

Ngoại giao văn hoá gắn với hội nhập quốc tế toàn diện, chủ động và sáng tạo - góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết 59-NQ/TW của Bộ Chính trị, nâng cao uy tín và vị thế tỉnh Lâm Đồng trong giai đoạn mới

** Sở Ngoại vụ*

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng, Nghị quyết 59-NQ/TW ngày 24/01/2025 của Bộ Chính trị đã định vị hội nhập quốc tế là động lực quan trọng đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới; đảm bảo hiện thực hóa các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của đất nước nói chung và tỉnh Lâm Đồng nói riêng trong giai đoạn 2025 - 2030 và tầm nhìn đến năm 2045. Cùng với hội nhập kinh tế, chính trị, quốc phòng, an ninh, khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, ngoại giao văn hóa được xác định là một trong ba trụ cột quan trọng của nền ngoại giao Việt Nam, bên cạnh ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế. Trong kỷ nguyên mới, việc phát huy vai trò của ngoại giao văn hóa trở nên đặc biệt quan trọng, không chỉ là cầu nối để Lâm Đồng hội nhập mạnh mẽ hơn vào chuỗi giá trị quốc gia và quốc tế mà còn là động lực để đạt được mục tiêu phát triển toàn diện, bền vững.

Trong giai đoạn phát triển mới, Lâm Đồng xác định văn hóa - du lịch - thương mại là ba trụ cột chính, không chỉ là ngành kinh tế mũi nhọn mà còn là không gian sáng tạo để hội tụ trí tuệ, bản sắc, công nghệ và nguồn lực xã hội, tạo nên sự bứt phá mạnh mẽ.

Tiềm năng về văn hóa của tỉnh Lâm Đồng rất phong phú, sở hữu nhiều di sản văn hóa vật thể, phi vật thể đặc sắc, các lễ hội truyền thống và nhiều làng nghề truyền thống¹ là những giá trị văn hóa quan trọng cần được bảo tồn và quảng bá. Bên cạnh các lễ hội truyền thống thì lễ hội hiện đại như Festival Hoa Đà Lạt được tổ chức định kỳ 02 năm một lần cũng đã khẳng định được thương hiệu riêng có, góp phần phát triển kinh tế, văn hoá, xã hội của địa phương. Tỉnh cũng có hệ thống di tích lịch sử đa dạng, đặc sắc và trải dài². Theo đó, với nền văn hóa phong phú, đa dạng và cùng với danh hiệu quốc tế đã công nhận chính là đòn bẩy, nền tảng vững chắc cho các hoạt động ngoại giao văn hóa của tỉnh nhà trong thời gian tới.

Về kinh tế và du lịch, Lâm Đồng từ lâu đã là “thủ phủ” nông nghiệp công nghệ cao của cả nước³. Nhiều thương hiệu của địa phương đã ghi dấu ấn quốc tế⁴. Du lịch có sự bổ sung đa dạng, từ du lịch rừng đến du lịch biển với sản phẩm du lịch độc đáo. Các ngành công nghiệp chủ lực như cũng có tiềm năng phát triển lớn⁵. Mục tiêu đến năm 2030, Lâm Đồng sẽ trở thành tỉnh phát triển khá, với GRDP bình quân 10

¹ Không gian văn hóa công chiêng Tây Nguyên, Mộc bản Triều Nguyễn, Khu dự trữ sinh quyển Langbiang, Lễ hội Katê, Nghề làm gốm thủ công của người Chăm, Lễ hội Dinh Thầy Thím, Lễ hội Cầu Ngư ở Vạn Thủy Tú, Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông.

² Dinh Bảo Đại, Ga xe lửa, Trường Cao đẳng Đà Lạt, Khách sạn Đà Lạt Palace Heritage, Tháp Pô Sah Inur, Dinh Thầy Thím, di tích Quốc gia đặc biệt Đường Trường Sơn - Đường Hồ Chí Minh, di tích lịch sử cấp Quốc gia Ngục Đắk Mil, Căn cứ kháng chiến B4,...

³ Các sản phẩm nông nghiệp như: cà phê, chè, rau, hoa, thanh long.

⁴ Như: “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành”, nước mắm “Phan Thiết”, thanh long “Bình Thuận”.

⁵ Chế biến nông sản, thủy sản, dược liệu, năng lượng tái tạo.

- 10,5%, thu nhập trung bình 6.700 - 7.000 USD, chủ động, tích cực hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng và hiện đại.

