

Lễ hội giao lưu văn hóa: Chiến lược ngoại giao văn hóa bền vững giữa Nhật Bản và Việt Nam giai đoạn 2009-2024

Ths. Nguyễn Thị Thanh Hoa

1. Đặt vấn đề

Trong thế giới hiện đại, việc phát triển và duy trì giao lưu văn hóa giúp giảm thiểu sự khác biệt văn hóa. Những lễ hội trao đổi văn hóa giúp công tác ngoại giao văn hóa trở nên hiệu quả hơn, góp phần củng cố quan hệ quốc tế giữa các quốc gia. Nói cách khác, các cuộc đối thoại và ngoại giao văn hóa được nhìn nhận là cách thức hiệu quả để xóa bỏ những hiểu lầm và xây dựng sự hiểu biết lẫn nhau (Akli, 2012, tr.38; Saaida, 2023, tr.54). Giao lưu văn hóa vì vậy được nhiều Chính phủ sử dụng như một công cụ sức mạnh mềm thúc đẩy sự trao đổi, quảng bá các giá trị của một quốc gia thông qua cuộc đối thoại giữa các nền văn hóa khác nhau (Pamment, 2013, tr.13). Điều này thúc đẩy việc xây dựng mối quan hệ thông qua củng cố lòng tin và sẵn sàng tương hỗ khi cần thiết giữa các quốc gia. Một trong những sự kiện đánh dấu cột mốc Việt Nam và Nhật Bản bắt đầu nâng cấp lên quan hệ đối tác chiến lược năm 2009 là các lễ hội giao lưu văn hóa được tổ chức thường niên ở cả hai quốc gia. Những nét đặc trưng bản sắc dân tộc trở thành những đại diện tiêu biểu thắt chặt tình hữu nghị, mở ra nhiều cơ hội hợp tác lâu dài trong lĩnh vực văn hóa, cũng như nhiều lĩnh vực khác giữa Nhật Bản và Việt Nam.

Tác giả sử dụng khung lý thuyết về sức mạnh mềm của Joseph Nye để thực hiện bài nghiên cứu. Cả Nhật Bản và Việt Nam đều tận dụng sức mạnh mềm gây ảnh hưởng đến đối tượng khác thông qua thuyết phục và khơi gợi sức hấp dẫn tích cực để đạt được những kết quả mong muốn trong quan hệ đối tác chiến lược. Cần hiểu rõ hơn sức hấp dẫn văn hóa tự thân không phải là sức mạnh mềm cho đến khi nó giúp đạt được mục tiêu dựa trên các chính sách của chính phủ quốc gia đó.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu lịch sử kết hợp với phương pháp tổng hợp, phân tích từ thực tiễn hình thức lễ hội giao lưu văn hóa giữa Việt Nam và Nhật Bản từ khi hai quốc gia bắt đầu xây dựng quan hệ đối tác chiến lược năm 2009. Tất cả dữ liệu được thu thập và phân tích từ nguồn tài liệu thứ cấp uy tín: các báo cáo của chính phủ các quốc gia liên quan, các tổ chức tài chính quốc tế, thông tin khoa học trên các tạp chí và trang điện tử chính thống sẽ làm rõ vai trò của các lễ hội giao lưu văn hóa giữa Nhật Bản và Việt Nam góp phần tạo nên tính bền vững cho chiến lược ngoại giao văn hóa song phương của hai nước.

3. Kết quả và thảo luận

Khái niệm về ngoại giao văn hóa và lễ hội giao lưu văn hóa

Ngoại giao văn hóa được hiểu là việc gắn liền giữa ngoại giao và văn hóa. Cụ thể hơn, ngoại giao văn hóa là “sự trao đổi ý tưởng, thông tin, nghệ thuật và các khía cạnh khác của văn hóa giữa các quốc gia và các dân tộc nhằm thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau” (Goff, 2013, tr.2). UNESCO (2001) lại cho rằng, khi văn hóa nằm trong cụm từ “ngoại giao văn

hóa”, nghĩa của từ này được hiểu rộng hơn chính là “sự tổng hợp các nét đặc trưng về tinh thần, vật chất, trí tuệ và tình cảm xã hội bao gồm cả nghệ thuật, văn học, lối sống, cách thức chung sống, hệ thống giá trị, truyền thông và cả tín ngưỡng”.

