợ nghiên cứu tiếng Hàn và quảng bá tiếng Hàn ở nước ngoài; iii) Hợp tác với Bộ Giáo dục; iv) Quảng bá nội dung liên quan đến Hàn Quốc trong sách giáo khoa nước ngoài; v) Hỗ trợ tiếng Hàn cho các bảo tàng và phòng trưng bày nghệ thuật lớn ở nước ngoài. Trong đó, chương trình đầu tiên đã được triển khai là cuộc thi đố vui toàn cầu về Hàn Quốc dành cho người nước ngoài nhằm mục đích thúc đẩy sự quan tâm của quốc tế đến Hàn Quốc và nâng cao hình ảnh toàn cầu của Hàn Quốc. Vòng sơ khảo được tổ chức tại các cơ quan đại diện của Hàn Quốc trên khắp thế giới và người chiến thắng từ mỗi quốc gia tham gia được mời đến Hàn Quốc để trải nghiệm văn hóa truyền thống của Hàn Quốc, tham quan các điểm du lịch chính và tranh tài ở vòng chung kết. Đêm chung kết hoành tráng được phát sóng trên kênh KBS 1 và KBS World tại khoảng 100 quốc gia với mục đích góp phần truyền thông về Hàn Quốc và quảng bá sự đa dạng văn hóa của Hàn Quốc tới khán giả nước ngoài.

Ngoại giao Kỹ thuật số gồm 3 chương trình: i) Kênh truyền thông xã hội dành cho ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc mang tên KOREAZ. Bộ Ngoại giao Hàn Quốc đã làm việc để tăng cường ngoại giao công chúng kỹ thuật số thông qua sử dụng công nghệ kỹ thuật số. Thông qua KOREAZ, kênh truyền thông xã hội dành cho ngoại giao công chúng của Hàn Quốc, Bộ Ngoại giao Hàn Quốc tạo và chia sẻ nội dung kỹ thuật số tùy chỉnh nhằm mục tiêu đến công chúng toàn cầu; ii) Chiến dịch ngoại giao kỹ thuật số toàn cầu; iii) Chương trình ngoại giao công chúng thông qua các cơ quan đại diện nước ngoài.

3. Ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc ở Việt Nam

Thứ nhất, giao lưu nhân dân. Kể từ khi hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao chính thức năm 1992, giao lưu nhân dân giữa hai nước cũng đã phát triển nhanh chóng. Từ năm 2004, Chính phủ Việt Nam đã miễn visa cho người Hàn Quốc lưu trú Việt Nam trong 15 ngày, và thời điểm này Hàn Quốc đầu tư ồ ạt vào Việt Nam, do đó số người Hàn Quốc sang Việt du lịch, tìm hiểu cơ hội kinh doanh cũng bắt đầu tăng nhanh, đặc biệt từ sau năm 2015 đến năm 2019 - trước đại dịch Covid 19, số người Hàn Quốc đến Việt Nam đạt 4,29 triệu người. Tính đến khoảng tháng 7 năm 2022, khách Hàn Quốc đến Việt Nam là lớn nhất, đạt hơn 196.000 lượt⁹.

Về du lịch, nếu tính theo từng quốc gia, tính đến năm 2019, các quốc gia ASEAN¹⁰ có nhiều khách du lịch Hàn Quốc nhất là Việt Nam với 4.290.802 người, Philippines 1.989.322 người,

⁹ <https://vnexpress.net/khach-han-quoc-den-viet-nam-nhieu-nhat-sau-dich-4494880.html>, truy cập ngày 2/3/2023

¹⁰ Trong 5 năm qua, lượng người Hàn Quốc thăm ASEAN đã tăng từ 4.914.794 người vào năm 2014 lên 10.260.297 người vào năm 2019.

Thái Lan 1.890.959 người, Malaysia 673.065 người và Singapore 645.848 người. Khách du lịch Hàn Quốc chọn Việt Nam là điểm đến ưa thích¹¹.

