

VĂN HÓA - LỊCH SỬ

ĐÔI NÉT VỀ CHÍNH SÁCH VĂN HOÁ CANADA TRONG NHỮNG NĂM CUỐI THẾ KỶ XX

Lê Thị Thu Hà
Viện Nghiên cứu Châu Mỹ

Những năm cuối thế kỷ XX, đầu thế kỷ XXI, với quá trình toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế thế giới diễn ra mạnh mẽ, Chính phủ Canada đã xây dựng những chính sách văn hoá nhằm thích ứng với thay đổi diễn ra ngay trong đất nước Canada cũng như trên thế giới, bảo đảm duy trì và bảo vệ bản sắc văn hoá, cũng như góp phần tăng cường đoàn kết dân tộc, gìn giữ chủ quyền Canada và hỗ trợ cho sự phát triển kinh tế của đất nước.

Bài viết này xin được trình bày những nét chủ yếu về mục tiêu và chính sách văn hoá của Canada, và một số kết quả mà những chính sách đó đem lại.

1. Mục tiêu chung và chính sách văn hoá của Canada

Người Canada quan niệm văn hóa bao gồm nghệ thuật và di sản, phát thanh truyền hình, kinh doanh văn hóa và truyền thông mới, và gần đây là các khía cạnh của "lối sống" do UNESCO đề xuất. Quan niệm này còn bao gồm một số yếu tố phù hợp với bốn nguyên tắc văn hóa của Hội đồng châu Âu là thúc đẩy thống nhất và sự đa dạng, hỗ trợ sáng tạo và tham gia vào đời sống văn hóa.

Từ những quan niệm trên về văn hóa, Canada đề ra những mục tiêu cụ

thể của chính sách văn hóa, trong đó có bốn mục tiêu cơ bản:

- Mục tiêu dài hạn nhất của chính sách văn hóa từ trước đến nay là hình thành và gìn giữ các giá trị Canada.

- Mục tiêu quan trọng thứ hai là thúc đẩy sự tham gia vào hoạt động văn hóa. Sự tham gia vào văn hoá có thể diễn ra dưới nhiều hình thức như tiêu dùng, tham quan, hoạt động không chuyên, gây quỹ, thành lập các hiệp hội, đào tạo chuyên nghiệp và không chuyên. Mục tiêu này nhận được ngày càng nhiều sự hỗ trợ trong chính sách và các chương trình của liên bang nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng trong lĩnh vực văn hoá.

- Mục tiêu thứ ba: xây dựng những mối liên kết. Mục tiêu này nhằm thúc đẩy sự hiểu biết sâu sắc hơn giữa các cộng đồng khác nhau ở Canada.

- Mục tiêu thứ tư - sự tham gia của công chúng - là xây dựng một khung chính sách về sự chia sẻ giữa các công dân và sự gắn kết xã hội để định hướng đổi mới các chính sách và chương trình, cải cách pháp luật. Mục tiêu này được thực hiện qua các sáng kiến như là thúc đẩy các hoạt động không chuyên, thúc đẩy sự tham gia của người bản địa và sự hội nhập của người mới nhập cư.

Để thực hiện tốt những mục tiêu này, Chính phủ Canada đã đề ra

hiều chính sách, trong đó những chính sách chủ yếu nhất dưới đây có tác động lớn tới sự phát triển văn hóa Canada ở trong cũng như ở ngoài nước.

- *Chính sách văn hoá dân tộc thiểu số*: Với số dân trên 30 triệu người, Canada có khoảng 200 nhóm dân tộc khác nhau. Họ có thể bao gồm những nhóm người mà theo cách thông thường không thể xem là dân tộc thiểu số, đáng chú ý là những người bản địa. Ngày nay, nhờ dòng người nhập cư mạnh mẽ (trung bình 200.000 người/năm) Canada có thể đạt mức tăng trưởng tự nhiên về dân số để phát triển dân cư và lực lượng lao động. Tuy Canada không chính thức thừa nhận các cộng đồng văn hoá dân tộc cụ thể, nhưng các nguyên tắc đa dạng văn hoá được thực hiện trong phạm vi toàn Chính phủ, trong đó có cả những tổ chức văn hoá liên bang, nhằm hướng đến những mục tiêu như đã nêu.