Các học giả Nhật Bản có quan niệm hợp nhất cả hai khái niệm ngoại giao văn hóa và ngoại giao công chúng khi gọi chung là *kōhō bunka gaikō* (広報文化外交), với *koho* nghĩa là quan hệ công chúng và *bunka* là văn hóa. Ngoại giao văn hóa của một quốc gia là cách thức truyền thông thông tin dựa trên một hệ thống trao đổi nền văn hóa nội tại bao gồm nghệ thuật, trí tuệ, thể thao, thể hệ trẻ để hiện thực hóa chính sách văn hóa đối ngoại của chính phủ.

Với tác giả Phạm Sanh Châu (2008, tr.123), ngoại giao văn hóa “là lĩnh vực đặc biệt của hoạt động ngoại giao, liên quan đến sử dụng văn hóa như là đối tượng và phương tiện nhằm đạt được những mục tiêu cơ bản trong chính sách đối ngoại của quốc gia, tạo hình ảnh tốt đẹp của đất nước, quảng bá văn hóa và ngôn ngữ quốc gia trên thế giới”.

Trong hoạt động ngoại giao văn hóa, lễ hội văn hóa là những hoạt động được truyền giữ qua nhiều thế hệ, trở thành một nhu cầu không thể thiếu trong đời sống tinh thần con người. Đây là những sự kiện tôn vinh di sản văn hóa, truyền thống và những giá trị của một cộng đồng. Theo nhà nghiên cứu Đông Phong (1998, tr.36), lễ hội truyền thống văn hóa dân gian “là nét sinh hoạt văn hóa của quần chúng, đậm đà bản sắc dân tộc Việt Nam, vốn đã có truyền thống lâu đời mà ngày nay chúng ta vẫn còn lưu giữ những nét cơ bản nhất, thực sự đã trở thành lễ hội cổ truyền hàng năm trên mọi miền đất nước”. Với người Nhật Bản, lễ hội văn hóa sẽ tạo nên sự gắn kết xã hội từ những chuẩn mực và thực hành văn hóa trong cộng đồng. Nhà nghiên cứu Yamaguchi (2018) đã khám phá ra các sự kiện giao lưu văn hóa quy tụ con người ở nhiều lứa tuổi, hoàn cảnh, quốc gia sẽ nuôi dưỡng cảm giác thân thuộc, tăng cường sự gắn kết giữa cộng đồng trong nước lẫn quốc tế.

Như vậy, lễ hội văn hóa, một trong những hoạt động thuộc ngoại giao văn hóa, không chỉ là phương tiện bảo tồn di sản văn hóa mà còn là nền tảng cho việc thể hiện và sáng tạo văn hóa. Các lễ hội văn hóa giúp cho các cộng đồng xích lại gần nhau thông qua chia sẻ các hoạt động văn hóa, đồng thời nuôi dưỡng ý thức về bản sắc và niềm tự hào dân tộc.

Chính sách văn hóa của Nhật Bản và Việt Nam giai đoạn 2009-2024

Chính sách văn hóa của Nhật Bản giai đoạn 2009-2024

Trải qua thời kỳ bất ổn chính trị vì không giải quyết được thỏa đáng những vấn đề an ninh, thiên tai, sự cầm quyền trở lại của Thủ tướng Shinzo Abe đánh dấu sự ổn định trở lại từ năm 2006. Từ đây, Nhật Bản tiếp tục tạo nền tảng cho các chiến lược phát triển văn hóa quốc gia (Schoppa, 2013) hướng đến mục tiêu củng cố vị thế “cường quốc văn hóa” trong khu vực.

