

QUYỀN LỰC MỀM VĂN HÓA TRUNG QUỐC: TRƯỜNG HỢP LÝ TỬ THẤT VÀ GỢI MỞ CHO VIỆT NAM

TRỊNH NHƯ QUỲNH
Đại học Phenikaa

Nhận bài ngày 29/6/2026. Sửa chữa xong 14/7/2026. Duyệt đăng 24/7/2026.

Abstract

This article examines Li Ziqi's role in promoting China's cultural soft power through digital media. Drawing on theories of cultural soft power and the role of digital content creators, the study demonstrates that Li Ziqi's videos not only showcase Chinese cuisine, traditional crafts, and rural life but also communicate China's traditional cultural values to global audiences. Based on this case, the article offers several implications for Vietnam regarding the effective use of digital content creators to strengthen its cultural soft power and enhance its national image in the context of international integration.

Keywords: China, cultural soft power, Li Ziqi, national image.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông số, quyền lực mềm ngày càng trở thành nguồn lực quan trọng trong việc nâng cao sức hấp dẫn và ảnh hưởng của một quốc gia. Bên cạnh các chủ thể truyền thông truyền thống, sự phát triển của các nền tảng số đã tạo điều kiện để những người sáng tạo nội dung trở thành cầu nối lan tỏa văn hóa ra thế giới, góp phần định hình hình ảnh quốc gia và thúc đẩy giao lưu văn hóa quốc tế.

Lý Tử Thất (李子柒) là một trong những nhà sáng tạo nội dung tiêu biểu của Trung Quốc. Thông qua các video về ẩm thực, thủ công truyền thống và đời sống nông thôn, cô đã giới thiệu những giá trị văn hóa Trung Hoa bằng ngôn ngữ hình ảnh giàu tính nghệ thuật, vượt qua rào cản ngôn ngữ và thu hút đông đảo khán giả quốc tế. Tính đến tháng 3/2026, kênh YouTube của cô đã có khoảng 32,4 triệu người đăng ký theo dõi. Con số này phản ánh sức hấp dẫn của các nội dung văn hóa do Lý Tử Thất sáng tạo đối với khán giả ngoài Trung Quốc, cho thấy trong kỷ nguyên truyền thông số, một cá nhân cũng có thể góp phần quảng bá hình ảnh quốc gia và gia tăng quyền lực mềm văn hóa.

Mặc dù đã có nhiều công trình nghiên cứu về Lý Tử Thất, song phần lớn tập trung vào phân tích nội dung truyền thông, nghệ thuật kể chuyện và hiệu quả lan tỏa văn hóa. Từ góc độ quyền lực mềm văn hóa, bài viết phân tích vai trò của Lý Tử Thất trong việc lan tỏa các giá trị văn hóa Trung Quốc, làm rõ cơ chế hình thành quyền lực mềm thông qua sáng tạo nội dung số, đồng thời đề xuất một số gợi mở cho Việt Nam trong hoạt động quảng bá văn hóa và nâng cao hiệu quả truyền thông quốc tế.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Quyền lực mềm văn hóa và vai trò của người sáng tạo nội dung số

Khái niệm “quyền lực mềm” (soft power) lần đầu tiên được Joseph S. Nye đưa ra như một cách tiếp cận mới về quyền lực trong quan hệ quốc tế. Theo ông, bên cạnh “quyền lực cứng” (hard power) là quân sự và kinh tế thì một quốc gia còn có thể tạo dựng ảnh hưởng thông qua khả năng thu hút và thuyết phục các chủ thể khác tự nguyện chấp nhận những giá trị, mục tiêu và định hướng mà quốc gia đó theo đuổi (Nye, 1990). Nói cách khác, quyền lực mềm là năng lực đạt được kết quả mong muốn bằng sức hấp dẫn thay vì bằng cưỡng chế hoặc lợi ích vật chất. Ông cũng cho rằng quyền lực mềm được

Email: trinhnhuquynh1102@gmail.com

hình thành từ ba nguồn lực cơ bản gồm văn hóa, giá trị chính trị và chính sách đối ngoại. Trong ba yếu tố này, văn hóa được xem là nguồn lực giữ vai trò quan trọng, đặc biệt thông qua các biểu hiện của văn hóa đại chúng (Nye, 2004).

