

BẢN SẮC VĂN HÓA VIỆT NAM TRONG QUAN HỆ ĐỐI NGOẠI VỚI CÁC NƯỚC ASEAN TỪ NĂM 1995 ĐẾN NAY

LÊ XUÂN THÂN*

PHAN THỊ HỒNG XUÂN**

Tóm tắt: Việc cộng đồng ASEAN chính thức được hình thành vào năm 2015 đã mở ra nhiều cơ hội và thách thức đan xen đối với Việt Nam. Trải qua hơn 25 năm tham gia vào tổ chức này, Việt Nam đã hội nhập sâu rộng vào hầu hết các lĩnh vực hợp tác của ASEAN, chủ yếu ở ba trụ cột: an ninh - chính trị, kinh tế và văn hoá - xã hội, trong đó hợp tác văn hóa giữa Việt Nam với ASEAN nói chung và hợp tác văn hoá giữa Việt Nam với các nước ASEAN nói riêng đã đạt một số thành tựu nhất định, tạo tiền đề cho sự phát triển tốt đẹp trong tương lai. Bài viết gồm 3 nội dung chính: (1) Định vị văn hóa Việt Nam; (2) Vận dụng các yếu tố văn hóa Việt Nam trong quan hệ đối ngoại với các nước ASEAN; (3) Một số ý kiến góp phần nâng cao giá trị bản sắc Việt Nam trong Cộng đồng ASEAN tầm nhìn đến năm 2025.

Từ khóa: bản sắc văn hóa, quan hệ đối ngoại, Việt Nam, ASEAN.

1. Định vị bản sắc văn hóa Việt Nam

Bản sắc văn hóa là nét đặc trưng của một nền văn hóa được hình thành trong quá trình lịch sử phát triển của dân tộc, được con người tạo ra và thể hiện những nét riêng của dân tộc mình, gắn liền với quá trình phát triển kinh tế, chính trị, xã hội của quốc gia. Việt Nam là một trong những quốc gia có nền văn hóa đặc sắc và mang những nét độc đáo rất riêng mà khó có quốc gia nào trên thế giới có được.

1.1. Tính thống nhất trong đa dạng của Văn hóa Việt Nam

Tính thống nhất trong đa dạng của văn hóa Việt Nam được thể hiện qua thời gian và không gian. Cụ thể:

- Thống nhất về thời gian: Việt Nam có 54 tộc người, tuy nhiên theo truyền thuyết “Lạc Long Quân và Âu Cơ”, các tộc người đều có cùng cội nguồn lịch sử “con Rồng cháu Tiên”, đều là anh em “đồng bào”, trăm trứng nở ra trăm con, năm mươi theo

* Lê Xuân Thân, Học viên cao học, Học Viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

** PGS.TS. Phan Thị Hồng Xuân, Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn TP. HCM

mẹ xuống biển, năm mươi theo cha lên núi mở mang bờ cõi, xây dựng đất nước.

- Thống nhất về không gian: Trải qua lịch sử hàng nghìn năm dựng nước và giữ nước, các hệ hệ Việt Nam đã xây dựng nên một nền văn hóa thống nhất ví như tinh thần yêu nước nồng nàn; Ý chí tự lực, tự cường dân tộc; Tinh thần đại đoàn kết toàn dân tộc; Tình yêu thương con người, lòng nhân ái và khoan dung; Tinh thần lao động cần cù sáng tạo của nhân dân ta; Tinh thần lạc quan, yêu cuộc sống. Nền văn hóa ấy được hun đúc trong một không gian địa - văn hoá - chính trị - lịch sử có hình dạng chữ S. Trong suốt chiều dài lịch sử đó, những cuộc đấu tranh bảo vệ nền độc lập chống giặc ngoại xâm, tinh đoàn kết dân tộc được xác định như một thứ vũ khí sắc bén nhất, mạnh mẽ nhất, là động lực chủ yếu giúp dân tộc Việt Nam có thể chiến thắng trước nhiều thế lực ngoại xâm hùng mạnh.