Từ những năm 1980, Hội đồng nghệ thuật Canada đã ban hành các chương trình và qui định để đảm bảo phản ánh đúng đắn sự đa dạng văn hóa của Canada. Ví dụ, Văn phòng Bình đẳng đưa ra các mục tiêu chiến lược về cơ hội bình đẳng cho những tổ chức và nghệ sĩ của các dân tộc thiểu số (nghệ sĩ gốc châu Á, châu Phi, Mỹ Latinh, Ả-rập...). Đối với người bản địa, Bộ Di sản Canada thực hiện các chương trình hỗ trợ cơ sở hạ tầng ở cấp quốc gia, vùng và địa phương cho người Inuit, Métis, giúp họ giải quyết các vấn đề kinh tế, văn hóa và xã hội. Ngoài ra, Chính phủ cho xây dựng hệ thống phát thanh truyền hình - một trong những công cụ quan trọng để giải quyết vấn đề văn hóa - dành cho người bản địa.

- *Bình đẳng giới và chính sách văn hoá*: Status of Women Canada (cơ quan phụ trách về tình trạng của phụ nữ) là cơ quan liên bang có nhiệm vụ thúc đẩy bình đẳng giới ở Canada, đồng thời là thành viên của hệ thống các cơ quan hoạt động về di sản, chịu trách nhiệm trước Bộ trưởng Bộ Di sản. Ngoài nhiệm vụ phân tích pháp lý, chính trị và chương trình của Chính phủ liên bang liên quan đến vấn đề giới, nó còn thúc đẩy phụ nữ tham gia vào sự phát triển văn hoá và di sản, nghệ thuật và các ngành kinh doanh văn hoá ở Canada. Vì sao vấn đề bình đẳng giới lại được đặt ra trong chính sách văn hoá? Các thống kê cho thấy phụ nữ chiếm 54% trong tổng số 130.695 nghệ sĩ đại diện cho chín lĩnh vực nghề nghiệp ở Canada. Đặc biệt, phụ nữ chiếm số lượng lớn trong các lĩnh vực như múa (85%), nghệ thủ công (62%). Điều này cho thấy phụ nữ tham gia hoạt động trong các ngành văn hoá khá đông nhưng họ chỉ chiếm tỉ lệ cao trong các nghề được trả lương thấp, trong khi nam giới chiếm tỉ lệ cao trong các nghề được trả lương cao.

- *Chính sách ngôn ngữ*: Là một quốc gia đa sắc tộc, xây dựng chính sách ngôn ngữ trong phát triển văn hoá là một việc làm vô cùng cần thiết. Từ năm 1969 Luật ngôn ngữ chính thức được Nghị viện Canada ban hành. Theo luật này, tiếng Anh và tiếng Pháp là hai ngôn ngữ chính thức của Canada. Điều 41 và 42 của Luật cũng qui định Chính phủ liên bang phải bảo đảm sự tồn tại ngôn ngữ chính thức của dân tộc thiểu số. Trên cơ sở đó, Chính phủ Canada không ngừng đưa ra hàng loạt chương trình để quảng bá và phát triển các giá trị văn hoá trong mỗi ngôn ngữ chính thức. Chẳng hạn, năm 2003-2004, hãng CBC (Hãng phát thanh và

truyền hình nhà nước), với tổng ngân sách là 1,65 tỉ đôla Canada, đã chi cho chương trình truyền hình tiếng Pháp 23%, cho chương trình phát thanh tiếng Pháp 8%. Ngoài ra, hãng này còn phát sóng bằng 8 thứ ngôn ngữ của người bản địa tại các vùng miền Bắc Canada. Hội đồng nghệ thuật Canada, Hãng phim truyền hình, Ủy ban phim quốc gia và Bộ di sản quản lí các chương trình hỗ trợ tài chính cho những nhà văn, nhà xuất bản, nhạc sĩ, và nghệ sĩ biểu diễn khác, bảo tàng và phòng trưng bày v.v... trong những vấn đề liên quan đến sử dụng ngôn ngữ của người thiểu số. Đối với trẻ em dân tộc thiểu số, *Hiến chương Canada về quyền và tự do* bảo đảm quyền học tập ở cấp một và cấp hai theo ngôn ngữ chính thức của cộng đồng thiểu số.

