THÀNH TỐ VĂN HÓA TRONG VIỆC TRIỂN KHAI HOẠT ĐỘNG ĐỐI NGOẠI CỦA HOA KỲ TẠI VIỆT NAM (2013-2025)

Thái Hoàng Hạnh Nguyên*

Ngày nhận bài: 02/8/2026 | Ngày gửi phản biện: 10/8/2026 | Ngày duyệt đăng: 23/8/2026

Tóm tắt: *Việc Việt Nam - Hoa Kỳ thiết lập quan hệ Đối tác toàn diện vào năm 2013 đã tạo nền tảng cho hợp tác song phương phát triển ổn định và lâu dài. Các hoạt động văn hóa đã trở thành một công cụ quan trọng, hỗ trợ Hoa Kỳ trong việc triển khai các mục tiêu đối ngoại tại Việt Nam. Bài viết này phân tích cách Hoa Kỳ khai thác thành tố văn hóa trong các hoạt động hợp tác tại Việt Nam, thông qua giáo dục, giao lưu học thuật, văn hóa đại chúng và truyền thông số; đồng thời, xem xét sự lan tỏa của các giá trị văn hóa trong bối cảnh công nghệ thông tin và truyền thông phát triển. Trên cơ sở dữ liệu từ các báo cáo của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ, các chương trình trao đổi giáo dục và hoạt động ngoại giao văn hóa, nghiên cứu đánh giá phương thức và hiệu quả triển khai các hoạt động hợp tác đặc biệt là về văn hóa của Hoa Kỳ, qua đó, chỉ ra những thành công và hạn chế trong quan hệ đối ngoại với Việt Nam.*

Từ khóa: Bình thường hóa, hoạt động hợp tác, Hoa Kỳ, Việt Nam.

Abstract: *The establishment of the Viet Nam - U.S. Comprehensive Partnership in 2013 laid the foundation for stable and long-term bilateral cooperation. Cultural activities have become an important instrument supporting the United States in pursuing its foreign policy objectives in Viet Nam. This paper analyzes how the United States uses the cultural component in its foreign engagement with Viet Nam through education, academic exchanges, popular culture, and digital media. It also examines the distribution of cultural values amid the development of information*

*TS., *Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh* ; Email: *nguyenthh@huflit.edu.vn*.

and communication technologies. Drawing on data from U.S. Department of State reports, educational exchange programs, and cultural diplomacy activities, the study evaluates the approaches and effectiveness of U.S. cultural activities in Viet Nam, thereby identifying its successes and limitations within the context of Viet Nam - U.S. relations.

Keywords: Normalization, foreign policy activities, United States, Viet Nam.

1. Đặt vấn đề

Hoa Kỳ ngày càng chú trọng sử dụng văn hoá chính sách đối ngoại, đồng thời tận dụng sự phát triển của công nghệ truyền thông, số hóa để tiếp cận với nhiều nhóm công chúng trên phạm vi toàn cầu và nâng cao hiệu quả. Năm 1995, Việt Nam và Hoa Kỳ bình thường hóa quan hệ. Năm 2013, hai nước thiết lập quan hệ Đối tác toàn diện và đến năm 2023 nâng cấp lên Đối tác Chiến lược Toàn diện vì hòa bình, hợp tác và phát triển bền vững. Trong tiến trình đó, các thành tố văn hóa được Hoa Kỳ sử dụng như một công cụ thực thi chính sách đối ngoại và tiếp cận các nhóm công chúng mục tiêu tại Việt Nam. Vì vậy, việc phân tích cách thức triển khai, nội dung và hiệu quả của thành tố văn hoá trong hoạt động hợp tác của Hoa Kỳ tại Việt Nam là một việc làm cần thiết. Bài viết tập trung nghiên cứu hoạt động hợp tác liên quan đến văn hoá của Hoa Kỳ tại Việt Nam từ năm 2013 đến năm 2025, từ đó đánh giá hiệu quả của các hoạt động này.

2. Khái niệm thành tố văn hóa

Là một trong các biện pháp để thực thi chính sách đối ngoại của một quốc gia, văn hóa có thể được chia làm hai nhóm chính là văn hóa hàn lâm và văn hóa đại chúng; được sử dụng thông qua các chính sách, chương trình hành động cụ thể tùy theo bối cảnh cũng như đối tượng tiếp nhận (Đào Minh Hồng, Lê Hồng Hiệp, 2018: 313). Trong đó, văn hóa hàn lâm (high culture) được xem xét gắn với những vấn đề liên quan đến giáo dục, các chương trình âm nhạc hàn lâm (nhạc thính phòng, kịch cổ điển)… Văn hóa hàn lâm tuy có phạm vi bao phủ không quá rộng nhưng có thể tạo ảnh hưởng đáng kể do công chúng thụ hưởng, tiếp cận với văn hóa này chủ yếu là tầng lớp trí thức. Trong khi đó, nhóm văn hóa đại chúng (popular culture) sẽ có sức ảnh hưởng lên nhiều tầng lớp công chúng trong xã hội thông qua các chương trình truyền hình, nhạc phổ thông hay phim ảnh… Bên cạnh đó, chính phủ một nước có thể sử dụng các đại sứ để quảng bá hình ảnh nước mình, như các ngôi sao điện ảnh, ca nhạc, thể thao, hoặc các nhà lãnh đạo, nhà ngoại giao (Đào Minh Hồng, Lê Hồng Hiệp, 2018: 314). Chính vì khả năng tiếp cận rộng rãi nên văn hóa luôn được xem là một nguồn lực quan trọng trong thực thi chính sách đối ngoại và được nhiều quốc gia chú trọng sử dụng. Hoa Kỳ cũng