Người Hàn Quốc kết hôn với phụ nữ Việt Nam chiếm tỷ lệ khá lớn. Theo khảo sát của Cục thống kê quốc gia Hàn Quốc về hôn nhân và gia đình có yếu tố quốc tế trong năm 2017, số cô dâu Việt Nam chiếm đến 27,7% tổng số cô dâu người nước ngoài, tiếp theo là phụ nữ Trung Quốc là 25% và phụ nữ Thái Lan là 4,7%¹². Phụ nữ Việt Nam kết hôn, di trú Hàn Quốc và con cái trở về đất nước. Đây chính là cây cầu nối thúc đẩy ngoại giao nhân dân giữa Việt Nam và Hàn Quốc.

Du học sinh tại Hàn Quốc theo quốc tịch và diện du học tính đến tháng 9 năm 2021, trong tổng số 170.380 du học sinh tại Hàn Quốc thì tỷ lệ du học sinh Việt Nam chiếm tỷ lệ cao nhất (36,4%) với 62.037 người, thứ hai là Trung Quốc với 53.229 người¹³.

Trong ngoại giao công chúng, ngoại giao văn hoá và ngoại giao tri thức được tập trung nhiều nhất. Hàn Quốc thông qua các chương trình như lễ hội ẩm thực Hàn Quốc, lễ hội K-Pop để đẩy mạnh việc quảng bá Hàn lưu, ẩm thực Hàn Quốc vào Việt Nam; và giao lưu thể thao qua các câu lạc bộ võ thuật Taekwondo, giao lưu văn hoá thông qua các hoạt động tình nguyện, cũng như quảng bá Hàn Quốc và tiếng Hàn thông qua các khoá đào tạo.

Giao lưu văn hóa của Hàn Quốc với Việt Nam rộng mở và phát triển do hai nước có sự tương đồng, văn hóa. Chính phủ Hàn Quốc đã thành lập Trung tâm văn hóa Hàn Quốc tại Việt Nam vào tháng 11/2006. Đây là trung tâm văn hóa đầu tiên ở Đông Nam Á và là một trong 32 trung tâm văn hóa Hàn Quốc mở tại 27 quốc gia, nhằm thúc đẩy giao lưu văn hóa giữa hai nước, tăng cường sự hiểu biết và tin cậy, hình ảnh và vị thế quốc gia¹⁴,...

Thứ hai, giao lưu tổ chức, đoàn thể. Ở trung ương, kể từ khi thực hiện Chính sách hướng nam mới vào năm 2017, các cơ quan hành chính nhà nước đã xúc tiến và thực hiện các chương trình giao lưu đa dạng nhằm thúc đẩy ngoại giao công chúng. Các hoạt động xúc tiến giao lưu công chúng giữa Việt Nam và Hàn Quốc như: văn hoá, tri thức, chính sách và ngoại giao công chúng với nhân dân từ năm 2018 đến năm 2020 đã được tiến hành dưới nhiều hình thức đa dạng như hội thảo, diễn đàn, triển lãm, biểu diễn.

Ở địa phương, các chính quyền địa phương Hàn Quốc và các chính quyền địa phương Việt Nam đã tăng cường giao lưu quốc tế, tính đến tháng 9 năm 2021, có 79 hoạt động giao lưu hữu nghị và kết nghĩa. Hầu hết các tỉnh thành của Việt Nam đều có hợp tác giao lưu với Hàn Quốc. Trước năm 2010, đa số các địa phương giữa hai nước đã ký kết hợp tác đều là riêng lẻ và không thể duy trì thực hiện. Gần đây, ngày càng nhiều chính quyền địa phương Hàn Quốc quan tâm đến giao lưu hợp tác với chính quyền Việt Nam, chẳng hạn các tỉnh, thành như thành phố Daejeon, thành phố Daegu, tỉnh Jeollabuk-do đang xúc tiến nhiều dự án hợp tác với Việt Nam, mà trọng tâm là hợp tác về kinh tế.