Chiến lược “Cool Japan” trở thành trung tâm của chính sách ngoại giao văn hóa, nhấn mạnh mục tiêu nâng cao hình ảnh quốc gia, thúc đẩy sự hợp tác và trao đổi giáo dục - văn hóa quốc tế. Quỹ Cool Japan thành lập năm 2010 khuyến khích các chương trình giao lưu nghệ thuật, đồng sản xuất phim truyền hình và tổ chức lễ hội văn hóa liên quốc gia

(METI, 2010). Năm 2013, Chính phủ tiếp tục đẩy mạnh chính sách văn hóa nhằm củng cố vị thế quốc tế và phát triển kinh tế sáng tạo với ngân sách 50 tỷ yên cho chiến lược “Cool Japan” nhằm quảng bá văn hóa truyền thống (Abe, 2013).

Từ năm 2020, chính quyền Thủ tướng Sugar Yoshihide tận dụng các dịp kỷ niệm ngoại giao tổ chức nhiều sự kiện văn hóa quy mô lớn, phối hợp giữa cơ quan chính phủ và tổ chức tư nhân. Trong những dịp đó, các chương trình giới thiệu văn hóa truyền thống như trà đạo, cắm hoa, gấp giấy Origami, điện ảnh, âm nhạc, võ thuật, hoạt hình, truyện tranh và ẩm thực Nhật được triển khai thường xuyên ở nước ngoài.

Với truyền thông, hạ tầng truyền thông số như Japan Gov và các nền tảng mạng xã hội đa ngôn ngữ được đầu tư mạnh để quảng bá văn hóa Nhật Bản ra thế giới và mở rộng hợp tác văn hóa mang tính song phương nhiều hơn với các khu vực Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam, hiện thực hóa quá trình dịch chuyển quyền lực toàn cầu từ Tây sang Đông trong thế kỷ XXI (Christopher Layne, 2012, tr.21).

Chính sách văn hóa của Việt Nam giai đoạn 2009-2024

Thời kỳ đổi mới trong công tác đối ngoại giai đoạn 2009-2024 chứng kiến sự hội nhập quốc tế, thúc đẩy giao lưu nhân dân và quảng bá bản sắc văn hóa dân tộc thông qua sự đổi mới của chính sách văn hóa Việt Nam. Văn hóa được Nhà nước xác định là “nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, là động lực phát triển” (Ban chấp hành Trung ương Đảng, 2014). Trong giai đoạn này, *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn 2030* được nhìn nhận là trọng điểm tập trung phát triển điện ảnh, mỹ thuật, du lịch, văn hóa, thời trang và quảng bá di sản như những ngành có giá trị kinh tế với độ lan tỏa toàn cầu cao (Chính phủ Việt Nam, 2016).

Việt Nam chú trọng chiến lược tăng cường các hoạt động hợp tác song phương và đa phương thông qua các chương trình giao lưu lễ hội, trao đổi nghệ thuật, hợp tác di sản và đối thoại văn hóa nhằm nâng cao vị thế về lĩnh vực này trong khu vực. Bên cạnh đó, nhiều dự án hợp tác quốc tế được triển khai, cụ thể như việc tham gia Công ước UNESCO 2003 và 2005 về hợp tác bảo tồn di sản, thúc đẩy các tuần lễ văn hóa tại các nước ASEAN, Hàn Quốc và Nhật Bản (Ngô Minh, 2024).

Việc số hóa di sản, ứng dụng công nghệ trong quảng bá văn hóa được thực hiện mạnh mẽ bao gồm các di tích, bảo tàng 3D, sản phẩm xuất bản điện tử qua các nền tảng truyền thông số góp phần đưa văn hóa Việt Nam đến gần hơn với công chúng quốc tế (UNESCO, 2021). Chính phủ tích cực tổ chức, tham gia sự kiện văn hóa và duy trì các hoạt động hợp tác văn hóa trong giai đoạn này định hướng cho đất nước hội nhập mà vẫn bảo tồn bản sắc dân tộc. Điều này tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của ngành công nghiệp văn hóa cũng như xây dựng hình ảnh quốc gia.