không phải là ngoại lệ. Trong phân tích, đánh giá các hoạt động văn hóa của Hoa Kỳ tại Việt Nam giai đoạn 2013-2025, bài viết chia các hoạt động này thành hai nhóm: các chương trình văn hóa hàn lâm và các chương trình văn hóa đại chúng.

3. Các hoạt động văn hóa của Hoa Kỳ tại Việt Nam từ năm 2013 đến năm 2025

3.1. Các hoạt động văn hóa hàn lâm gắn với giáo dục, đào tạo và kết nối tri thức

Trong số các hoạt động văn hóa của Hoa Kỳ tại Việt Nam, Hoa Kỳ luôn chú trọng quảng bá nền giáo dục Hoa Kỳ tới công chúng Việt Nam và Đại học Fulbright chính là một trong những thành quả nổi bật của quá trình này. Năm 2013, trong Tuyên bố chung Việt Nam - Hoa Kỳ, Chủ tịch nước Trương Tấn Sang và Tổng thống Barack Obama đã đặc biệt quan tâm đến sáng kiến thành lập Đại học Fulbright Việt Nam. Năm 2015, Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh đã cấp cho Đại học Fulbright 15 hecta đất để xây dựng cơ sở của trường tại Khu Công nghệ cao Thành phố Hồ Chí Minh. Năm 2016, Chính phủ Việt Nam cấp giấy phép thành lập Đại học Fulbright; một năm sau, trường được cấp giấy phép hoạt động giáo dục. Năm 2023, những cử nhân đầu tiên của Đại học Fulbright Việt Nam đã tốt nghiệp và tham gia thị trường lao động (Đại học Fulbright Việt Nam, n.d.).

Đại học Fulbright được xem là "đại học được thành lập trên nền tảng mối quan hệ đối tác Việt Nam - Hoa Kỳ" (Đại học Fulbright Việt Nam, n.d.). Đại học Fulbright hướng đến việc xây dựng môi trường giáo dục khai phóng theo mô hình Hoa Kỳ, từ đó có khả năng tạo ảnh hưởng lâu dài đến tầng lớp trí thức và nguồn nhân lực chất lượng cao tại Việt Nam. Mặc dù được thành lập ở Việt Nam, trường định hướng trở thành một cơ sở giáo dục có sức hút đối với sinh viên trong nước và khu vực. Điều này được thể hiện trong tôn chỉ hoạt động của nhà trường: "Trong vòng 25 năm tới, Đại học Fulbright Việt Nam sẽ trở thành lựa chọn hàng đầu của sinh viên Việt Nam và sinh viên trên khắp châu Á" (Đại học Fulbright Việt Nam, n.d.). Sự hình thành và phát triển của Đại học Fulbright Việt Nam cho thấy cách tiếp cận dài hạn trong hợp tác giáo dục giữa hai nước.

Về trao đổi văn hóa giáo dục, Hoa Kỳ trao các học bổng ngắn hạn, dài hạn, có bằng cấp, cũng như không cấp bằng cho công dân Việt Nam theo học tại Hoa Kỳ. Các học bổng này thường xuyên được Phái đoàn Ngoại giao Hoa Kỳ tại Việt Nam thông báo trên các kênh thông tin chính thức của Đại sứ quán và Tổng lãnh sự quán Hoa Kỳ tại Việt Nam và tập trung chủ yếu vào chương trình trao đổi và chương trình tiếng Anh.