Như vậy, có thể hiểu quyền lực mềm văn hóa là khả năng của một quốc gia sử dụng các giá trị, biểu tượng và sản phẩm văn hóa để tạo dựng sức hấp dẫn, qua đó tác động đến nhận thức và thái độ của công chúng quốc tế mà không cần dựa vào sự cưỡng chế hoặc sức ép kinh tế, quân sự.

Sự phát triển mạnh mẽ của Internet, đặc biệt là mạng xã hội và các nền tảng chia sẻ nội dung đã làm thay đổi đáng kể cơ chế vận hành của quyền lực mềm văn hóa. Nếu trước đây hoạt động quảng bá hình ảnh quốc gia chủ yếu do nhà nước và hệ thống truyền thông chính thống đảm nhiệm thì trong môi trường truyền thông số, quá trình này ngày càng có sự tham gia của nhiều chủ thể phi nhà nước, đặc biệt là người sáng tạo nội dung. Trong bối cảnh đó, người sáng tạo nội dung số nổi lên như một chủ thể quan trọng trong quá trình sản xuất và phổ biến các giá trị văn hóa. Theo Cunningham và Craig (2019), họ là những doanh nhân cá nhân (individual entrepreneurs) xây dựng hoạt động kinh doanh thông qua việc sản xuất nội dung số, đồng thời tích lũy vốn văn hóa và vốn xã hội trên các nền tảng số. Nhờ khả năng kết nối trực tiếp với công chúng bằng những nội dung mang tính cá nhân và chân thực, họ góp phần truyền tải các giá trị văn hóa một cách gần gũi, tự nhiên và giàu sức thuyết phục.

Không chỉ là người sản xuất nội dung, các nhà sáng tạo nội dung số còn đóng vai trò như những đại sứ văn hóa trong không gian truyền thông toàn cầu. Thông qua việc kể chuyện, xây dựng hình ảnh cá nhân và khai thác các yếu tố văn hóa bản địa trong đời sống thường nhật, họ góp phần đưa các giá trị văn hóa của quốc gia vượt ra khỏi phạm vi biên giới, tiếp cận công chúng quốc tế bằng những hình thức trực quan, sinh động và giàu cảm xúc. Khi nội dung nhận được sự đón nhận rộng rãi, hình ảnh quốc gia cũng được định hình tích cực hơn trong nhận thức của người xem. Vì vậy, sức ảnh hưởng của người sáng tạo nội dung số không chỉ dừng lại ở lĩnh vực truyền thông hay giải trí mà còn trở thành một nguồn lực quan trọng trong việc gia tăng quyền lực mềm văn hóa của quốc gia.

Trong những năm gần đây, bên cạnh các hoạt động ngoại giao văn hóa do nhà nước triển khai, Trung Quốc cũng từng bước thúc đẩy phát triển văn hóa số, khuyến khích sản xuất các sản phẩm nghe nhìn trực tuyến (Quy hoạch phát triển văn hóa giai đoạn Kế hoạch 5 năm lần thứ 14, 2022). Định hướng này tạo điều kiện thuận lợi để các nhà sáng tạo nội dung số tham gia vào việc quảng bá văn hóa Trung Quốc. Trong bối cảnh đó, Lý Tử Thất được xem là trường hợp nổi bật. Thành công của cô cho thấy trong kỷ nguyên truyền thông số, các nhà sáng tạo nội dung không chỉ là người sản xuất sản phẩm văn hóa mà còn có thể trở thành chủ thể góp phần quảng bá hình ảnh quốc gia và gia tăng quyền lực mềm văn hóa thông qua sức hấp dẫn của nội dung và khả năng kết nối với công chúng toàn cầu.

2.2. Lý Tử Thất trong việc lan tỏa quyền lực mềm văn hóa Trung Quốc

2.2.1. Lan tỏa văn hóa truyền thống

Trong hệ thống nội dung của Lý Tử Thất, ẩm thực truyền thống là yếu tố văn hóa xuất hiện với tần suất lớn nhất. Tuy nhiên, điều được nhấn mạnh không chỉ là thành phẩm cuối cùng mà là toàn bộ quá trình hình thành món ăn, từ gieo trồng nguyên liệu, chăm sóc, thu hoạch theo mùa đến chế biến và thưởng thức. Ví dụ, trong video “Cuộc đời của tỏi” (蒜的一生), Lý Tử Thất ghi lại toàn bộ vòng đời của cây tỏi, từ khâu trồng, chăm sóc, thu hoạch đến chế biến thành nhiều món ăn và thực phẩm khác nhau. Từ những củ tỏi được thu hoạch vào mùa thu, cô lần lượt làm ngỗng tỏi xào thịt xông khói, tỏi ngâm chua ngọt và nhiều món ăn khác, qua đó phản ánh lối sống gần gũi với nông nghiệp, tư duy tận dụng tối đa giá trị của nông sản và kinh nghiệm tích trữ, chế biến thực phẩm theo mùa của người dân Trung Quốc.