- Tính đa dạng theo không gian: GS. TS Trần Quốc Vương đã chia văn hóa Việt Nam thành 6 vùng văn hóa với những đặc trưng khác nhau như: vùng văn hóa Tây Bắc; vùng văn hóa Việt Bắc; vùng văn hóa Bắc Bộ; vùng văn hóa Trung bộ; vùng văn hóa Tây Nguyên; vùng Văn hóa Nam bộ⁽¹⁾.

- Tính đa dạng văn hóa theo thời gian: Văn hóa Việt Nam theo thời gian được chia thành 6 giai đoạn với những nét đặc trưng riêng, đó là: thời tiền sử; thời sơ sử; giai đoạn thiên niên kỷ thứ nhất sau Công nguyên; giai đoạn Việt Nam độc lập; giai đoạn thời Pháp thuộc và cuối cùng là văn hóa Việt Nam từ năm 1945 đến nay với hệ

tư tưởng xã hội của Chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh. Trong giai đoạn hội nhập quốc tế, văn hóa Việt Nam cũng không nằm ngoài quỹ đạo của quá trình giao lưu, hội nhập văn hóa diễn ra trên toàn cầu.

1.2. Những nét đặc trưng của Văn hóa Việt Nam

Nghị quyết Trung ương 5 (khóa VIII) của BCH Trung Ương Đảng CSVN cũng đã chỉ ra rằng: “Bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam bao gồm những giá trị bền vững, những tinh hoa của cộng đồng các dân tộc Việt Nam được vun đắp nên qua lịch sử hàng nghìn năm đấu tranh dựng nước và giữ nước”. Đó là “lòng yêu nước nồng nàn, ý chí tự cường dân tộc”, “tinh thần đoàn kết, ý thức cộng đồng gắn kết cá nhân - gia đình - làng xã” - Tổ quốc; “lòng nhân ái, khoan dung, trọng nghĩa tình, đạo lý; đức tính cần cù, sáng tạo trong lao động; sự tinh tế trong ứng xử, tính giản dị trong lối sống”⁽²⁾.

Hiện nay, nhiều học giả nghiên cứu đã có những ý kiến đa chiều về đặc trưng văn hóa Việt Nam, tạo nên bức tranh phong phú, nhiều màu sắc về văn hóa Việt Nam. PGS. TS. Lê Văn Toan đã tổng hợp thành 5 đặc trưng cơ bản và phổ quát nhất về văn hóa Việt Nam bao gồm: tính cộng đồng làng xã; tính trọng âm; tính ưa hài hòa; tính kết hợp và tính linh hoạt⁽³⁾. Ngoài những nội dung kể trên, theo thời gian, đặc trưng văn hóa Việt Nam, đặc biệt từ năm 1995 đến nay - khi Việt Nam gia nhập ASEAN mang thêm tính khu vực trên tinh thần của chủ nghĩa kiến tạo.

2. Vận dụng các yếu tố văn hóa Việt Nam trong quan hệ đối ngoại với các nước ASEAN.

Từ khi Việt Nam gia nhập ASEAN năm 1995 đến nay, văn hóa được coi là yếu tố quan trọng trong việc thực hiện chính sách đối ngoại nói chung và quan hệ đối ngoại với các nước ASEAN nói riêng. Văn hóa là “sức mạnh mềm” để phục vụ cho mục tiêu nâng cao vị thế, tầm vóc quốc gia, góp phần vào sự phát triển đất nước. Hình ảnh một Việt Nam phát triển, đoàn kết, yêu chuộng hòa bình và giàu bản sắc đã được bạn bè khắp nơi trên thế giới ghi nhận và đánh giá cao.

2.1. Bản sắc văn hóa Việt Nam thông qua các sáng kiến, tuyên bố chung ASEAN

Trong hơn 25 năm kể từ khi gia nhập ASEAN, Việt Nam đã có nhiều sáng kiến đóng góp vào các mục tiêu, quyết sách lớn của ASEAN và đặc biệt hơn, những đóng góp, sáng kiến ấy đều mang đậm bản sắc văn hóa và con người Việt Nam. Dựa trên 3 trụ cột của cộng đồng ASEAN, chúng tôi xin được chỉ ra những yếu tố văn hóa mà Việt Nam đã vận dụng trong quan hệ đối ngoại với các nước ASEAN.