Một số thành tựu về các lễ hội giao lưu văn hóa của Nhật Bản và Việt Nam giai đoạn 2009-2024

Trong giai đoạn này, các lễ hội giao lưu văn hóa giữa Nhật Bản và Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ về quy mô, hình thức và tần suất, thể hiện xu hướng “ngoại giao văn hóa

bền vững” mà cả hai quốc gia đều theo đuổi hơn một thập kỷ qua. Những mô hình tiêu biểu cho việc nâng cao quan hệ trong lĩnh vực văn hóa giữa Nhật Bản và Việt Nam là Lễ hội giao lưu văn hóa Việt Nam - Nhật Bản khởi đầu từ năm 2009 và được tổ chức ở cả hai quốc gia đều đặn từ 2009-2024 như một biểu tượng giao thoa văn hóa giới thiệu ẩm thực, nghệ thuật biểu diễn, âm nhạc, trang phục truyền thống và các hoạt động cộng đồng; Lễ hội “Xin chào! Việt Nam 2009” được tổ chức ở Thủ đô Tokyo; chuỗi sự kiện Lễ hội Việt - Nhật (Japan - Vietnam Festival, viết tắt: JVF) được khởi xướng từ năm 2013 tại Thành phố Hồ Chí Minh bao gồm Lễ hội Nhật Bản - Việt Nam (Japan Day), Vietnam Festival tại Tokyo và Lễ hội Hoa anh đào (Cherry Blossom Festivals) cùng các hoạt động giao lưu nghệ thuật đương đại, giáo dục, ẩm thực diễn ra ở cả hai quốc gia...

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam (2020) nhìn nhận lễ hội đã góp phần nâng cao hiểu biết lẫn nhau giữa nhân dân hai nước, đồng thời củng cố quan hệ đối tác chiến lược ngày càng sâu rộng giữa Nhật Bản và Việt Nam. Điểm chung của các lễ hội là sự đồng lòng phối hợp tổ chức của các cơ quan chính phủ, tổ chức về văn hóa nghệ thuật kết hợp với doanh nghiệp của hai quốc gia. Văn hóa đã thực sự được xem như một nguồn lực sức mạnh mềm giúp củng cố quan hệ song phương nhiều mức độ.

Từ năm 2009-2013 hai quốc gia đẩy mạnh giao lưu nhân dân. Các lễ hội trong thời kỳ này mang tính giới thiệu văn hóa, được nhìn nhận qua *Vietnam Festival* tại Nhật Bản (khởi xướng từ năm 2008) cùng những sự kiện giới thiệu ẩm thực, nghệ thuật truyền thống và âm nhạc... đã giúp gia tăng sự hiểu biết giữa người dân hai nước, nâng cao thiện cảm cũng như việc nhận diện văn hóa lẫn nhau. Điều này đáp ứng được định hướng “mở rộng hợp tác văn hóa để nâng cao nhận thức về Nhật Bản tại Việt Nam và ngược lại” (MOFA Japan, 2010).

Giai đoạn từ 2014-2019 được đánh giá là “giai đoạn vàng” của giao lưu văn hóa song phương, khi Lễ hội Việt - Nhật (JVF) bắt đầu được tổ chức thường niên và trở thành cầu nối văn hóa - kinh tế quan trọng của cả hai quốc gia. Điểm độc đáo của lễ hội này nằm ở tiêu chí “cùng tạo dựng - cùng chia sẻ” kết hợp giữa quảng bá hình ảnh quốc gia qua văn hóa truyền thống và giới thiệu thời trang, công nghệ, giáo dục, du lịch cùng kinh tế sáng tạo. Điều này cho thấy bước tiến mới trong hình thức lễ hội không chỉ dừng lại ở việc gia tăng thiện cảm mà còn tạo điều kiện vào việc đầu tư và trao đổi tri thức, hợp tác kinh doanh lĩnh vực văn hóa lâu dài. Cụ thể, hai quốc gia nỗ lực giới thiệu các chương trình, sự kiện quảng bá văn hóa, ký kết mua bán các sản phẩm, dịch vụ văn hóa đại chúng, điển hình như anime, manga, phim ảnh. Chính phủ Nhật Bản nhìn nhận mô hình này đã xây dựng nên hình ảnh “nước Nhật thân thiện” ở các nước Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam (METI, 2016). Qua đó, Việt Nam cũng xem đây là cơ hội quảng bá hình ảnh đất nước “hòa bình - phát triển - cởi mở” trong mắt công chúng Nhật Bản.