Tuy nhiên bên cạnh những thuận lợi, Lâm Đồng vẫn đối mặt với một số khó khăn và thách thức trong quá trình hội nhập quốc tế và phát huy vai trò của ngoại giao văn hóa. Nhận thức của các cấp, các ngành và các tầng lớp Nhân dân chưa đồng đều về vai trò, vị trí, tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa. Đội ngũ cán bộ làm công tác ngoại giao văn hóa còn thiếu và chưa đồng đều về năng lực, trình độ. Chất lượng sản phẩm văn hóa đưa ra quốc tế còn hạn chế, chưa tương xứng với yêu cầu; việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa đặc sắc trong bối cảnh hội nhập đặt ra yêu cầu cao về quản lý và đầu tư. Ngân sách bố trí cho các hoạt động ngoại giao văn hóa còn eo hẹp, trong khi việc huy động xã hội hóa chưa đáng kể. Ngoài ra, kết quả thực hiện các chủ trương hội nhập quốc tế từ giai đoạn trước vẫn còn những điểm chưa như mong đợi, chưa đạt các mục tiêu đề ra.

Để ngoại giao văn hóa thực sự trở thành cầu nối cho quá trình hội nhập quốc tế và nâng cao uy tín, vị thế của tỉnh Lâm Đồng trong thời kỳ mới, góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết 59-NQ/TW, cần tiếp tục triển khai đồng bộ các giải pháp sau:

Thứ nhất, nâng cao nhận thức và hoàn thiện cơ chế, chính sách: Đẩy mạnh công tác tuyên truyền về vai trò, tầm quan trọng của ngoại giao văn hóa đến toàn xã hội và xem đây là nhiệm vụ thường xuyên. Xây dựng và hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách về ngoại giao văn hoá của địa phương phù hợp với đường lối đối ngoại của Đảng và pháp luật của Nhà nước⁶.

Thứ hai, đào tạo, phát triển nguồn nhân lực và kiện toàn bộ máy: Xây dựng đội ngũ cán bộ công chức từ cấp tỉnh đến cơ sở có trình độ chuyên môn sâu, tinh thông nghiệp vụ, thành thạo ngoại ngữ, am hiểu về pháp luật, thông lệ quốc tế và văn hoá thế giới để thực hiện các nhiệm vụ ngoại giao văn hóa. Tổ chức và phối hợp tổ chức các lớp bồi dưỡng kiến thức về đối ngoại và kỹ năng tổ chức sự kiện văn hóa, nghệ thuật. Nghiên cứu lồng ghép, đưa các nội dung liên quan đến ngoại giao văn hoá vào các buổi sinh hoạt ngoại khoá tại các trường phổ thông, cao đẳng trên địa bàn tỉnh. Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng hoặc cử ra nước ngoài đào tạo đội ngũ nòng cốt có chuyên môn cao về công nghệ thông tin, công nghệ số.

Thứ ba, đẩy mạnh quảng bá hình ảnh và giá trị văn hóa Lâm Đồng: Tăng cường thông tin, tuyên truyền, quảng bá về văn hóa địa phương, các di sản văn hoá, danh hiệu nổi bật đã được UNESCO công nhận thông qua các lễ hội, sự kiện văn hóa nghệ thuật, du lịch tại địa phương và trên thế giới⁷. Xây dựng và quảng bá các

⁶ Ban hành kế hoạch, chương trình thực hiện Chiến lược ngoại giao văn hoá trên địa bàn tỉnh theo từng giai đoạn, trong đó xác định rõ cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa các sở, ngành và địa phương để phân định rõ chức năng, nhiệm vụ, tránh chồng chéo. Xây dựng triển khai chính sách đầu tư, ưu đãi thuế và hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm dịch vụ văn hoá địa phương để đưa ra quảng bá trên thế giới. Xây dựng chính sách ưu đãi đối với nhân tài trong lĩnh vực ngoại giao văn hóa, bao gồm hỗ trợ tài chính, tạo điều kiện, cử đi đào tạo chuyên sâu về ngoại giao văn hóa ở nước ngoài và giao lưu quốc tế.

⁷ Khu dự trữ sinh quyển thế giới Langbiang (2015); Đà Lạt - Thành phố sáng tạo về Âm nhạc (2023); Công viên Địa chất Toàn cầu UNESCO Đắk Nông (2020, tái công nhận năm 2024); Không gian văn hóa Công chiêng Tây Nguyên (2005) - gồm: Lâm Đồng, Gia Lai, Kon Tum, Đắk Lắk, Đắk Nông (trước sáp nhập); Nghệ thuật Bài chòi Trung Bộ

thương hiệu địa phương như “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” và thương hiệu du lịch mới cho tỉnh Lâm Đồng với thông điệp “Từ biển xanh đến núi cao”. Ứng dụng công nghệ số trong việc xúc tiến quảng bá du lịch và hỗ trợ đưa các sản phẩm du lịch chủ lực của tỉnh lên các sàn giao dịch thương mại điện tử trong nước và nước ngoài⁸; đẩy mạnh quảng bá du lịch Lâm Đồng ra các thị trường quốc tế: Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Châu Âu, Bắc Mỹ, Trung Đông⁹.