Trụ cột Chính trị - An ninh

Ngay sau khi gia nhập ASEAN vào năm 1995, Việt Nam đã tích cực thúc đẩy tạo điều kiện để các nước ở Đông Nam Á còn lại được kết nạp vào Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á. Các nước Lào, Myanmar và Campuchia đã gia nhập ASEAN lần lượt vào các năm 1997 và 1999. Mong muốn nhất thể hóa ASEAN gồm toàn bộ 10 nước

Đông Nam Á lúc bấy giờ đã trở thành hiện thực⁽⁴⁾. Sau khi trở thành thành viên chính thức trong ASEAN, Việt Nam đã có những dấu ấn quan trọng trong quá trình phát triển của ASEAN, đặc biệt khi Việt Nam đảm nhận vai trò chủ tịch luân phiên ASEAN. Cụ thể:

Năm 2010, Việt Nam lần đầu tiên đảm nhiệm vai trò Chủ tịch luân phiên ASEAN, đã đề ra chủ đề “Hướng tới Cộng đồng ASEAN: Từ tầm nhìn đến hành động” với phương châm “tích cực, chủ động, có trách nhiệm”⁽⁵⁾. Năm 2020, đảm nhận vai trò chủ tịch luân phiên ASEAN trong bối cảnh cực kỳ khó khăn của đại dịch COVID-19 lan rộng toàn cầu, Việt Nam đã “Gắn kết và chủ động thích ứng” để đề ra những giải pháp quan trọng, trong đó nổi bật là Tuyên bố chung tại Hội nghị Cấp cao ASEAN lần thứ 36 về một khu vực ASEAN an toàn, đoàn kết, gắn kết và chủ động thích ứng; đặc biệt là phòng ngừa dịch bệnh COVID - 19; Bên cạnh đó Việt Nam còn tổ chức thành công Phiên họp đặc biệt về tăng quyền cho phụ nữ trong thời đại số. Đây là sáng kiến do Việt Nam đề xuất và cũng là lần đầu, một hoạt động về chủ đề tăng quyền lực cho phụ nữ được tổ chức trong khuôn khổ Hội nghị Cấp cao trong lịch sử ASEAN góp phần thúc đẩy bình đẳng giới, rút ngắn khoảng cách về giới, nâng cao vai trò của phụ nữ trong phát triển kinh tế xã hội và hợp tác ASEAN.

Với những sáng kiến đóng góp của mình trong ASEAN, Việt Nam đã thể hiện rõ nét các giá trị văn hóa tinh thần của dân tộc Việt Nam, đó là tinh thần yêu nước nồng nàn, ý chí tự lực, tự cường dân tộc, tinh

thần đoàn kết, tôn trọng phụ nữ và đặc biệt là tính sáng tạo, linh hoạt, thích ứng cao.

Trụ cột Kinh tế

Việt Nam đã có nhiều sáng kiến nổi bật đối với trụ cột kinh tế, đặc biệt trong các năm 2010, 2020.

Năm 2010, với vai trò chủ tịch luân phiên ASEAN, Việt Nam đã chủ trì xây dựng Kế hoạch Tổng thể (KHTT) về Kết nối ASEAN. Bản KHTT được các Nhà Lãnh đạo ASEAN thông qua tại Hội nghị Cấp cao ASEAN lần thứ 17 (Hà Nội, tháng 10/2010)⁽⁶⁾.