- *Chính sách đa nguyên truyền thông và đa dạng nội dung*: Trước đây chính sách văn hoá Canada thường phân biệt giữa truyền thông, nghệ thuật đỉnh cao và di sản với những lĩnh vực khác của văn hoá, đặc biệt là các ngành kinh doanh văn hoá. Tuy nhiên, trong khoảng ba thập kỷ cuối thế kỷ XX, với sự tăng trưởng của các ngành kinh doanh văn hóa, sự tham gia của Chính quyền liên bang trong lĩnh vực văn hoá được mở rộng đáng kể. Mỗi lĩnh vực đều nhận được sự hỗ trợ, tùy thuộc vào mức độ lĩnh vực đó đóng góp trong việc tạo ra các giá trị văn hoá cho Canada. Bên cạnh truyền thông truyền thống, việc ứng dụng công nghệ mới như là cáp, vệ tinh, internet đã tạo ra cơ hội để mở rộng sự đa dạng về nội dung và phổ biến, phân phối, tiêu dùng các sản phẩm văn hoá ở Canada.

Về mặt nội dung, Chính phủ Canada hướng tới xây dựng nền văn hoá đa dạng tích cực. Đa dạng văn hoá, được

xem là một thế mạnh thể hiện trong các giá trị được thừa nhận hoặc chấp nhận sự khác biệt, thoả hiệp, đàm phán và giải quyết hoà bình các xung đột, thích nghi và rộng mở đối với các tập quán và giá trị khác nhau của những cộng đồng khác. Đa dạng trong biểu đạt văn hoá sẽ thúc đẩy sự sáng tạo, và thúc đẩy những cách thức mới để tìm hiểu những vấn đề phức tạp, sự liên kết toàn cầu, và xây dựng xã hội mới và các giá trị văn hoá để hỗ trợ cho các giá trị kinh tế như phát triển kỹ năng và nâng cao hiệu quả. Bộ Di sản đã xây dựng chương trình Đa dạng văn hoá nhằm khuyến khích và hỗ trợ sự hiện diện của các dân tộc thiểu số trong lĩnh vực truyền thông bằng cách đề ra những dự án cộng đồng và phối hợp với các tổ chức truyền thông. Năm 2003, Bộ này đã giúp đỡ tài chính cho Cục thống kê Canada để tiến hành một cuộc điều tra về Đa dạng dân tộc ở Canada nhằm thu thập những thông tin cơ bản về dân tộc và văn hoá ở Canada. Kết quả điều tra cho thấy những người nhập cư thường có biểu hiện rõ ràng hơn trong việc cảm nhận về mối liên hệ với cộng đồng dân tộc của mình.

- *Chính sách đối với ngành kinh doanh văn hoá*: Các ngành kinh doanh văn hóa bao gồm phim và video, ghi âm và xuất bản. Từ cách nhìn nhận mới và kết quả thực tế trong khoảng ba thập niên qua của ngành này, Chính phủ Canada đã thành lập các tổ chức, đề ra chính sách và chương trình để hỗ trợ cho ngành kinh doanh văn hoá và nghệ thuật phát triển hơn nữa. Các ngành kinh doanh văn hoá chịu sự quản lý của Vụ Các vấn đề văn hoá (thuộc Bộ Di sản). Cơ quan này bao gồm các ban chịu trách nhiệm về phát thanh truyền hình, phim và video, ghi âm, xuất bản, truyền thông mới và nghệ

thuật. Bộ Di sản luôn tạo điều kiện cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc ngành kinh doanh văn hoá trong việc tiếp cận các nguồn tài chính và sử dụng cơ chế hỗ trợ cho khối nhà nước và tư nhân. Chính phủ cũng hỗ trợ liên tục cho ngành về các hình thức kinh doanh trực tuyến. Bộ Di sản xây dựng một chiến lược nghe nhìn trong đó: 1) Bổ xung những yếu tố có tác dụng phát triển các lĩnh vực nghệ thuật và di sản/ lịch sử; 2) Xem xét các mục tiêu chính sách nhà nước ở khía cạnh nội dung và khán giả; 3) Xác định các lỗ hổng trong những vấn đề quan trọng, xây dựng các chỉ số thay đổi và đánh giá hiệu quả của các quy tắc và công cụ hỗ trợ sáng tạo, sản xuất, phân phối, tiêu dùng và gìn giữ các giá trị của ngành nghe nhìn Canada.