Bảng 1. Các chương trình trao đổi văn hóa giáo dục của Hoa Kỳ tại Việt Nam

TT	Chương trình	Đối tượng công chúng
1	Học viện Nghiên cứu Hoa Kỳ (SUSI) là chương trình nghiên cứu nâng cao bậc sau đại học kết hợp tham quan thực tế nhằm cung cấp kiến thức chuyên sâu về xã hội, văn hóa và thể chế của Hoa Kỳ. Mục tiêu cao nhất của SUSI là củng cố và nâng cao chất lượng chương trình giảng dạy về Hoa Kỳ tại các cơ sở giáo dục trên thế giới.	Giảng viên đại học, các nhà nghiên cứu và chuyên gia giáo dục phổ thông.
2	Chương trình Học bổng Trao đổi Sinh viên Toàn cầu (Global Undergraduate Exchange Program, còn gọi là Global UGRAD).	Sinh viên có năng lực lãnh đạo thể hiện qua kết quả học tập, sự đóng góp cho cộng đồng, cũng như các hoạt động ngoại khóa và có khả năng tiếng Anh tốt.
3	Chương trình Học bổng "Nữ sinh với công nghệ 2025". Những ứng viên được lựa chọn phải thể hiện năng lực lãnh đạo thông qua kết quả học tập, sự đóng góp cho cộng đồng, cũng như các hoạt động ngoài giảng đường.	Nữ sinh có khả năng tiếng Anh tốt hiện đang học lớp 10 và lớp 11 tại các trường trung học phổ thông Việt Nam yêu thích với lĩnh vực STEM và có kế hoạch theo đuổi việc học ở cấp cao đẳng, đại học hoặc nghề nghiệp trong lĩnh vực công nghệ, có thể nộp đơn tham gia chương trình.
4	Chương trình Trợ giảng Ngoại Ngữ (FLTA) Fulbright tạo cơ hội cho người tham gia nâng cao kỹ năng giảng dạy và trình độ tiếng Anh, đồng thời mở rộng kiến thức về xã hội và văn hóa Hoa Kỳ trong khi làm trợ giảng tiếng Việt cho sinh viên Hoa Kỳ và tăng cường giảng dạy tiếng Việt tại các trường đại học Hoa Kỳ.	Dành cho giáo viên tiếng Anh toàn thời gian và những người có chuyên môn có liên quan (Nghiên cứu về Hoa Kỳ, văn học Mỹ, văn hóa Mỹ…) với không quá bảy năm kinh nghiệm giảng dạy.

5	Học bổng Thạc sỹ Fulbright là chương trình hỗ trợ hầu hết các ngành thuộc lĩnh vực Khoa học Xã hội và Nhân văn.	Là công dân Việt Nam; tốt nghiệp đại học; Có ít nhất hai năm kinh nghiệm làm việc kể từ khi tốt nghiệp đại học đến hạn cuối hồ sơ; Có điểm TOEFL iBT tối thiểu là 79 điểm, IELTS 6.5, PTE-Academic 58, hoặc Duolingo 105.
6	Chương trình Giáo viên Xuất sắc Ngắn hạn Fulbright: Giáo viên sẽ tham gia vào dự án đào tạo giáo viên của các trường sư phạm; đơn vị thuộc Bộ Giáo dục, Sở Giáo dục, Phòng Giáo dục; viện nghiên cứu giáo dục, hoặc tổ chức chính phủ hoặc phi chính phủ chuyên về giáo dục; hoặc trường tiểu học, hoặc trung học.	Mang đến cơ hội cho các đơn vị tiếp nhận tại Việt Nam được mời một giáo viên xuất sắc Hoa Kỳ đến làm việc trong thời gian từ 2 đến 6 tuần.
7	Chương trình học bổng Sáng kiến thủ lĩnh trẻ Đông Nam Á (YSEALI) dành cho sinh viên có năng lực lãnh đạo thể hiện qua kết quả học tập, hoạt động ngoại khóa hoặc công tác.	Công dân Việt Nam trong độ tuổi từ 18 đến 25, đang là sinh viên các trường đại học, hoặc đã tốt nghiệp đại học, cao đẳng, hoặc các cơ sở giáo dục đại học.
8	Chương trình cố vấn thể thao toàn cầu 2024 bao gồm hai chương trình riêng biệt: Chương trình Thể thao cho Cộng đồng: Lãnh đạo Thể thao Người khuyết tật và chương trình Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ - espnW: Nâng cao vị thế của Phụ nữ thông qua Thể thao.	Chương trình dành cho các lãnh đạo quốc tế mới nổi hoạt động trong các tổ chức tư nhân, chính phủ, phi lợi nhuận được kết nối với lãnh đạo hàng đầu trong các lĩnh vực học thuật, kinh doanh, truyền thông và thể thao tại các tổ chức thể thao hàng đầu của Hoa Kỳ.

Nguồn: *Tổng hợp từ các chương trình của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ*

Ngoài ra, Chính phủ Hoa Kỳ cũng cấp cho người học Việt Nam các học bổng ngắn hạn khác. Điều đó cho thấy, Hoa Kỳ chú ý tới nhu cầu trao đổi, học tập của sinh viên, học sinh, giới trí thức, cũng như công chúng Việt Nam thuộc các lĩnh vực khác nhau để có thể đưa ra các chính sách phù hợp với các đối tượng mục tiêu khác nhau. Các chương trình trao đổi giáo dục của Hoa Kỳ cho thấy, sự đa dạng về đối tượng tiếp cận và mức độ chuyên biệt hóa cao. Nếu học bổng của một số quốc gia tập trung chủ yếu vào đào

tạo chuyên môn hoặc hỗ trợ tài chính, thì các chương trình của Hoa Kỳ thường kết hợp giữa đào tạo học thuật, phát triển kỹ năng lãnh đạo và xây dựng mạng lưới kết nối quốc tế. Qua đó, Hoa Kỳ vừa quảng bá giáo dục vừa tạo dựng mạng lưới những người từng tham gia các chương trình trao đổi và duy trì kết nối với Hoa Kỳ trong dài hạn.