Năm 2020, Trong bối cảnh dịch COVID-19 đang diễn biến phức tạp, Hội nghị Bộ trưởng Kinh tế ASEAN lần thứ 52 (AEM 52) và các hội nghị liên quan đã được tổ chức thành công theo hình thức trực tuyến, dưới sự chủ trì của Việt Nam với vai trò là Chủ tịch ASEAN 2020. Điều này một lần nữa giúp ASEAN thể hiện vai trò trung tâm trong các vấn đề toàn cầu cũng như tinh thần chủ động thích ứng với những thách thức khu vực và thế giới. Tại Hội nghị AEM họp lần thứ 26, các Bộ trưởng Kinh tế ASEAN đã chính thức thông qua 12 đề xuất về sáng kiến, ưu tiên hợp tác kinh tế của Việt Nam trong năm Chủ tịch ASEAN 2020. Các sáng kiến, ưu tiên của Việt Nam trong năm Chủ tịch ASEAN 2020 tập trung vào các lĩnh vực: thương mại điện tử, thương mại hàng hóa, năng lượng, công nghệ thông tin, nông nghiệp, phát triển bền vững, tài chính, thống kê, đổi mới sáng tạo,... Các sáng kiến được xây dựng theo 3 định hướng: thúc đẩy liên kết và kết nối khu vực nội

khối ASEAN; đẩy mạnh quan hệ đối tác vì hòa bình và phát triển bền vững; nâng cao năng lực thích ứng và hiệu quả hoạt động của ASEAN.

Những thành công trên lĩnh vực Kinh tế của ASEAN với sự đóng góp tích cực của Việt Nam là một biểu hiện cho tính “linh hoạt”, “kết hợp” với “khả năng quan hệ tốt” trong đặc trưng văn hóa Việt Nam.

Trụ cột Văn hóa - Xã hội

Trên lĩnh vực văn hóa - xã hội, dấu ấn văn hóa Việt Nam được thể hiện một cách đa dạng với các giá trị tinh thần như: “Tinh yêu thương con người, lòng nhân ái và khoan dung”, tinh thần đoàn kết, giúp đỡ, tinh thần dân chủ, lòng biết ơn... Cụ thể:

Năm 2007, Hội nghị Bộ trưởng ASEAN về Phúc lợi xã hội và phát triển tại Hà Nội đã được Việt Nam tổ chức thành công. Bên cạnh đó, Việt Nam đã tích cực tham gia các chương trình hợp tác trong các lĩnh vực như: “Thành lập Nhóm Các nhà sư phạm; Thực hành công tác xã hội ASEAN; Sản xuất thiết bị chỉnh hình và phục hồi chức năng tại các nước; và tăng cường năng lực cho các quan chức chính phủ phụ trách vấn đề người khuyết tật; Chiến lược cộng đồng về Phòng chống bạo lực gia đình.

Năm 2010, Việt Nam đã đề ra phương châm khi đảm nhận chức Chủ tịch ASEAN là “Tích cực, chủ động, trách nhiệm”, góp phần tăng cường đoàn kết, liên kết và hợp tác khu vực, mở rộng và làm sâu sắc hơn quan hệ của ASEAN với các đối tác, không ngừng nâng cao vai trò, vị thế quốc tế của Hiệp hội, hiện thực hóa mục tiêu hình thành Cộng đồng ASEAN.

Năm 2020, tại Hội nghị Hội đồng Cộng đồng Văn hóa - Xã hội ASEAN lần thứ 23 tổ chức theo hình thức trực tuyến đã thông qua tuyên bố chung cấp Bộ trưởng Hội nghị ASCC lần thứ 23, “Việt Nam đã đề xuất những sáng kiến và ưu tiên trong các lĩnh vực phát triển nguồn nhân lực, phúc lợi xã hội, thông tin truyền thông”... “để thúc đẩy hơn nữa những nỗ lực của Cộng đồng hướng tới Tầm nhìn Cộng đồng ASEAN 2025.

2.2. Bản sắc văn hóa Việt Nam qua biểu trưng, khẩu hiệu trong việc xây dựng cộng đồng ASEAN

Năm 2003, Đại hội Thể thao Đông Nam Á - SEA Games lần thứ 22 được tổ chức tại Việt Nam với khẩu hiệu “Đoàn kết, Hợp tác vì Hòa bình và Phát triển”. Biểu trưng của Đại hội lần này là chim lạc - hình ảnh thường thấy trên các mặt trống đồng Đông Sơn. Linh vật của Đại hội lần này là Trâu Vàng. Chú trâu này gắn liền với nền văn minh lúa nước ở Việt Nam nói riêng và các nước Đông Nam Á nói chung.