Thời kỳ đại dịch COVID-19 (2020-2022), các sự kiện văn hóa phải chuyển sang hình thức trực tuyến. Các nền tảng số được tận dụng tối đa để duy trì các hoạt động giao lưu nghệ thuật, bao gồm: Trình chiếu phim Nhật - Việt trên nền tảng số, triển lãm online, giao lưu âm nhạc trực tuyến giữa hai nước. Việc duy trì các lễ hội trong điều kiện hạn chế đi lại cho thấy Nhật Bản và Việt Nam đã phát triển được một hệ sinh thái giao lưu văn hóa

bền vững thích ứng với sự biến động toàn cầu (Yamamura & Seaton, 2021).

Sau đại dịch, giai đoạn 2022-2024 chứng kiến sự trở lại mạnh mẽ của các lễ hội văn hóa, phản ánh sự phục hồi sâu rộng của quan hệ song phương. *JVF* thu hút hàng trăm nghìn lượt khách mỗi năm và *Vietnam Festival* tại Nhật Bản được mở rộng quy mô đến nhiều tỉnh thành như Tokyo, Saitama và Fukuoka. Những sự kiện như Lễ hội Việt Nam - Nhật Bản tại Đà Nẵng, Lễ hội giao lưu văn hóa Hội An - Nhật Bản cùng các chương trình hợp tác bảo tồn di sản vật thể và phi vật thể đã nâng cấp quan hệ văn hóa từ “truyền bá văn hóa” sang “bảo tồn và phát triển văn hóa bền vững”. Các nghệ sĩ trẻ, doanh nghiệp tư nhân và cộng đồng địa phương cả hai quốc gia là lực lượng đã sáng tạo các sự kiện này từ hình thức giao lưu đơn lẻ thành một nền tảng hợp tác văn hóa du lịch bền vững. Theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam (2022), điều này hoàn toàn phù hợp với định hướng phát triển quốc gia bền vững nhằm gia tăng giá trị kinh tế từ lĩnh vực này, đồng thời nằm trong tầm nhìn của Nhật Bản về việc thúc đẩy giao lưu văn hóa để củng cố lòng tin và sự ổn định của khu vực (MOFA Japan, 2023).

Lễ hội văn hóa không chỉ đóng vai trò quảng bá hình ảnh quốc gia, gia tăng sự hiểu biết lẫn nhau mà còn tạo nên không gian tương tác trực tiếp giữa cộng đồng hai nước, thúc đẩy du lịch hai chiều giữa Nhật Bản và Việt Nam. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam (2026) công bố số lượng khách trao đổi giữa Việt Nam và Nhật Bản đã đạt khoảng 1,5 triệu lượt; trong đó, số lượng khách Việt Nam đến Nhật Bản khoảng 679 nghìn lượt và du khách Nhật Bản đến Việt Nam khoảng 814 nghìn lượt. Thông qua đó, doanh thu ngành Du lịch cũng tăng trưởng theo và tạo nên các hiệu ứng lan tỏa đến nhiều lĩnh vực như giao thông vận tải, lưu trú, ẩm thực, dịch vụ bán lẻ. Điều này giúp gia tăng nguồn thu ngoại tệ, thúc đẩy sự phát triển du lịch và làm nền tảng cho một chiến lược ngoại giao văn hóa song phương bền vững.

4. Kết luận

Nhìn chung, xu hướng “ngoại giao văn hóa bền vững” của Nhật Bản và Việt Nam đều chú trọng bảo tồn bản sắc dân tộc, số hóa văn hóa truyền thống, di sản, ứng dụng công nghệ trong quảng bá. Điều này tạo nên sức hấp dẫn tự thân cho mỗi nền văn hóa, giúp gia tăng mức độ hiểu biết lẫn nhau giữa công dân nhiều thế hệ hai nước và giá trị kinh tế cho lĩnh vực này, thể hiện rõ vai trò sức mạnh mềm của công nghiệp văn hóa của Nhật Bản và Việt Nam. Trong đó, hình thức lễ hội văn hóa trong chiến lược ngoại giao văn hóa bền vững của cả hai quốc gia được thể hiện qua ba đặc điểm chính như sau:

Thứ nhất, tính liên tục và thể chế hóa. Các lễ hội được tổ chức hằng năm, có ban điều phối chung, sự hỗ trợ từ Chính phủ, doanh nghiệp, đoàn thể cho thấy giao lưu văn hóa không phải hoạt động mang tính lễ nghi mà đã trở thành một phần chính yếu của chính sách đối ngoại hai quốc gia. Các sự kiện này đã trở thành cầu nối gia tăng sự hiểu biết và thiện cảm hai chiều giữa Nhật Bản và Việt Nam.