Các chương trình liên quan nhằm thúc đẩy cơ hội cho du học sinh Việt Nam tìm hiểu về môi trường học tập tại Hoa Kỳ cũng được đẩy mạnh thông qua các Triển lãm giáo dục đại học Hoa Kỳ thường niên. Theo báo cáo Open Doors vào năm 2024, năm học 2023-2024, có 22.066 sinh viên Việt Nam đang theo học các bậc học tại Hoa Kỳ và được xem là "không chỉ góp phần xây dựng mối quan hệ văn hóa và giáo dục bền chặt giữa hai quốc gia, mà còn mang lại lợi ích kinh tế thiết thực cho các cộng đồng tại Hoa Kỳ". Cụ thể, sinh viên Việt Nam đã đóng góp tổng cộng hơn 1 tỷ USD cho nền kinh tế Hoa Kỳ (U.S. Mission Viet Nam, 2025a).

Bên cạnh đó, để tăng cường kết nối về văn hóa và tri thức, Hoa Kỳ đã thiết lập và duy trì các Trung tâm Hoa Kỳ ở Việt Nam, thuộc hoạt động của Đại sứ quán và Tổng lãnh sự quán Hoa Kỳ. Trung tâm Hoa Kỳ (American Center - AC) là "không gian dành cho công chúng, giúp xây dựng các kết nối cá nhân và trực tuyến với đất nước Hoa Kỳ thông qua việc tiếp cận các thông tin, học tiếng Anh, tư vấn giáo dục, các công nghệ tân tiến, các chương trình trao đổi, và các chương trình sự kiện đa dạng trong một môi trường an toàn và thân thiện" (Trung tâm Hoa Kỳ Hà Nội, n.d.). Ngoài ra, Hoa Kỳ cũng đang xây dựng các "Điểm hẹn Hoa Kỳ" tại các trường đại học như Trường Đại học An Giang (ĐHQG-HCM) vào năm 2022 hay Đại học Cần Thơ từ năm 2018… "Điểm hẹn Hoa Kỳ" là nơi hỗ trợ, cung cấp các thông tin, học liệu về văn hóa, kinh tế, xã hội… của Hoa Kỳ, qua đó mở rộng khả năng tiếp cận công chúng, đặc biệt là sinh viên, bên cạnh các AC tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. So với hoạt động ngoại giao chủ yếu tổ chức các sự kiện ngắn hạn, việc xây dựng Trung tâm Hoa Kỳ và "Điểm hẹn Hoa Kỳ" cho thấy, xu hướng thiết lập các không gian tương tác văn hóa mang tính thường xuyên và lâu dài hơn. Các không gian này giúp Hoa Kỳ duy trì tiếp xúc với công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên, đồng thời tạo điều kiện giới thiệu nền giáo dục, văn hóa của Hoa Kỳ tại Việt Nam.

Hoa Kỳ cũng chủ động tham gia vào việc gìn giữ, bảo tồn các giá trị văn hóa của Việt Nam. Điều này thể hiện sự quan tâm, chia sẻ và tôn trọng của Hoa Kỳ đối văn hoá Việt Nam nói riêng và sự đa dạng văn hoá nói chung. Quỹ Bảo tồn Văn hóa của Đại sứ Hoa Kỳ (AFCP) tại Việt Nam được thành lập từ năm 2001. Từ khi thành lập, AFCP đã hỗ trợ hơn 1.000 dự án bảo vệ và bảo tồn di sản văn hóa trên toàn cầu tại 133 quốc gia và 650 cộng đồng. Riêng tại Việt Nam, AFCP đã tài trợ 16 dự án bảo tồn di sản văn hóa trên toàn

quốc, với tổng trị giá hơn 1 triệu USD. Các chương trình của Quỹ đã thu hút nhiều nhóm công chúng tham gia như các chuyên gia, các cán bộ từ bảo tàng, ban quản lý di tích, viện nghiên cứu, cũng như các cơ quan quản lý và các tổ chức phi chính phủ của Việt Nam và nước ngoài (U.S. Mission Viet Nam, 2022). Việc Hoa Kỳ tài trợ cho các hoạt động bảo tồn di sản văn hóa Việt Nam cho thấy, cách tiếp cận mềm dẻo và linh hoạt trong hoạt động hợp tác. Bên cạnh quảng bá văn hóa Hoa Kỳ, các chương trình này thể hiện sự quan tâm và tôn trọng đối với các giá trị văn hoá của Việt Nam, qua đó góp phần tạo dựng hình ảnh Hoa Kỳ như một đối tác trong bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá.

3.2. Các hoạt động văn hóa đại chúng

Bên cạnh các chương trình học thuật, Phái đoàn Hoa Kỳ tại Việt Nam cũng rất chú trọng các hoạt động giao lưu văn hóa nhằm giới thiệu các giá trị văn hóa Hoa Kỳ đến giới trẻ.