Từ năm 1992 đến năm 2005, giao lưu¹⁵ kinh tế giữ vị trí áp đảo, nhưng từ năm 2006 trở về sau thì giao lưu văn hoá nghệ thuật, giao lưu nhân dân, giao lưu du lịch lữ hành, giao lưu kỹ thuật và học thuật lại tăng lên. Nếu tính theo số trường hợp giao lưu thì giao lưu hành chính là nhiều nhất với tổng cộng 488 trường hợp, tiếp theo là giao lưu văn hoá nghệ thuật 108 trường hợp, giao lưu kinh tế 89 trường hợp, giao lưu kỹ thuật và học thuật 45 trường hợp, giao lưu du lịch lữ hành 26 trường hợp,

¹¹ <https://nhandan.vn/viet-nam-la-diem-den-ua-thich-cua-thi-truong-khach-han-quoc-nhat-ban-va-dai-loan-post738831.html>, truy cập ngày 2/3/2023

¹² <https://www.vietnamplus.vn/phu-nu-viet-nam-lay-chong-han-quoc-chiem-ty-le-cao-nhat/605810.vnp>, truy cập ngày 2/3/2023

¹³ <https://korea.net/thong-ke-so-luong-du-hoc-sinh-cac-nuoc-o-han-quoc.html>, truy cập ngày 2/3/2023

¹⁴ <https://baotintuc.vn/van-hoa/quan-he-trong-linh-vuc-van-hoa-giua-han-quoc-viet-nam-co-su-giao-luu-rong-mo-2022-0113160525582.htm>, truy cập ngày 2/3/2023

¹⁵ Theo tư liệu về thành quả hợp tác giao lưu của Hội đồng Thống đốc tỉnh thành Hàn Quốc, các lĩnh vực giao lưu hợp tác như sau: giao lưu hành chính, giao lưu nhân dân, giao lưu văn hoá nghệ thuật, giao lưu du lịch lữ hành, giao lưu thanh thiếu niên, giao lưu thể thao, giao lưu kỹ thuật và học thuật, giao lưu kinh tế, giao lưu tổ chức tư nhân.

giao lưu nhân dân 25 trường hợp và giao lưu tổ chức tư nhân là 19 trường hợp. Hai nước cần tăng cường hơn nữa giao lưu thanh thiếu niên và giao lưu tổ chức tư nhân, cụ thể là tập trung vào các mục đích giao lưu tiếng Hàn, văn hoá Hàn Quốc và thương mại kinh tế.

Thứ ba, hỗ trợ thúc đẩy nghiên cứu khoa học. Hàn Quốc hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực kỹ thuật, đặc biệt tài trợ thành lập các trường đào tạo, các cơ sở đào tạo như: dự án thành lập Trường Cao đẳng nghề Công nghệ Việt - Hàn ở tỉnh Bắc Giang (2010-2014) và dự án tài trợ cho Trường Cao đẳng Kỹ thuật công nghiệp Việt Nam - Hàn Quốc (2014-2019) nhằm giúp Việt Nam đào tạo nguồn nhân lực kỹ năng - kỹ thuật, đóng góp vào sự phát triển sản xuất và kinh tế.

Hợp tác trong lĩnh vực khoa học - công nghệ giữa hai nước được tăng cường ở nhiều cấp từ địa phương đến trung ương. Chẳng hạn, ngày 11/7/2016, Chủ tịch Ủy ban nhân dân Hà Nội đã ký kết biên bản hợp tác với Thị trưởng thành phố Seoul nhằm tăng cường hợp tác trong các lĩnh vực chính phủ điện tử, công nghệ thông tin và viễn thông, giáo dục (Vietnamplus, 2016);... ngày 31/10/2016, Tp. Hồ Chí Minh và thủ đô Seoul ký thỏa thuận hợp tác để thúc đẩy hợp tác đa dạng trong: giáo dục (Xuân Khu, 2016), du lịch, xúc tiến đầu tư, phát triển hạ tầng đô thị... Những hoạt động hợp tác trên tạo thêm động lực thúc đẩy hợp tác trong khoa học - công nghệ giữa hai nước. Đặc biệt vào năm 2017 và 2022, dịp hai nước kỷ niệm 25 và 30 năm thiết lập quan hệ ngoại giao, nhiều cuộc khảo sát, trao đổi, học tập kinh nghiệm giữa hai nước và hội thảo chung đã được tổ chức.