Thứ hai, tính đa chiều, hướng tới cộng đồng. Đối tượng của các hoạt động không chỉ là giới ngoại giao mà còn hướng đến người dân, thanh niên, doanh nghiệp, nghệ sĩ. Chính thành phần tham gia đa dạng này tạo ra nền tảng xã hội rộng cho quan hệ song

phương - điều mà lý thuyết “ngoại giao nhân dân mở rộng” (*expanded people-to-people diplomacy*) nhấn mạnh (Snow, 2020).

Thứ ba, tính bền vững dựa trên lợi ích chung. Lễ hội văn hóa không chỉ mang tính giải trí mà còn thúc đẩy du lịch, thương mại, đầu tư, trao đổi nhân lực, qua đó tạo động lực thực tiễn nhằm duy trì hợp tác lâu dài. Đây là biểu hiện rõ nét của ngoại giao văn hóa trong thế kỷ XXI - nơi văn hóa được coi là tài sản chiến lược có khả năng tạo giá trị kinh tế, xã hội (Holden, 2013).

Tổng thể giai đoạn 2009-2024 cho thấy các lễ hội giao lưu văn hóa Nhật - Việt đã trở thành nền tảng quan trọng trong xây dựng quan hệ đối tác chiến lược toàn diện sâu rộng giữa hai nước. Chúng không chỉ thúc đẩy sự hiểu biết và tôn trọng lẫn nhau mà còn góp phần hình thành một mô hình ngoại giao văn hóa bền vững - nơi văn hóa, con người và lợi ích chung gắn kết chặt chẽ, tạo cơ sở vững chắc cho hợp tác tương lai. Điều này càng thể hiện rõ được tính thực thi của các mục tiêu đề ra trong chính sách về ngoại giao văn hóa của cả Nhật Bản và Việt Nam hiện nay.

Tài liệu tham khảo

1. Abe, S. (2013, 22 tháng 2). *Speeches and Statements by the Prime Minister* (Các bài phát biểu và Tuyên bố của Thủ tướng Abe). Prime Minister of Japan and his Cabinet. https://japan.kantei.go.jp/96_abe/statement/201302/22speech_e.html
2. Akli, M. (2012). *The role of study-abroad students in cultural diplomacy: Toward an international education as soft action* (Vai trò của sinh viên du học trong ngoại giao văn hóa: Hướng đến giáo dục quốc tế như một hành động mềm). *International Research and Review: Journal of Phi Beta Delta*, 2(1). <https://doi.org/10.4324/9780203096734>
3. Ban Chấp hành Trung ương. (2014). *Nghị quyết 33-NQ/TW về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam*.
4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2020). *Báo cáo tổng kết hoạt động giao lưu văn hóa Việt Nam - Nhật Bản giai đoạn 2009-2020*.
5. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2022). *Chiến lược phát triển văn hóa Việt Nam đến năm 2030*.
6. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2026, 4 tháng 2). *Nỗ lực thúc đẩy phát triển ngành Du lịch giữa Việt Nam - Nhật Bản*. Cổng thông tin điện tử Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. <https://bvhttdl.gov.vn/no-luc-thuc-day-phat-trien-nganh-du-lich-giua-viet-nam-nhat-ban-2026020408580292.html>
7. Chính phủ Việt Nam. (2016). *Quyết định 1755/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*.
8. Chính phủ Việt Nam - Nhật Bản. (2010, 31 tháng 10). *Tuyên bố chung Việt Nam - Nhật Bản về phát triển toàn diện quan hệ đối tác chiến lược vì hòa bình và phồn vinh ở châu Á*. Báo Việt Nam Plus. <https://en.vietnamplus.vn/vietnam-japan-boost-strategic-partnership-post23761.vnp>
9. Đông Phong. (1998). *Về nguồn văn hóa cổ truyền Việt Nam*. Nhà xuất bản Mũi Cà Mau.
10. Goff, P. M. (2013). *Cultural Diplomacy: Oxford Handbooks Online* (Ngoại giao văn hóa: Từ điển Oxford trực tuyến). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199588862.013.0024>