- *Chính sách hợp tác văn hoá quốc tế:* Ba thập niên cuối cùng của thế kỷ XX đã ghi nhận sự phát triển mạnh mẽ về văn hoá của Canada, chủ yếu là do việc ban hành hàng loạt chính sách quốc gia và các chương trình hỗ trợ phát triển các lĩnh vực văn hóa. Để quảng bá văn hoá và giá trị Canada ra thế giới, Canada đã tham gia tích cực vào các hoạt động văn hoá quốc tế thông qua hiệp định song phương và đa phương, thành lập các văn phòng văn hoá - thương mại ở nước ngoài. Phát triển hoạt động văn hoá quốc tế bao gồm cả thương mại và văn hoá, nên nó liên quan đến chức năng của Bộ Ngoại giao, Cơ quan Thương mại quốc tế và Bộ Di sản. Năm 1980 Bộ Truyền thông (nay là Bộ Di sản) đã tiếp nhận các chương trình văn hoá và nghệ thuật sau đó chuyển giao cho Bộ Ngoại giao. Giai đoạn này cũng đánh dấu sự phát triển vai trò văn hóa quốc tế của Canada bằng việc gia nhập các công ước của Liên hợp quốc.

Ở cấp đa phương, Canada đóng vai trò quan trọng nhất trong các cuộc đối

thoại quốc tế về đa dạng văn hoá và hợp tác văn hoá quốc tế. Ví dụ các tuyên bố về đa dạng văn hoá đã đạt được ở UNESCO, Tổ chức các nước châu Mỹ, nhóm G8, Cộng đồng Pháp ngữ, Hội đồng châu Âu, Mạng lưới quốc tế về chính sách văn hoá.

Về quan hệ song phương, với những đối tác có tính chiến lược hàng đầu như Anh, Mỹ, Pháp, Canada chia sẻ những truyền thống và lịch sử với những nước này để thúc đẩy kế hoạch hành động về đa dạng văn hoá quốc tế. Ngoài ra, Canada còn phát triển các mối quan hệ song phương cũng rất quan trọng với các nước ở những khu vực khác trên thế giới, tiêu biểu là Colombia, Mexico, Nam Phi, Brazil, Hàn Quốc và các nước vùng Caribbean. Đây là những đối tác chiến lược vì các nước này đều có những ảnh hưởng quan trọng trong khu vực cũng như trên thế giới và ủng hộ tích cực kế hoạch hành động của Canada về đa dạng văn hoá.

Bên cạnh những chính sách văn hoá chủ yếu trên, Chính phủ Canada xây dựng một số chính sách khác liên quan đến việc làm trong lĩnh vực văn hoá, công nghệ mới, giáo dục nghệ thuật. Ngoài ra, Chính phủ ban hành những qui định rất cụ thể đối với từng loại hình hoạt động văn hoá và có một chính sách hỗ trợ tài chính rõ ràng. Thực tế cho thấy rằng chính sách văn hoá giữa các cấp chính quyền ngày càng có sự phối hợp hơn và theo xu hướng liên bang. Tất cả đều nhằm thực hiện những mục tiêu văn hoá đã đề ra và cho thấy những kết quả khả quan.

2. Những thành tựu văn hoá

- *Ở trong nước:* Với sự hỗ trợ tài chính của Bộ Di sản, trong những năm 90 của thế kỷ XX, ngành xuất bản sách của Canada có sự tăng trưởng mạnh. Năm 1996-1997, gần

10.500 đầu sách được xuất bản và 7.200 đầu sách được in lại, ứng với tỉ lệ tăng trưởng hàng năm là 2,8%. Trong vòng 5 năm (từ năm 1991-1992 đến năm 1996-1997) phần xuất khẩu của ngành này tăng đột biến, với mức tăng trung bình 20% mỗi năm và đạt 119,1 triệu đôla Canada năm 1996-1997. Ngành ghi âm, dựa trên khung chính sách "Từ người sáng tạo đến Người thưởng thức", Quĩ Âm nhạc Canada đã tạo thêm nhiều sự lựa chọn về âm nhạc thông qua các phương tiện truyền thông, tạo cơ hội

cho các nghệ sĩ và doanh nhân phát triển các kĩ năng và bí quyết để thành công. Doanh số bán hàng trong nước các bản ghi âm tăng từ 11% năm 1991 lên đến 30,1% năm 2004. Với mức một người dân mua 2,5 bản ghi âm mỗi năm, Canada được xếp hàng thứ 10 trên thế giới vào năm 2003, và xếp thứ 6 về doanh số bán lẻ các ấn phẩm nhạc.