Năm 2021, Việt Nam sẽ lần thứ 2 đăng cai tổ chức Đại hội Thể thao Đông Nam Á SEA Games lần thứ 31 với chủ đề “Vì một Đông Nam Á mạnh mẽ hơn”. Logo cho SEA Games 31 và Para Games 11 là “Cánh chim bay lên - bàn tay chữ V”. Bàn tay chữ V tượng trưng cho tên gọi của đất nước Việt Nam, tượng trưng cho biểu tượng Victory - niềm tin chiến thắng, đồng thời cũng thể hiện hình tượng cánh chim hòa bình. Thông qua biểu trưng, tác giả muốn gửi gắm qua biểu tượng thông điệp về đất nước, con người Việt Nam yêu chuộng hòa bình, có ý chí vươn lên với nghị lực phi

thường cùng khát vọng chiến thắng⁽⁷⁾.

Năm 2010, Việt Nam với vai trò Chủ tịch luân phiên ASEAN đã chọn logo “chong chóng ba cánh”, một trò chơi giản dị, mang đậm chất văn hóa của người Việt Nam đồng thời thể hiện sự năng động và phát triển của khối ASEAN. Ba vòng tròn lồng vào nhau thể hiện sự liên kết trong ASEAN trên cơ sở ba trụ cột cộng đồng, cùng với sự vận động “hướng ra bên ngoài” - luôn tăng cường mở rộng quan hệ với các đối tác bên ngoài ASEAN⁽⁸⁾.

Năm 2015, khi cộng đồng ASEAN chính thức được thành lập, mẫu tem của họa sỹ Vũ Kim Liên và mẫu dấu của họa sỹ Nguyễn Du đã được Ban Giám khảo Vòng chung kết cuộc thi thiết kế mẫu tem bưu chính phát hành chung ASEAN lựa chọn và đánh giá là tiêu biểu nhất. Cả hai mẫu tem và mẫu dấu đều thể hiện sự thống nhất của Cộng đồng Kinh tế ASEAN theo phương châm “Một tầm nhìn, một bản sắc, một cộng đồng”. Hình ảnh bông lúa, chim bồ câu hay hai bàn tay nắm chặt vào nhau trên mẫu tem và mẫu dấu là sự biểu thị rõ nét cho một đất nước yêu chuộng hòa bình, đoàn kết từ một nước nông nghiệp, bản sắc văn hóa tốt đẹp ấy đã được Việt Nam lan tỏa khắp cộng đồng ASEAN thông qua mẫu tem và mẫu dấu sử dụng chung cho 10 nước ASEAN mà Việt Nam thiết kế và được chọn⁽⁹⁾.

Năm 2020, Việt Nam một lần nữa thể hiện bản sắc văn hóa dân tộc khi giữ vai trò chủ tịch luân phiên ASEAN với Logo ASEAN 2020 thể hiện 2 nội dung: “Gắn kết và Chủ động thích ứng”. Bố cục tổng thể

Logo mang hình hoa Sen, đã được người dân Việt Nam suy tôn là Quốc hoa Việt Nam với 3 cánh đa sắc tượng trưng cho 3 trụ cột cộng đồng ASEAN được sắp xếp theo một hướng tượng trưng cho sự gắn kết ASEAN trong tranh thủ vận hội, thích ứng thách thức. Hình chim Lạc đang vươn cao bao quanh biểu tượng ASEAN như con thuyền tiến về phía trước đưa Cộng đồng ASEAN tới sự tăng trưởng bền vững, kết nối, hội nhập vì thịnh vượng chung. Về màu sắc của Logo, màu vàng biểu hiện cho sự thịnh vượng, lạc quan và niềm vui; đỏ thể hiện sự năng động, năng lượng và quyết tâm; xanh là hòa bình, trí tuệ và niềm tin. Định hướng ưu tiên Năm ASEAN 2020 của Việt Nam là tăng cường đoàn kết, thống nhất ASEAN, duy trì môi trường hòa bình, an ninh và ổn định ở khu vực; thúc đẩy liên kết khu vực và kết nối, hướng đến người dân, lấy người dân làm trung tâm.