11. Holden, J. (2013). *Cultural diplomacy: The linchpin of public diplomacy (Ngoại giao văn hóa: mấu chốt của ngoại giao nhân dân)*. Foreign & Commonwealth Office.
 12. Layne, C. (2012). *The Global Power Shift from West to East, The National Interest (Sự chuyển dịch quyền lực toàn cầu từ Tây sang Đông, lợi ích quốc gia)*. Số 119. <https://www.jstor.org/stable/42896450>
 13. METI. (2016). *Cool Japan Strategy (Chiến lược Cool Japan - Nhật Bản thân thiện)*. https://www.meti.go.jp/english/policy/mono_infoservice/creative_industries/creative_industries.html
 14. Ministry of Economy, Trade and Industry (METI). (2010, 15 tháng 10). *Cool Japan Strategy (Chiến lược Cool Japan - Nhật Bản thân thiện)*. Báo Japan Times. <https://www.japantimes.co.jp/opinion/2010/08/15/editorials/promoting-cool-japan>
 15. MOFA of Japan. (2023). *Diplomatic Bluebook 2023 (Sách xanh ngoại giao 2023)*. https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2023/en_html/index.html
 16. Ngô Minh. (2024, 5 tháng 6). *Vietnam promotes cultural industries in line with UNESCO Convention (Việt Nam quảng bá công nghiệp văn hóa phù hợp với quy ước của UNESCO)*. HanoiTimes. <https://hanoitimes.vn/vietnam-promotes-cultural-industries-in-line-with-unesco-convention-327048.html>
 17. Pamment, J. (2013). *New Public Diplomacy in the 21st Century: A Comparative Study of Policy and Practice (Ngoại giao công chúng mới trong thế kỷ XXI: Nghiên cứu so sánh giữa chính sách và thực tiễn)*. Routledge.
 18. Phạm Sanh Châu. (2008). *Ngoại giao văn hóa vì một bản sắc Việt Nam trên trường quốc tế*. Nhà xuất bản Thế giới.
 19. Saaida, M. B.E. (2023). *The Role of Culture and Identity in International Relations (Vai trò của văn hóa và bản sắc trong quan hệ quốc tế)*. East African Journal of Education and Social Sciences, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.46606/eajess2023v04i01.0255>
 20. Schoppa, L. J. (2013). *The Evolution of Japan's Party System: Politics and Policy in an Era of Institutional Change (Sự phát triển của hệ thống đảng phái Nhật Bản: Chính trị và Chính sách trong kỷ nguyên của sự thay đổi thể chế)*. University of Toronto Press.
 21. Snow, N. (2020). *Public diplomacy and cultural engagement in Asia (Ngoại giao nhân dân và sự giao thoa văn hóa ở châu Á)*. Routledge.
 22. UNESCO. (2001, 2 tháng 11). <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity>
 23. UNESCO. (2021). *Culture and creativity in Vietnam: Policy review report (Văn hóa và sự sáng tạo ở Việt Nam: Báo cáo về đánh giá chính sách)*. UNESCO Publishing.
 24. Yamaguchi, K. (2018). *Matsuri festivals and social cohesion in Japanese communities (Lễ hội Matsuri và sự gắn kết xã hội trong cộng đồng Nhật Bản)*. Asian Cultural Studies, 14(2). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13203.80162>.
 25. Yamamura, T., & Seaton, P. (2021). *Tourism and cultural diplomacy in the COVID-19 era (Du lịch và ngoại giao văn hóa trong kỷ nguyên COVID-19)*. Journal of Tourism Futures. 7(3). <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2020-0115>
- Ngày Tòa soạn nhận bài: 1/4/2026; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 15/4/2026; Ngày duyệt bài: 27/4/2026.