Việt Nam là một trong những điểm đến của chương trình American Music Abroad (AMA). Các nhóm nhạc thuộc nhiều thể loại như hip-hop, gospel, bluegrass và jazz đã đến biểu diễn và tổ chức các chương trình giao lưu nhằm kết nối với giới trẻ Việt Nam (U.S. Department of State, 2014, p. 302). Chương trình American Film Showcase (AFS) đưa các bộ phim tài liệu đoạt giải và các đạo diễn Mỹ đến Việt Nam để trình chiếu và tổ chức các lớp đào tạo chuyên sâu về điện ảnh (U.S. Department of State, 2017).

Hiện nay, Hoa Kỳ cũng sử dụng các nền tảng số để chuyển tải thông tin và thông điệp đối ngoại văn hoá trên không gian mạng. Tính đến tháng 4/2025, Hoa Kỳ có hơn 1.400 tài khoản mạng xã hội của các cơ quan đại diện ngoại giao, lãnh đạo và nhà ngoại giao (U.S. Department of State, n.d.), trên hầu hết các nền tảng phổ biến như Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, Flickr. Sự hiện diện trên nhiều nền tảng cho phép Hoa Kỳ đa dạng hoá các kênh giao tiếp và tiếp cận những nhóm công chúng có nhu cầu, mục đích và thói quen sử dụng mạng xã hội khác nhau. Chẳng hạn, Instagram phù hợp với việc chia sẻ hình ảnh và video ngắn, trong khi LinkedIn hướng tới các nội dung về nghề nghiệp. Ngay cả Flickr, nền tảng chủ yếu dùng để lưu trữ và chia sẻ các hình ảnh từ các chương trình, hoạt động của Chính phủ Hoa Kỳ, cũng được duy trì. Việc hiện diện đồng thời nhiều nền tảng như vậy giúp Hoa Kỳ mở rộng khả năng tiếp cận các nhóm công chúng khác nhau trên không gian mạng.

Để triển khai tiếp cận với đông đảo công chúng Việt Nam, Chính phủ Hoa Kỳ hiện có tám tài khoản mạng xã hội với nội dung bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh. Nội dung cập nhật bám sát các sự kiện nổi bật và những vấn đề được giới trẻ quan tâm, qua đó tăng khả năng tương tác với công chúng Việt Nam. Phái đoàn Hoa Kỳ tại Việt Nam cũng có tài khoản trên Zalo - một nền tảng phổ biến tại Việt Nam, điều này cho thấy

Hoa Kỳ chú trọng lựa chọn kênh truyền thông gần gũi với công chúng sở tại. Đây là điểm khác biệt đáng chú ý so với một số quốc gia vẫn ưu tiên các nền tảng truyền thông mang tính toàn cầu hơn là nội địa hóa nội dung và kênh tiếp cận.

Về nội dung, các tài khoản mạng xã hội Hoa Kỳ luôn có sự đa dạng cả về chủ đề và hình thức thể hiện nhằm tăng cường tương tác với công chúng. Tại Việt Nam, ngoài việc tích cực đăng tải thông tin văn hóa, giáo dục và đời sống của Hoa Kỳ, các cơ quan đại diện của Hoa Kỳ còn xây dựng những nội dung phù hợp với sự quan tâm của công chúng trên mạng. Chẳng hạn, Đại sứ Mỹ tại Việt Nam Daniel Kritenbrink đã khiến cộng đồng mạng thích thú khi chúc Tết năm 2021 bằng nhac rap tiếng Việt. Video chúc Tết này được đăng trên các nền tảng chính thức của Chính phủ Hoa Kỳ và thu về hàng chục nghìn lượt xem trên các kênh Youtube cộng đồng (Vũ Ngọc, 2021).

Bảng 2. Các tài khoản mạng xã hội của Phái đoàn Hoa Kỳ tại Việt Nam

Tên tài khoản	Nền tảng	Địa chỉ truy cập	Thời gian hoạt động	Số lượt người theo dõi
U.S. Consulate General Ho Chi Minh City	Facebook	https://www.facebook.com/USConsulateHCMC/	_	355.000
U.S. Consulate General Ho Chi Minh City	Flickr	https://www.flickr.com/photos/usconsulatehcm/	2012	155
U.S. Consulate General Ho Chi Minh City	YouTube	youtube.com/user/usconsulatehcm	2011	3.740/ 317.000
U.S. Embassy Hanoi	Facebook	https://www.facebook.com/usembassyhanoi/	_	490.000
American Center Hanoi	Flickr	https://www.flickr.com/photos/achanoi	2009	240
U.S. Embassy Hanoi	Instagram	https://www.instagram.com/usembassyvietnam/		
U.S. Embassy Hanoi	YouTube	https://www.youtube.com/@usembassyvn		
U.S. Embassy Hanoi	Zalo	https://zalo.me/usconsulate		

Nguồn: *Tổng hợp từ các trang mạng xã hội của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ.*