Bên cạnh ẩm thực, các nghề thủ công truyền thống cũng được tái hiện với mật độ dày đặc trong các video của Lý Tử Thất. Các nghề như làm giấy, chế tác đồ gỗ, dệt vải, nhuộm chàm hay thêu thủ công được ghi lại tỉ mỉ, làm nổi bật sự khéo léo, tính kiên nhẫn và trình độ kỹ nghệ được tích lũy qua nhiều thế hệ. Ví dụ, trong video về Tứ bảo văn phòng và Thêu Thục, cô giới thiệu quá trình làm bút, mực, nghiên, giấy và kỹ thuật thêu nổi tiếng ở đất Thục (nay là tỉnh Tứ Xuyên) hoàn toàn thủ công, giúp người xem hiểu rõ giá trị văn hóa và kỹ thuật ẩn sau mỗi sản phẩm.

Ngoài ẩm thực và nghề thủ công, các video của Lý Tử Thất còn lồng ghép nhiều yếu tố văn hóa truyền thống khác như Hán phục, kiến trúc nhà ở, nhạc cụ dân tộc, 24 tiết khí, phong tục theo mùa, lễ tết truyền thống và cảnh quan nông thôn Trung Quốc. Các hoạt động sản xuất và sinh hoạt được sắp xếp theo nhịp điệu của tự nhiên, phản ánh tư tưởng “thiên nhân hợp nhất”, đồng thời tạo nên một không gian văn hóa thống nhất, nơi con người, thiên nhiên và truyền thống hòa quyện với nhau.

Điểm đáng chú ý là Lý Tử Thất không tách rời các yếu tố văn hóa để giới thiệu riêng lẻ mà luôn lồng ghép chúng vào những câu chuyện đời thường. Văn hóa vì thế không được thể hiện như một đối tượng cần quảng bá, mà trở thành bối cảnh tự nhiên của cuộc sống. Chính phương thức truyền tải này đã giúp các giá trị văn hóa truyền thống Trung Quốc được tiếp nhận một cách nhẹ nhàng, hấp dẫn và giàu cảm xúc.

2.2.2. Lan tỏa các giá trị văn hóa

Quyền lực mềm không được hình thành đơn thuần từ việc giới thiệu các biểu tượng văn hóa mà phụ thuộc vào khả năng khiến công chúng quốc tế đồng cảm, tiếp nhận và đánh giá tích cực những giá trị ẩn chứa sau các biểu tượng đó. Dưới góc độ này, các sản phẩm của Lý Tử Thất không chỉ tái hiện văn hóa truyền thống Trung Quốc mà còn góp phần chuyển tải một số giá trị văn hóa, đưa hình ảnh Trung Quốc đến với công chúng quốc tế.

Bên cạnh đó, các video còn truyền tải rõ nét tư tưởng hài hòa giữa con người và thiên nhiên, vốn là một trong những giá trị cốt lõi của triết học phương Đông. Các hoạt động sản xuất và sinh hoạt đều diễn ra theo nhịp điệu của tự nhiên, đề cao việc sử dụng hợp lý tài nguyên, lựa chọn nguyên liệu theo mùa và tôn trọng môi trường. Thiên nhiên không chỉ là bối cảnh mà còn trở thành một chủ thể đồng hành với con người, tạo nên thông điệp gần gũi với công chúng quốc tế.

Một giá trị khác được thể hiện nổi bật là sự gắn kết gia đình và tính cộng đồng. Hình ảnh Lý Tử Thất chăm sóc bà, chuẩn bị bữa ăn và chia sẻ những sinh hoạt thường nhật phản ánh tinh thần hiếu kính và sự gắn bó giữa các thế hệ. Những giá trị này được truyền tải thông qua các câu chuyện đời thường thay vì diễn giải hay giáo huấn, nhờ đó tạo được sự đồng cảm với công chúng thuộc nhiều nền văn hóa khác nhau.