3. Một số ý kiến góp phần nâng cao giá trị bản sắc Việt Nam trong Cộng đồng ASEAN tầm nhìn đến năm 2025

Tiếp tục truyền thông về giá trị bản sắc văn hóa Việt Nam trong các hoạt động ngoại giao với các nước ASEAN.

Bên cạnh những giá trị truyền thống, những di sản văn hóa, những phong tục tập quán, tôn giáo, tín ngưỡng, lễ hội,... nhiều hình ảnh, biểu tượng đặc trưng văn hóa Việt Nam đã được lan tỏa trong các tầng lớp nhân dân, cũng như được bạn bè quốc tế biết đến như: hoa sen, áo dài, trâu vàng (linh vật), trống đồng (đặc trưng văn hóa), phở, chả giò... Tuy nhiên những biểu tượng văn hóa vật thể này vẫn chưa được

các cấp có thẩm quyền công bố chính thức hay thể hiện một cách đầy đủ trong các văn bản mang tính pháp lý xác định như những biểu tượng đại diện cho đất nước, con người Việt Nam.

Năm 2011, Trong Lễ hội hoa xuân và đồ uống Tết 2011, Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch khởi xướng cuộc bình chọn “quốc phục, quốc hoa và quốc tửu”; cuộc bình chọn không phải là một hoạt động chính thức để tìm ra các biểu tượng văn hóa Việt Nam mà chỉ là một cuộc thăm dò ý kiến, tuy nhiên đã được đông đảo người dân quan tâm bởi đối tượng được bình chọn sẽ khoác lên mình những giá trị thiêng liêng mang tính biểu tượng dân tộc. Với quốc hoa, hoa sen đã được đa số ý kiến đề xuất. Khi nhắc đến Việt Nam nhiều người Việt Nam cũng như các nước trên thế giới đều liên tưởng đến hoa sen hồng chứ không phải một loài hoa nào khác.

Đối với trang phục truyền thống của người Việt, kể từ khi Festival Huế lần đầu tiên được tổ chức vào năm 2000, chiếc Áo dài truyền thống của người Việt đã xuất hiện bên cạnh các di sản văn hóa khác để tôn vinh nét đẹp của người phụ nữ Việt dịu dàng mà kín đáo đến bạn bè quốc tế. Trong nhiều trường học, công sở, áo dài đã trở thành đồng phục và thường được học sinh mặc vào những ngày thứ 2 để tham dự Lễ Chào cờ đầu tuần cũng là nhắc nhở mỗi bạn trẻ Việt Nam luôn nhớ về cội nguồn, truyền thống dân tộc.

Bên cạnh việc xác định và quảng bá những hình ảnh mang tính biểu tượng cho văn hóa Việt Nam, các cấp có thẩm quyền

cũng cần truyền thông mạnh mẽ hơn nữa các giá trị văn hóa Việt Nam thông qua các sản phẩm phẩm cụ thể. Phối hợp tổ chức các sự kiện có lồng ghép với các chương trình giới thiệu về ẩm thực Việt Nam, quảng bá hợp tác về đầu tư, thương mại, du lịch, thể thao... ở quy mô quốc gia và quốc tế nhằm thúc đẩy công tác truyền thông quốc tế, giới thiệu, quảng bá văn hóa, đất nước, con người Việt Nam.”