Đầu năm 2025, Phái đoàn Ngoại giao Hoa Kỳ tại Việt Nam đã phối hợp với rapper Suboi ra mắt video âm nhạc (MV) Never Before nhằm kỷ niệm 30 năm quan hệ Hoa Kỳ - Việt Nam. MV thể hiện một dấu mốc trong quan hệ hai nước thông qua cách thể hiện gần gũi với giới trẻ, kết hợp nhịp điệu rap hiện đại với những nét độc đáo của nhạc cụ truyền thống Việt Nam. Theo Phái đoàn Ngoại giao Hoa Kỳ tại Việt Nam, "Cách tiếp cận này mang đến sự ấm áp cho một chủ đề thường được thể hiện theo lối trang trọng, cho phép năng lượng của hip-hop hòa quyện cùng vẻ thanh thoát và niềm tự hào văn hóa Việt Nam" (U.S. Mission Viet Nam, 2025b). Việc hợp tác với các nghệ sĩ trẻ có sức ảnh hưởng như Suboi cho thấy, Hoa Kỳ đang mở rộng phương thức truyền thông và chú trọng tới giới trẻ. So với các hình thức ngoại giao mang tính nghi lễ và định hướng chính sách, sản phẩm âm nhạc đại chúng có khả năng chuyển tải thông điệp đối ngoại một cách gần gũi hơn, đồng thời mở rộng khả năng tiếp cận công chúng trẻ trên không gian mạng.

4. Một số nhận xét

Việc triển khai thành tố văn hóa trong hoạt động hợp tác của Hoa Kỳ tại Việt Nam giai đoạn 2013-2025 cho thấy, sự mở rộng đáng kể về phạm vi và hình thức, từ giáo dục, giao lưu học thuật, giao lưu văn hóa đến văn hóa đại chúng và truyền thông số. Quan hệ Việt Nam - Hoa Kỳ ngày càng được củng cố sau khi thiết lập quan hệ Đối tác toàn diện năm 2013 và nâng cấp lên Đối tác chiến lược toàn diện năm 2023 cũng tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động này. Tuy nhiên, hiệu quả không chỉ phụ thuộc vào nguồn lực và chiến lược của Hoa Kỳ, mà còn chịu tác động từ bối cảnh chính trị, văn hóa, xã hội Việt Nam và môi trường cạnh tranh ảnh hưởng trong khu vực.

Theo dữ liệu về ngân sách ngoại giao công chúng toàn cầu của Hoa Kỳ (Global Public Diplomacy Spending by U.S. Mission), ngân sách dành cho các hoạt động ngoại giao công chúng của Hoa Kỳ tại Việt Nam nhìn chung duy trì ổn định và có xu hướng tăng trong những năm gần đây. Cụ thể, mức chi tiêu đạt 2,89 triệu USD trong năm tài khóa 2021, giảm xuống 2,14 triệu USD năm 2022, trước khi tăng lên 3,02 triệu USD năm 2023 và tiếp tục tăng 3,4% lên 3,12 triệu USD trong năm 2024. Xu hướng này cho thấy, Hoa Kỳ tiếp tục duy trì mức đầu tư ổn định cho ngoại giao công chúng tại Việt Nam. Điều đó phản ánh sự quan tâm của Hoa Kỳ đối với Việt Nam trong chính sách đối ngoại của Hoa Kỳ tại Đông Nam Á. Việc gia tăng ngân sách tạo điều kiện mở rộng các chương trình trao đổi giáo dục, hợp tác học thuật, truyền thông và các hoạt động giao lưu văn hóa, qua đó tăng cường kết nối với công chúng Việt Nam, góp phần củng cố nền tảng xã hội cho quan hệ song phương.

Bảng 3. Bảng thống kê ngân sách trong hoạt động ngoại giao công chúng của Hoa Kỳ tại Việt Nam

Đơn vị: triệu USD

2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
1,53	2,87	2,78	3,38	2,8	2,56	1,94
2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	-
2,97	2,89	2,14	3,02	3,12	-	-

Nguồn: *Global Public Diplomacy Spending qua các năm (U.S. Department of State, 2016, p. 22), (U.S Department of State, p. 8), (U.S. Department of State, 2022, p. 7), (U.S Department of State, 2025, p. 7).*