Hai nước Việt Nam và Hàn Quốc đã hợp tác toàn diện về sở hữu trí tuệ, và công nghệ cao, đáng chú ý là Chính phủ Hàn Quốc đã hỗ trợ Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam thành lập Viện Khoa học và Công nghệ Việt Nam - Hàn Quốc (viết tắt là VKIST). Trong chuyến thăm Việt Nam tháng 3/2018, Tổng thống Moon Jae-in đã trực tiếp tham gia lễ khởi công VKIST. Đây sẽ là một biểu tượng hợp tác mạnh mẽ giữa Việt Nam và Hàn Quốc trong lĩnh vực nghiên cứu khoa học và công nghệ (Tổng Thùy Linh, 2022).

Hợp tác thể thao giữa Việt Nam và Hàn Quốc, nhất là bóng đá, với việc bổ nhiệm Huấn luyện viên Park Hang-seo làm huấn luyện viên của đội tuyển bóng đá quốc gia Việt Nam từ tháng 10/2017 đến 31/12/2022 và dưới sự dẫn dắt của ông, đội tuyển bóng đá Việt Nam đã chuyển mình ấn tượng. Huấn luyện viên Park Hang-seo đã giúp đội tuyển bóng đá quốc gia Việt Nam đạt được nhiều thành tựu nổi bật và lập nhiều kỷ lục lịch sử, và trở thành biểu tượng tốt đẹp của hợp tác thể thao Việt - Hàn.

Giao lưu học thuật như trao học bổng, trao đổi học giả có sự tham gia của nhiều tổ chức, doanh nghiệp tư nhân. Đến năm 2014, KOICA đã thực hiện tổng cộng hơn 50 dự án trải đều trên các lĩnh vực: công nghệ thông tin, giáo dục - đào tạo, y tế sức khỏe, thể chế hành chính,... với tổng mức hỗ trợ đạt 128.960.000 USD, bình quân đạt 6,45 triệu USD/năm. Trong đó, công nghệ thông tin 26%, giáo dục đào tạo 21%, y tế 19%, môi trường 15%, còn lại là các lĩnh vực khác như hạ tầng công nghiệp, thể chế hành chính, phát triển khu vực (KWAK Sungil và cộng sự, 2021); hai năm (2012-2013), KOICA hỗ trợ Việt Nam 1,5 triệu USD để triển khai Dự án Xây dựng đánh giá chứng chỉ nghề quốc gia¹⁶ với các hoạt động như: cử chuyên gia trao đổi kinh nghiệm, xây dựng, hoàn thiện hệ thống chứng chỉ nghề và tập huấn, đào tạo cho cán bộ Việt Nam tại Hàn Quốc.

KOICA phái cử tới Việt Nam tổng số 208 tình nguyện viên tính đến năm 2013; hàng năm đều có từ 6-10 chuyên gia dạy tiếng Hàn hoặc ngành Hàn Quốc học sang Việt Nam (KWAK Sungil và cộng sự, 2021). Ngoài ra, KF và KOICA luôn được duy trì khi hai tổ chức này đã hỗ trợ kinh phí cho khoảng 2.300 cán bộ thuộc các lĩnh vực khác nhau của Việt Nam sang Hàn Quốc học tập, bồi dưỡng nâng cao trình độ; gửi các chuyên gia Hàn Quốc giúp xây dựng tiêu chí đánh giá các loại chứng chỉ nghề phù hợp nhất, giúp thành lập và vận hành cơ quan quản lý đánh giá chứng chỉ

¹⁶ <https://www.vietnamplus.vn/koica-ho-tro-thi-thi-diem-chung-chi-nghe-quoc-gia/193745.vnp>, truy cập ngày 3/3/2023

nghe; cấp học bổng cử nhân, thạc sĩ, tiến sĩ từ Chính phủ Hàn Quốc như học bổng toàn cầu Hàn Quốc (GKS - Global Korea Scholarship) bắt đầu từ năm 2010 đã tạo nhiều cơ hội du học cho sinh viên Việt Nam; chương trình học tiếng Hàn, hỗ trợ nghiên cứu dành cho tiến sĩ...