2.2.3. Cơ chế lan tỏa quyền lực mềm văn hóa của Lý Tử Thất trên nền tảng số

Thành công của Lý Tử Thất không chỉ xuất phát từ việc lựa chọn các yếu tố văn hóa truyền thống làm nội dung sáng tạo mà còn đến từ cách thức truyền tải những giá trị đó trên các nền tảng số. Thông qua việc kết hợp giữa ngôn ngữ hình ảnh, xây dựng hình ảnh cá nhân và khai thác hiệu quả đặc điểm lan truyền của các nền tảng số, Lý Tử Thất đã đưa các giá trị văn hóa Trung Quốc tiếp cận đông đảo công chúng quốc tế. Có thể nhận diện ba cơ chế truyền thông nổi bật sau.

Thứ nhất, tạo sức hấp dẫn của văn hóa thông qua ngôn ngữ hình ảnh và tính thẩm mỹ. Khác với các sản phẩm quảng bá văn hóa truyền thống thường dựa vào lời thuyết minh hoặc diễn giải bằng ngôn ngữ, các video của Lý Tử Thất lựa chọn phương thức kể chuyện bằng hình ảnh. Hình ảnh trở thành phương tiện truyền tải chủ đạo, kết hợp với âm nhạc nhẹ nhàng và âm thanh tự nhiên của đời sống như tiếng gió, tiếng nước chảy, tiếng chim hót hay tiếng lao động để tạo nên một không gian văn hóa giàu cảm xúc. Bên cạnh đó, các video được đầu tư công phu về mặt hình ảnh với chất lượng ghi hình cao, góc quay mang tính điện ảnh, bố cục hài hòa và nhịp dựng chậm, góp phần thẩm mỹ hóa những hoạt động đời thường, tăng trải nghiệm thị giác và cảm xúc cho người xem. Theo Rose (2016), hình ảnh không chỉ là phương tiện phản ánh hiện thực mà còn là một phương thức tạo ra ý nghĩa, trong đó cách lựa chọn, tổ chức và trình bày hình ảnh có khả năng định hướng cách công chúng cảm nhận về một đối tượng văn hóa. Vì vậy, việc Lý Tử Thất sử dụng ngôn ngữ hình ảnh giàu tính nghệ thuật đã giúp các yếu tố văn hóa truyền thống Trung Quốc không chỉ được tiếp nhận như thông tin mà còn trở thành trải nghiệm cảm xúc đối với người xem. Cách thể hiện này không chỉ làm nổi bật nội dung văn hóa mà còn giúp khán giả từ nhiều quốc gia và nền văn hóa khác nhau dễ dàng tiếp nhận thông điệp, hạn chế tác động của rào cản ngôn ngữ.

Thứ hai, tạo tính xác thực và sự đồng cảm. Tính xác thực là yếu tố quan trọng giúp người sáng tạo nội dung xây dựng niềm tin và duy trì sự gắn kết với công chúng. Điều này được hình thành thông qua sự nhất quán giữa hình ảnh cá nhân, nội dung truyền tải và phong cách thể hiện. Đối với Lý Tử Thất, sức hấp dẫn đến từ hình ảnh một người trực tiếp tham gia vào toàn bộ quá trình lao động, từ trồng trọt, thu hoạch, chế biến thực phẩm đến làm đồ thủ công. Cô không chỉ giới thiệu văn hóa mà còn trở thành một phần của chính đời sống văn hóa đó. Bên cạnh đó, hình ảnh sống cùng bà ngoại, không gian nông thôn yên bình và nhịp sống chậm được duy trì xuyên suốt các video đã tạo nên một hình ảnh cá nhân chân thực, nhất quán và giàu sức thuyết phục. Nhờ vậy, người xem dễ hình thành sự đồng cảm, thiện cảm với nhân vật, qua đó gia tăng khả năng tiếp nhận và yêu mến văn hóa Trung Quốc.

Thứ ba, khuếch đại sức lan tỏa thông qua hệ sinh thái nền tảng số. Đây là cơ chế quan trọng giúp sức hấp dẫn văn hóa được mở rộng trên phạm vi toàn cầu. Các video của Lý Tử Thất được phân phối trên nhiều nền tảng như YouTube, Weibo, Facebook và TikTok, qua đó tiếp cận đông đảo công chúng ở nhiều quốc gia. Người xem không chỉ tiếp nhận nội dung mà còn tham gia lan tỏa thông qua chia sẻ, bình luận, yêu thích và đăng lại video, tạo hiệu ứng lan truyền vượt ra ngoài các hoạt động truyền thông chính thức. Nhờ đó, nền tảng số trở thành cầu nối giữa người sáng tạo nội dung với công chúng toàn cầu, góp phần mở rộng khả năng tiếp cận của các nội dung văn hóa Trung Quốc đối với công chúng quốc tế.