Khai thác các thành tố văn hóa Việt Nam trong hoạt động ngoại giao nhà nước và ngoại giao nhân dân

Để có thể nâng cao giá trị bản sắc Việt Nam trong Cộng đồng ASEAN, cần tăng cường gắn kết văn hóa với chính trị và kinh tế đối ngoại. Xét ở mọi khía cạnh, dù là ngoại giao chính trị, ngoại giao kinh tế hay ngoại giao văn hóa, quan hệ cốt lõi vẫn là quan hệ giữa người với người; vì vậy cần đẩy mạnh ngoại giao nhân dân trở thành một trong những phương thức không thể thiếu trong ngoại giao văn hóa. Bên cạnh đó, cần xây dựng văn hóa doanh nhân, doanh nghiệp không chỉ làm kinh tế đơn thuần mà phải trở thành những “doanh nhân văn hóa”.

Cần có nghiên cứu kỹ lưỡng triết lý quà tặng đối ngoại của Việt Nam bởi đặc trưng văn hóa Việt Nam cũng là hằng số văn hóa ASEAN thể hiện ở quà tặng và cách trao tặng quà. Xây dựng “bộ nhận diện” hay “bộ tiêu chí” để chuẩn hóa quà tặng đối ngoại cũng như tạo ra cơ sở dữ liệu về quà tặng đối ngoại quốc gia theo phân cấp, theo lĩnh vực, đối tượng là việc cần làm trong thời gian tới. Theo nhà nghiên cứu văn hóa Hồ Nhật

Quang, Việt Nam có rất nhiều biểu tượng, hình ảnh, sản vật đặc trưng cho văn hóa Việt Nam, trong số ấy có thể kể đến những sản vật liên quan đến cây mít như: gỏi mít, các vật dụng làm từ cây mít hay một món ăn đã được phổ biến để làm quà tặng bạn bè quốc tế hiện nay là mít sấy. Sở dĩ chọn mít bởi đây là loài cây gắn liền với lịch sử văn hóa lâu đời của dân tộc, cụ thể đó là: Từ thời xa xưa, với cách dạy “trực quan, sinh động”, các thầy thường dẫn học trò ra trước cây mít để dạy cho học trò 5 đạo làm người thể hiện qua cây mít: sự giản dị; sức sống mãnh liệt; sự minh chánh rõ ràng; cống hiến cho đời và đức hy sinh⁽¹⁰⁾. (Phỏng vấn trực tiếp Nhà nghiên cứu Hồ Nhật Quang vào ngày 09/3/2021 của nhóm tác giả).

Cũng theo nhà nghiên cứu Hồ Nhật Quang, ngoài mít ra thì có rất nhiều sản vật, biểu tượng khác mang trong mình những ý nghĩa truyền thống lâu đời và sâu sắc để có thể gửi đến bạn bè quốc tế như: “Đôi dưa tre”, “Chim trĩ trắng”, “bánh trắng”, “bánh In”, “Ốc”, “bánh xèo”, “kẹo đậu phộng”, “dưa”.....những sản vật, những món ăn nghe có vẻ bình thường này thực chất đều chứa đựng bên trong những nét văn hóa lâu đời của người dân Việt Nam.

Ngoài ra, cần tăng cường công tác thông tin và truyền thông để nâng cao nhận thức về vai trò của các sản phẩm, dịch vụ văn hóa trong việc quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam ra thế giới. Gắn kết các hoạt động văn hóa đối ngoại với công tác về cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Khơi dậy được lòng tự hào, tự tôn dân tộc cho các kiều bào thuộc các thế hệ khác nhau sống ở các nước trên thế giới.

Giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam trong ASEAN tại các trường đại học

Các trường đại học cần thiết phải thực hiện góc văn hóa ASEAN theo Tuyên bố chung của Hội nghị cấp cao ASEAN lần thứ 37 tại Hà Nội, Việt Nam. Xây dựng website “Bản đồ văn hóa Việt Nam và các nước ASEAN” nhằm giúp sinh viên nói riêng và người dân nói chung có cái nhìn, hiểu biết tổng thể về các đặc trưng văn hóa các nước ASEAN. Xây dựng các chuẩn mực về văn hóa, củng cố và tiếp tục xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, phong phú, đa dạng. Tổ chức các cuộc hội thảo, giao lưu về văn hóa Việt Nam - ASEAN nhằm giữ gìn và phát huy truyền thống văn hóa dân tộc, tiếp thu bản sắc văn hóa ASEAN cũng như tinh hoa văn hóa nhân loại. Bên cạnh đó, cũng cần tuyên truyền giúp sinh viên hiểu và tích cực đấu tranh chống lại âm mưu chống phá của các thế lực thù địch trên mặt trận tư tưởng và văn hóa.