Xây dựng các Quỹ học bổng của các tổ chức, doanh nghiệp tư nhân. Tiêu biểu là Học bổng KOCHAM (Hiệp hội thương mại và công nghiệp Hàn Quốc) - cho học sinh, sinh viên tại một số tỉnh thành trên cả nước. Ngoài ra, các tổ chức hữu nghị Hàn Quốc, các tập đoàn lớn như công ty điện tử Samsung, công ty xây dựng Booyoung... đã trao các suất học bổng riêng. Đến năm 2020, Quỹ Giao lưu Quốc tế Hàn Quốc – KF và công ty Điện tử Samsung đã trao học bổng cho tổng số 3.000 học sinh, sinh viên trên cả nước; tổ chức các hội thảo chuyên đề về học thuật; tổ chức chương trình tham quan, trải nghiệm Hàn Quốc dành cho thế hệ lãnh đạo trẻ tương lai... với tổng số tiền trị giá trên 810.000 USD (Samsung Newsroom Việt Nam, 2020).

4. Kết luận

Quan hệ giữa Việt Nam và Hàn Quốc đã được nâng tầm thành đối tác chiến lược toàn diện, với sự tương đồng về văn hóa xã hội, sự bổ sung lẫn nhau của cấu trúc kinh tế hai nước và vị thế đặc biệt của Việt Nam. Mặc dù ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc ở Việt Nam đã đạt được những kết quả quan trọng, nhưng vẫn chưa tương ứng với mức độ phát triển hợp tác kinh tế, đặc biệt là đầu tư và thương mại. Do tầm quan trọng của ngoại giao công chúng kiểu mới nên hai bên cần quan tâm và hiểu biết sâu sắc hơn.

Kể từ năm 2010, Chính phủ Hàn Quốc đã thực hiện chính sách ngoại giao công chúng kiểu mới mạnh mẽ, trong đó, ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế đại diện cho sức mạnh cứng, ngoại giao công chúng đại diện cho sức mạnh mềm. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số trong Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, ngoại giao công chúng kiểu mới ngày càng phát triển mạnh với các cách thức tiên hành mới và hệ thống.

Thực tế, triển khai ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc ở Việt Nam đã diễn ra trên nhiều lĩnh vực như văn hóa, tri thức, chính sách... nhằm nâng cao hiểu biết và lòng tin của công chúng Việt Nam đối với Hàn Quốc; Hàn Quốc đã thực hiện các hoạt động ngoại giao trực tiếp của Chính phủ Việt Nam, và hợp tác với chính quyền địa phương, khu vực tư nhân. Ở Việt Nam, Ngoại giao công chúng kiểu mới ở Hàn Quốc tập trung vào ba lĩnh vực chính gồm: văn hóa, tri thức và chính sách trong truyền thông với nhân dân Việt Nam.

Kinh nghiệm của ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc ở Việt Nam cho thấy cần nghiên cứu để xây dựng chiến lược, chính sách ngoại giao công chúng đồng bộ, xác định nội hàm và các phương thức thực hiện ngoại giao công chúng của Việt Nam; thực hiện ngoại giao công chúng của Việt Nam thiết thực, hiệu quả, với những cách làm mới, sáng tạo,... Trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và tình hình thế giới nhiều biến động như hiện nay, nghiên cứu và triển khai ngoại giao công chúng kiểu mới, cùng với ngoại giao nhà nước, nhằm phát huy sức mạnh tổng hợp phát triển đất nước.

Tài liệu tham khảo chính

Ayhan, K. (2019). Rethinking Korea's middle power diplomacy as a nation branding project. *Korea Observer*. 50(1). 124.