Về điểm mạnh, cách tiếp cận này cho thấy, Hoa Kỳ đã vận dụng hiệu quả các yếu tố nổi trội của thương hiệu quốc gia trong lĩnh vực giáo dục. Việc thành lập Đại học Fulbright Việt Nam vừa phát huy thế mạnh giáo dục Hoa Kỳ vừa khẳng định quan hệ hợp tác giữa hai nước. Nguồn học bổng đa dạng phù hợp với nhiều đối tượng khác nhau, từ học sinh phổ thông, sinh viên tới giảng viên và chuyên gia, góp phần mở rộng ảnh hưởng đối với các nhóm công chúng khác nhau. Bên cạnh đó, khả năng thích ứng với văn hóa Việt Nam cũng là một thế mạnh, thể hiện qua việc xây dựng các nội dung sáng tạo, gần gũi, kết hợp giữa tiếng Anh và tiếng Việt và bằng các sản phẩm âm nhạc. Sự hiện diện mạnh mẽ trên các nền tảng mạng xã hội giúp Hoa Kỳ tiếp cận thêm với giới trẻ - nhóm sẽ có sức ảnh hưởng tới các xu hướng xã hội trong tương lai. Đồng thời, việc duy trì các không gian như Trung tâm Hoa Kỳ, "Điểm hẹn Hoa Kỳ" cũng giúp mở rộng khả năng tiếp cận công chúng Việt Nam. Nhìn chung, Hoa Kỳ đã phát huy lợi thế thông qua kết hợp giữa các hoạt động trực tiếp và hiện diện trên không gian mạng.

Về hạn chế, mặc dù Hoa Kỳ có sức ảnh hưởng và thực hiện nhiều chương trình, hoạt động hợp tác, nhưng phạm vi lan tỏa còn chủ yếu tập trung ở nhóm công chúng trực tiếp thụ hưởng, chưa mở rộng mạnh tới nhóm công chúng đại chúng. Điều này xuất phát từ việc hầu hết các chương trình đều yêu cầu khả năng ngoại ngữ và điều kiện tham gia khiến khả năng tiếp cận còn hạn chế. Ngoài ra, mức độ lan toả của các nội dung trên các nền tảng mạng xã hội phụ thuộc vào thuật toán và xu hướng khác nhau, nên hiệu quả truyền thông chưa thực sự đo lường được.

Về cơ hội, Hoa Kỳ có những điều kiện thuận lợi để mở rộng và gia tăng hiệu quả các hoạt động ngoại giao văn hoá tại Việt Nam. *Trước hết*, Việt Nam có dân số trẻ, nhu cầu giáo dục lớn, tỷ lệ sử dụng Internet và mạng xã hội cao. Đây là những điều kiện thuận lợi để Hoa Kỳ gia tăng quảng bá giáo dục và văn hóa hàn lâm, đặc biệt là tới công chúng trẻ. *Thứ hai*, mạng xã hội là kênh tương tác hai chiều, cho phép tiếp cận các

nhóm công chúng một cách nhanh chóng và linh hoạt. Bên cạnh đó, việc tăng cường hợp tác với các nghệ sĩ trẻ Việt Nam và sản xuất những sản phẩm âm nhạc mang tính giao thoa văn hóa cũng mở ra cơ hội nâng cao khả năng tiếp cận và sức hấp dẫn đối với công chúng Việt Nam.

Về thách thức, Hoa Kỳ phải cạnh tranh với nhiều quốc gia khác như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản…, những nước này cũng đẩy mạnh giao lưu văn hoá, hợp tác giáo dục và cấp học bổng tại Việt Nam. Bên cạnh đó, xuất phát từ chính sách đối ngoại đa phương hóa, đa dạng hóa, cân bằng nước lớn, Việt Nam duy trì triển khai đồng bộ và tạo điều kiện hợp tác cho các quốc gia ngang nhau. Một thách thức khác đến từ nội bộ Hoa Kỳ. Sự thay đổi chính quyền và ưu tiên chính sách đối ngoại qua các nhiệm kỳ tổng thống khác nhau có thể ảnh hưởng đến mức độ đầu tư và tính liên tục của các chương trình trao đổi, số lượng và giá trị học bổng cũng như các hoạt động văn hóa. Trong khi đó, văn hóa cũng cần thời gian để tạo dựng sức hấp dẫn và lan toả ảnh hưởng, nên những thay đổi chính sách có thể làm giảm tính liên tục và hiệu quả của quá trình này.

5. Kết luận

Trong bối cảnh quan hệ Việt Nam - Hoa Kỳ ngày càng được củng cố và mở rộng, đặc biệt kể từ khi hai nước thiết lập quan hệ Đối tác toàn diện năm 2013, văn hóa đã trở thành một công cụ quan trọng trong việc thúc đẩy chính sách đối ngoại của Hoa Kỳ tại Việt Nam. Thông qua các hoạt động ngoại giao văn hóa và ngoại giao công chúng, Hoa Kỳ đã triển khai nhiều chương trình đa dạng nhằm tiếp cận các nhóm công chúng khác nhau tại Việt Nam, từ học sinh, sinh viên đến giới học giả, chuyên gia và cộng đồng xã hội. Các chương trình trao đổi giáo dục, học bổng Fulbright, sáng kiến YSEALI, hệ thống Trung tâm Hoa Kỳ cũng như các hoạt động giao lưu văn hóa và truyền thông trên nền tảng số đã góp phần gia tăng mức độ tiếp cận của công chúng Việt Nam đối với văn hóa, giá trị và hình ảnh của Hoa Kỳ. Đồng thời, việc kết hợp giữa các hình thức ngoại giao truyền thống và các công cụ truyền thông số đã tạo ra những kênh tương tác linh hoạt, giúp Hoa Kỳ mở rộng phạm vi ảnh hưởng trong bối cảnh chuyển đổi số và toàn cầu hóa truyền thông. Tuy vậy, hiệu quả lan tỏa hoạt động hợp tác của Hoa Kỳ tại Việt Nam vẫn chịu tác động bởi một số yếu tố như phạm vi tiếp cận còn tập trung ở các nhóm công chúng có trình độ ngoại ngữ, hoặc có điều kiện tham gia các chương trình trao đổi, cũng như sự cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các quốc gia khác trong việc quảng bá văn hóa và giáo dục tại Việt Nam. Trong thời gian tới, việc tiếp tục kết hợp hiệu quả giữa ngoại giao truyền thống và ngoại giao số được xem là một hướng đi quan trọng nhằm duy trì và củng cố sức ảnh hưởng của Hoa Kỳ trong quan hệ với công chúng Việt Nam. Có thể thấy rằng, hoạt động hợp tác của Hoa Kỳ tại Việt Nam không chỉ