Thứ tư, gắn kết chặt chẽ ngoại giao văn hóa với ngoại giao kinh tế và chính trị: Tận dụng các hoạt động ngoại giao văn hóa để thu hút đầu tư vào các lĩnh vực có thế mạnh của tỉnh. Gắn kết ngoại giao văn hóa với phát triển du lịch, tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo. Phát huy lợi thế của các Hiệp định thương mại tự do để tìm kiếm, mở rộng thị trường xuất khẩu; thu hút đầu tư nước ngoài (FDI) chất lượng cao. Đẩy mạnh thu hút đầu tư xây dựng phát triển kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại. Phát triển, nâng cao chất lượng, giá trị, năng lực cạnh tranh, mở rộng thị trường các mặt hàng xuất khẩu chủ lực, có lợi thế của tỉnh và phát triển các sản phẩm tiêu chuẩn Halal hướng đến các thị trường tiềm năng. Đẩy mạnh hợp tác nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ. Phát triển và làm sâu sắc hơn quan hệ quốc phòng, an ninh với các đối tác, nhất là các nước Đông Nam Á¹⁰; tăng cường hợp tác quốc tế về an ninh mạng, phòng chống tội phạm xuyên quốc gia.

Cuối cùng, huy động nguồn lực và tăng cường liên kết: Bố trí kinh phí từ từ nguồn vốn thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển văn hoá Việt Nam giai đoạn 2025 - 2030 và các giai đoạn tiếp theo để thực hiện một số nhiệm vụ ngoại giao văn hoá; đẩy mạnh xã hội hóa, thu hút các doanh nghiệp tư nhân tài trợ, đóng góp cho các hoạt động ngoại giao văn hóa. Tiếp tục quan tâm công tác vận động người Việt Nam ở nước ngoài, đặc biệt là kiều bào gốc Lâm Đồng, xây dựng quê hương, tạo cầu nối phát triển quan hệ hữu nghị và hợp tác của tỉnh với các địa phương các nước trên thế giới.

Với lợi thế về tự nhiên, văn hóa và con người, cùng định hướng chiến lược từ Nghị quyết 59-NQ/TW của Bộ Chính trị, Lâm Đồng đang đứng trước thời cơ lớn để bứt phá mạnh mẽ trong giai đoạn mới, một cơ hội để tái cấu trúc không gian phát triển, nâng tầm vị thế địa phương trong chuỗi giá trị khu vực và quốc gia. Ngoại giao văn hóa, vừa là công cụ vừa là động lực, với vai trò là một trụ cột quan trọng của nền ngoại giao toàn diện, hiện đại, sẽ là cầu nối vững chắc giúp Lâm Đồng đạt được các mục tiêu hội nhập quốc tế toàn diện, chủ động, sáng tạo. Bằng việc phát huy tối đa tiềm năng văn hóa bản địa, gắn kết chặt chẽ với ngoại giao kinh tế và chính trị, đồng thời đẩy mạnh liên kết vùng và huy động mọi nguồn lực xã hội, tỉnh Lâm Đồng

(2017) - gồm: Bình Thuận và 9 tỉnh miền Trung (trước sáp nhập); Nghệ thuật Đờn ca tài tử Nam Bộ (2013) - gồm: Bình Thuận và 21 tỉnh, thành Nam Bộ (trước sáp nhập); Nghệ thuật làm gốm của người Chăm (2022) - gồm: Bình Thuận và Ninh Thuận (trước sáp nhập); Mộc bản triều Nguyễn (2009) - Di sản tư liệu thế giới, lưu giữ tại Trung tâm Lưu trữ quốc gia IV.

⁸ Du lịch Nghi dưỡng - chữa bệnh - chăm sóc sức khỏe - thể thao cao cấp; du lịch sinh thái - mạo hiểm; Du lịch nông nghiệp, nông thôn; Du lịch biển; Du lịch văn hóa tâm linh; Du lịch đô thị; Du lịch sáng tạo.

⁹ Đông Bắc Á: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản; Đông Nam Á: Malaysia, Thái Lan, Indonesia, Singapore; Châu Âu: Nga, Pháp, Anh, Đức; Bắc Mỹ: Mỹ, Canada; Trung Đông: Ả Rập Xê Út, Thổ Nhĩ Kỳ, các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất.

¹⁰ Tỉnh Mondulkiri, Campuchia.

sẽ không chỉ quảng bá hiệu quả hình ảnh một vùng đất tươi đẹp, con người thân thiện, văn hóa đặc sắc và kinh tế năng động ra thế giới, mà còn thu hút đầu tư, thúc đẩy thương mại, du lịch, góp phần quan trọng vào sự hưng thịnh chung của địa phương và cả nước. Với tinh thần quyết tâm cao, hành động quyết liệt, khoa học và đồng bộ, chúng ta có thể tin tưởng rằng tỉnh Lâm Đồng sẽ hiện thực hóa thành công, thực hiện thắng lợi Nghị quyết 59-NQ/TW của Bộ Chính trị, các mục tiêu chiến lược, nâng cao uy tín, vị thế tỉnh Lâm Đồng trong giai đoạn mới và viết tiếp những trang sử vàng son của một thời kỳ thịnh vượng, một kỷ nguyên vươn mình cùng đất nước.