KẾT LUẬN

Từ khi trở thành thành viên chính thức của ASEAN, Việt Nam luôn nêu cao tinh thần đoàn kết, hữu nghị, tương trợ lẫn nhau “Để không ai bị bỏ lại phía sau” với một tâm thế “Tích cực, chủ động, trách nhiệm”. Tinh thần ấy đã trở thành bản sắc văn hóa chung của cả khu vực. Với mong muốn góp phần nâng cao giá trị bản sắc Việt Nam trong Cộng đồng ASEAN tầm nhìn đến năm 2025, chúng tôi nêu lên một số ý kiến góp phần khai thác hiệu quả hơn các thành tố văn hóa Việt Nam trong hoạt

động ngoại giao với các nước ASEAN trong thời gian tới./.

CHÚ THÍCH

1. Trần Ngọc Thêm (1999). *Cơ sở Văn hóa Việt Nam*. Hà Nội: Nxb Giáo dục.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (2008), *Lịch sử biên niên Đảng Cộng sản Việt Nam*. Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc gia.
3. Lê Văn Toàn (2019), *Những đặc trưng cơ bản của văn hóa Việt Nam*, , tại trang <https://luocsutocviet.wordpress.com/2019/04/10/222-nhung-dac-trung-co-ban-cua-van-hoa-viet-nam/>, truy cập ngày 10/04/2019.
4. Phạm Văn Linh (2019), *Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc*, <http://hdll.vn/vi/nguyen-cuu—trao-doi/xay-dung-va-phat-trien-nen-van-hoa-viet-nam-tien-tien-dam-da-ban-sac-dan-toc.html>, truy cập ngày 24/7/2019.
5. Đức Dương (2010). *Dấu ấn nổi bật của Việt Nam trong năm Chủ tịch ASEAN 2010*. <http://baochinhphe.vn/Quoc-te/Dau-an-noi-bat-cua-Viet-Nam-trong-nam-Chu-tich-ASEAN-2010/46076.vgp>, truy cập ngày 7/11/2020.
6. Bộ ngoại giao (2018), *Sự tham gia của Việt Nam trên các lĩnh vực hợp tác trong khuôn khổ ASEAN*. <https://baclieu.gov.vn/vi/-/su-tham-gia-cua-viet-nam-trên-các-lĩnh-vực-hợp-tác-trong-khuôn-khổ-asean>, truy cập ngày 20/10/2020.
7. Thanh Xuân, & Nguyễn Văn Huân (2020), *Biểu trưng, biểu tượng vui SEA Games 31 chính thức được phê duyệt*. <http://baochinhphu.vn/Utilities/PrintView.aspx?distributionid=41459>, truy cập ngày 20/11/2020.
8. TTXVN/Vietnam+ (2017). *Các dấu mốc trong 50 năm hình thành và phát triển của ASEAN*. <https://www.vietnamplus.vn/cac-dau-moc-trong-50-nam-hinh-thanh-va-phat-trien-cua-asean/460116.vnp>, truy cập ngày 20/11/2020.
9. Đảng Cộng sản Việt Nam (2015). *Mẫu tem và mẫu dấu của Việt Nam được các nước ASEAN phát hành chung*. <https://dangcongsan.vn/tu-tuong-van-hoa/mau-tem-va-mau-dau-cua-viet-nam-duoc-cac-nuoc-asean-phat-hanh-chung-296082.html>, truy cập ngày 20/11/2020.
10. Phòng vấn trực tiếp Nhà nghiên cứu Hồ Nhật Quang vào ngày 09/3/2021 của nhóm tác giả.