Từ ba cơ chế trên có thể thấy, quyền lực mềm văn hóa trong trường hợp Lý Tử Thất được hình thành thông qua sự kết hợp giữa nội dung văn hóa, phương thức truyền thông và môi trường nền tảng số. Nếu các giá trị văn hóa truyền thống là nguồn lực cốt lõi của quyền lực mềm thì ngôn ngữ hình ảnh, hình ảnh cá nhân và khả năng khuếch đại của nền tảng số chính là những yếu tố giúp các nguồn lực đó được chuyển hóa thành sức hấp dẫn và ảnh hưởng đối với công chúng quốc tế.

2.3. Gợi mở cho Việt Nam

Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ, quyền lực mềm văn hóa không còn được kiến tạo chủ yếu thông qua các hoạt động ngoại giao văn hóa hay hệ thống truyền thông chính thống mà ngày càng được mở rộng sang các nền tảng số với sự tham gia của nhiều chủ thể xã hội. Trường hợp của Lý Tử Thất cho thấy một cá nhân, thông qua việc sáng tạo nội dung chất lượng và khai thác hiệu quả các giá trị văn hóa truyền thống, cũng có thể tạo ra sức lan tỏa quốc tế và góp phần nâng cao sức hấp dẫn của hình ảnh quốc gia. Đối với Việt Nam chúng ta – một quốc gia sở hữu nền văn hóa lâu đời, đa dạng và giàu bản sắc, thì đây là một kinh nghiệm đáng tham khảo trong quá trình lan tỏa quyền lực mềm văn hóa.

Thứ nhất, nên nhìn nhận người sáng tạo nội dung số là một chủ thể quan trọng trong việc lan tỏa quyền lực mềm văn hóa. Trong bối cảnh truyền thông số, người sáng tạo nội dung không chỉ là người sản xuất thông tin mà còn là cầu nối đưa các giá trị văn hóa đến với công chúng trong và ngoài nước. Thực tế, Việt Nam đã xuất hiện một số kênh như “Ẩm thực mẹ làm”, “Lão nông” chuyên khai thác đời sống nông thôn, bước đầu tạo được sức hút trên các nền tảng số. Tuy nhiên, hoạt động của họ chủ yếu vẫn mang tính tự phát và chưa được đặt trong một định hướng phát triển dài hạn gắn với chiến lược lan tỏa quyền lực mềm văn hóa quốc gia. Vì vậy, nên có cơ chế, chính sách phù hợp nhằm tạo môi trường thuận lợi cho người sáng tạo phát triển, bao gồm hỗ trợ tiếp cận nguồn tư liệu văn hóa, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, nâng cao năng lực sáng tạo và khuyến khích sản xuất những nội dung có giá trị văn hóa. Đây là nền tảng để phát huy vai trò của người sáng tạo như một lực lượng quan trọng trong quảng bá hình ảnh Việt Nam.

Thứ hai, nên khuyến khích sáng tạo nội dung dựa trên bản sắc văn hóa Việt Nam thông qua những câu chuyện gần gũi và giàu tính thẩm mỹ. Trường hợp của Lý Tử Thất cho thấy sức hấp dẫn của văn hóa không đến từ việc quảng bá trực tiếp mà từ cách kể chuyện tinh tế, giúp người xem cảm nhận các giá trị văn hóa một cách tự nhiên. Việt Nam có nguồn tài nguyên văn hóa phong phú với hệ thống di sản, làng nghề truyền thống, ẩm thực, lễ hội và đời sống đa dạng của các vùng miền. Đây là những chất liệu giàu tiềm năng để xây dựng các sản phẩm nội dung số mang bản sắc riêng. Thay vì giới thiệu văn hóa

theo lối thuyết minh, người sáng tạo có thể kể những câu chuyện gắn với lao động, sinh hoạt, phong tục hay nghệ thuật truyền thống bằng hình ảnh, âm thanh tự nhiên và ngôn ngữ biểu đạt hiện đại. Cách tiếp cận này vừa góp phần bảo tồn và lan tỏa các giá trị văn hóa, vừa tạo sự đồng cảm và tăng sức hấp dẫn đối với công chúng quốc tế.