được triển khai thông qua các chương trình văn hóa đơn lẻ mà đang dần hình thành một hệ sinh thái kết nối giữa giáo dục, truyền thông số, giao lưu văn hóa. Điều này phản ánh xu hướng chuyển dịch của ngoại giao hiện đại, trong đó khả năng tạo ảnh hưởng xã hội và xây dựng sự hấp dẫn văn hóa ngày càng trở thành một yếu tố quan trọng trong cạnh tranh ảnh hưởng giữa các quốc gia.

Nghiên cứu được tài trợ bởi Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học Thành phố Hồ Chí Minh trong khuôn khổ Đề tài mã số H2024-13.

Tài liệu tham khảo

Tiếng Việt:

1. Đại học Fulbright Việt Nam (n.d.). Câu chuyện Khởi nguồn. Retrieved from https://fulbright.edu.vn/vi/cau-chuyen-khoi-nguon/
2. Đại học Fulbright Việt Nam (n.d.). Tầm nhìn: Trở thành hệ thống Giáo dục hàng đầu Châu Á. Retrieved from https://fulbright.edu.vn/vi/our-mission/
3. Đào Minh Hồng, Lê Hồng Hiệp (2018). Thuật ngữ Quan hệ quốc tế. NXB Chính trị Quốc gia Sự thật.
4. Trung tâm Hoa Kỳ Hà Nội (n.d.). Trung tâm Hoa Kỳ Hà Nội. Retrieved from Đại Sứ quán và Tổng lãnh sự quán Hoa Kỳ tại Việt Nam: https://vn.usembassy.gov/vi/american-center-hanoi/
5. U.S. Mission Viet Nam (2022). Đại sứ quán Hoa Kỳ cùng các đối tác Việt Nam kỷ niệm hai thập kỷ chung tay bảo tồn di sản văn hóa Việt Nam. Retrieved from https://vn.usembassy.gov/vi/dai-su-quan-hoa-ky-cung-cac-doi-tac-viet-nam-ky-niem-hai-thap-ky-chung-tay-bao-ton-di-san-van-hoa-viet-nam/
6. U.S. Mission Viet Nam (2025a). Triển lãm Giáo dục Hoa Kỳ - Mùa thu 2025. Retrieved from https://vn.usembassy.gov/vi/trien-lam-giao-duc-hoa-ky-mua-thu-2025/
7. U.S. Mission Viet Nam (2025b). Phái đoàn Ngoại giao Hoa Kỳ tại Việt Nam phối hợp cùng Suboi ra mắt MV "Never Before". Retrieved from https://vn.usembassy.gov/vi/phai-doan-ngoai-giao-hoa-ky-tai-viet-nam-phoi-hop-cung-suboi-ra-mat-mv-never-before/
8. Vũ Ngọc (2021). Đại sứ Mỹ đọc rap chúc Tết. Retrieved from https://vnexpress.net/dai-su-my-doc-rap-chuc-tet-4233623.html

Tiếng Anh:

1. U.S. Department of State (2014). 2014 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting Focus on FY13 Budget Data. United States Advisory Commission on Public Diplomacy. Retrieved 2025, from https://2009-2017.state.gov/documents/organization/235159.pdf
2. U.S. Department of State (2016). 2016 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting Focus on Fiscal Year 2015 Budget Data. Retrieved 2025, from https://2009-2017.state.gov/documents/organization/262381.pdf
3. U.S. Department of State (2017). 2017 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting Focus on Fiscal Year 2016 Budget Data. Retrieved 2025, from https://www.state.gov/wp-content/uploads/2019/05/2017-ACPD.pdf
4. U.S. Department of State (2022). 2022 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting Focus on Fiscal Year 2021 Budget Data. Retrieved from https://www.state.gov/wp-content/uploads/2021/08/ACPD_2020Report_FINAL_DIGITAL_508-1.pdf
5. U.S Department of State (2025). 2025 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy & International Broadcasting.
6. U.S. Department of State (n.d.). Global Social Media Presence. Retrieved from https://www.state.gov/social