Báo Đầu tư (15/11/2015). *Khánh thành vườn ươm công nghệ Việt Nam - Hàn Quốc tại Cần Thơ*. <https://baodautu.vn/khanh-thanh-vuon-uom-cong-nghe-viet-nam-han-quoc-tai-can-tho-d35550.html>

Báo Đầu Tư (2/1/2021). KVIP - nơi ươm tạo công nghệ cho doanh nghiệp khởi nghiệp. <https://baodautu.vn/kvip--noi-uom-tao-cong-nghe-cho-doanh-nghiep-khoi-nghiep-d135976.html>

Choi, G. (2018). *People, public diplomacy in the age of fourth industrial revolution*. Seoul, Korea: Gwangjin Munhwasa.

Đặng Ngọc Minh. (10/12/2010). Khảo sát, học tập kinh nghiệm về hỗ trợ khai thác tài sản trí tuệ tại Hàn Quốc. *Công thông tin số Khoa học và công nghệ thành phố Đà Nẵng*. <https://dost.danang.gov.vn/chi-tiet-tin-tuc?dinhdanh=8756&cat=0>

Hans Tuch. (1990). *Communicating With the World: US Public Diplomacy Overseas*. New York: St Martin's Press.

Jan Melissen. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. PALGRAVE MACMILLAN. New York. www://Ngoại giao công chúng kiểu mới/The_New_Public_Diplomacy.pdf

Joseph Nye, Jr. "Public Diplomacy and Soft Power", *Annals of the American Academy of Political and social Science*, Vol. 616, March 2008.

Joseph Nye: "Think Again: Soft Power", <https://foreignpolicy.com/2006/02/23/think-again-soft-power/>

Kim, T. (2012). *Paradigm shift in diplomacy: A conceptual model for Korea's new public diplomacy*. Korea Observer. 43(4). 527555.

Kim, T. (2019). *The direction of policy public diplomacy toward the U.S. with a comparative perspective. A proposal for the Foreign Ministry's policy public diplomacy expert seminar* (Nov. 9, 2019). Incheon, Korea.

KWAK Sungil, BEAK Yong-Hun, LEE Han-Woo, Lê Quốc Phương, Vũ Mạnh Lợi, Nguyễn Thị Thanh Huyền. (2021). *30 năm hợp tác kinh tế và xã hội giữa Việt Nam và Hàn Quốc*. Korea Institute for International Economic Policy.

Lê Thị Thu Hằng. (25/9/2019). Ngoại giao công chúng trong triển khai một nền ngoại giao Việt Nam toàn diện. *Tạp chí Cộng sản*. <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/-oi-ngoai2/-/2018/812605/ngoai-giao-cong-chung-trong-trien-khai-mot-nen-ngoai-giao-viet-nam-toan-dien.aspx>

MOFA. Public Diplomacy of Korea. https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do

Nguyễn Thị Thắm. (2020). Quan hệ đối tác chiến lược Việt Nam - Hàn Quốc trong lĩnh vực văn hóa - xã hội. *Nghiên cứu Đông Bắc Á*. Số 8.

Nguyễn Thị Thanh Thủy. (22/6/2020). Chiến lược phát huy "sức mạnh mềm" của Hàn Quốc và ý nghĩa tham chiếu đối với Việt Nam. *Tạp chí Cộng sản*. <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/the-gioi-van-de-su-kien/-/2018/816904/chien-luoc-phat-huy-%E2%80%9Csuc-manh-mem%E2%80%9D-cua-han-quoc-va-y-nghia-tham-chieu-doi-voi-viet-nam.aspx>

Nicholas J. Cull: *Public Diplomacy before Gullion: The evolution of Phrase*

Tống Thùy Linh. (2022). Ngoại giao công chúng kiểu mới của Hàn Quốc. *Khoa học xã hội Việt Nam*. Số 10.

Vietnamplus. (11/7/2016). Hà Nội và Seoul tăng cường hợp tác trên nhiều lĩnh vực. <https://www.vietnamplus.vn/ha-noi-va-seoul-tang-cuong-hop-tac-tren-nhieu-linh-vuc/395335.vnp>

Xuân Khu. (30/10/2016). TP Hồ Chí Minh và thủ đô Seoul ký thỏa thuận hợp tác. *Vietnamplus*. <https://www.vietnamplus.vn/thanh-pho-ho-chi-minh-va-thu-do-seoul-ky-thoa-thuan-hop-tac/413630.vnp>