Thứ ba, nên nâng cao chất lượng sản xuất và năng lực lan tỏa của nội dung văn hóa trên các nền tảng số. Trong môi trường truyền thông số, giá trị của nội dung chỉ có thể phát huy hiệu quả khi được truyền tải bằng hình thức phù hợp với thói quen tiếp nhận của công chúng. Vì vậy, bên cạnh việc khai thác chất liệu văn hóa, người sáng tạo cần chú trọng đầu tư vào chất lượng hình ảnh, âm thanh, kỹ năng kể chuyện và xây dựng phong cách nội dung nhất quán. Đồng thời, cần sử dụng phụ đề hoặc phiên bản đa ngôn ngữ, đăng tải trên nhiều nền tảng để mở rộng khả năng tiếp cận khán giả quốc tế. Việc kết hợp giữa giá trị văn hóa truyền thống và phương thức truyền thông hiện đại sẽ giúp các sản phẩm nội dung không chỉ thu hút người xem mà còn gia tăng khả năng lan tỏa trong không gian truyền thông toàn cầu.

Thứ tư, nên tăng cường sự kết nối giữa người sáng tạo nội dung với ngành công nghiệp văn hóa và hoạt động truyền thông đối ngoại. Quyền lực mềm văn hóa không chỉ được hình thành từ các sản phẩm truyền thông riêng lẻ mà còn phụ thuộc vào khả năng tạo ra những giá trị lan tỏa sang các lĩnh vực khác. Do đó, cần thúc đẩy sự liên kết giữa người sáng tạo nội dung với các địa phương, làng nghề, bảo tàng, doanh nghiệp văn hóa và các cơ quan xúc tiến văn hóa đối ngoại để xây dựng những chiến dịch quảng bá có tính hệ thống. Khi nội dung số được kết nối với hoạt động du lịch, tiêu dùng sản phẩm văn hóa, quảng bá di sản hay giới thiệu sản phẩm địa phương, sức ảnh hưởng của người sáng tạo sẽ được chuyển hóa thành giá trị kinh tế, văn hóa và hình ảnh quốc gia.

3. Kết luận

Trong bối cảnh truyền thông số hiện nay, người sáng tạo nội dung đã trở thành một chủ thể quan trọng trong việc lan tỏa văn hóa và góp phần gia tăng quyền lực mềm của quốc gia. Trường hợp của Lý Tử Thất cho thấy một cá nhân, thông qua việc khai thác hiệu quả các giá trị văn hóa truyền thống và vận dụng linh hoạt các nền tảng số, vẫn có thể tạo dựng sức hấp dẫn đối với công chúng quốc tế, qua đó góp phần quảng bá hình ảnh quốc gia.

Từ nghiên cứu này có thể thấy, ngày nay, quyền lực mềm văn hóa không chỉ phụ thuộc vào nguồn lực văn hóa sẵn có mà còn gắn với năng lực sáng tạo nội dung và phương thức truyền tải phù hợp với công chúng toàn cầu. Đối với Việt Nam, đây là kinh nghiệm có ý nghĩa tham khảo trong quá trình lan tỏa quyền lực mềm văn hóa. Bên cạnh việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, cần quan tâm phát triển đội ngũ người sáng tạo nội dung, khuyến khích các sản phẩm mang đậm bản sắc dân tộc, đồng thời tăng cường kết nối giữa người sáng tạo với ngành công nghiệp văn hóa và hoạt động truyền thông đối ngoại. Đây là một trong những hướng tiếp cận đáng tham khảo nhằm nâng cao hình ảnh, sức hấp dẫn và vị thế của Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế.

Tài liệu tham khảo

- Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. New York University Press.
- Nye, J. S. (1990). *Bound to lead: The changing nature of American power*. Basic Books.
- Nye, J. S. (2004). *Power in the global information age*. Taylor & Francis e-Library.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). SAGE Publications.
- 中共中央办公厅, & 国务院办公厅. (2022). “十四五”文化发展规划 [Quy hoạch phát triển văn hóa giai đoạn Kế hoạch 5 năm lần thứ 14]. 中国政府网. https://www.gov.cn/zhengce/202212/content_6688296.htm.