Về sự tham gia của người tiêu dùng và khán giả, xét trong thập niên cuối của thế kỷ XX, có thể nhận thấy sự phát triển qua bảng sau:

Hoạt động	Tỉ lệ tham gia (%)	
	Năm 1992	Năm 1998
Xem phim tại rạp	49%	59%
Xem hoà nhạc	24%	34%
Tham quan phòng trưng bày nghệ thuật	19%	22%
Tham gia các sự kiện nghệ thuật biểu diễn	30%	35%
Tham quan các di tích lịch sử	27%	32%

Nguồn: *La Culture Canadienne en perspective: Aperçu statistique, 2000.*

- **Ở nước ngoài:** Là một trong những cường quốc trên thế giới, Canada được biết đến trước hết là một quốc gia có nền kinh tế phát triển, thu nhập bình quân đầu người đứng trong danh sách những nước cao nhất thế giới. Ngày nay, trong bối cảnh toàn cầu hoá và xu thế hội nhập quốc tế, bên cạnh việc hợp tác phát triển kinh tế, việc xây dựng hình ảnh đất nước Canada thông qua kênh văn hoá là một cách làm đầy hiệu quả để tăng cường các hợp tác khác.

Để quảng bá văn hoá và các giá trị Canada ra thế giới, đã có sự hợp tác chặt chẽ giữa Bộ Di sản, Bộ Ngoại giao và Cơ quan Thương mại quốc tế. Canada cũng tham gia tích cực và các hoạt động văn hoá quốc tế thông qua các hiệp định song phương và đa phương. Các hoạt động này được thể hiện dưới nhiều hình thức như Chương trình con đường di sản

Canada, các triển lãm quốc tế, các diễn đàn đa phương... Cụ thể, trong lĩnh vực hợp tác về phim và nghệ thuật nghe - nhìn, Canada đã ký kết 17 thoả thuận song phương, 14 thoả thuận ba bên, và 2 thoả thuận bốn bên. Từ năm 1997 đến năm 2003, Canada đã tham gia 587 chương trình hợp tác sản xuất với tổng số tiền vào khoảng 1,4 tỉ đôla Canada.

Chính phủ luôn có những chính sách thích hợp nhằm mở rộng xuất khẩu văn hoá. Năm 2001, Bộ Di sản đã đưa ra chiến lược *Các tuyến giao thương* nhằm củng cố vị trí của lĩnh vực nghệ thuật và văn hoá Canada trên thị trường quốc tế. Chiến lược này giúp cho các tổ chức và doanh nhân hoạt động trong lĩnh vực văn hoá và nghệ thuật nắm bắt dễ dàng hơn những cơ hội kinh doanh quốc tế. Hơn nữa, những tổ chức có kế hoạch đẩy mạnh buôn bán quốc tế trong các

lĩnh vực văn hoá nghệ thuật khác nhau (sân khấu, nghe nhìn, phim và video, truyền hình, ghi âm, xuất bản...) có thể được hỗ trợ tài chính nếu có yêu cầu. Do vậy, các ngành kinh doanh văn hoá, nghệ thuật, thông qua các cuộc triển lãm quốc tế và những chương trình biểu diễn... đã góp phần tích cực vào việc xuất khẩu các hàng hoá và dịch vụ văn hóa và đạt được những kết quả đáng kể (năm 2002 đạt 5 tỉ đôla Canada). Ngoài thị trường truyền thống là Mỹ và châu Âu, những năm gần đây các sản phẩm văn hoá xuất khẩu của Canada đặc biệt là phim ảnh, truyền hình, công nghiệp băng đĩa và xuất bản thâm nhập mạnh mẽ thị trường Châu Á và các nước Mỹ Latinh. Về xuất bản, một ví dụ rõ nét nhất chứng minh cho điều này là trường hợp của Nhà xuất bản Kids Can Press (Toronto). Nhà xuất bản này chuyên xuất bản những ấn phẩm dành cho trẻ em, qui mô khá nhỏ (35 nhân viên), nhưng mỗi năm nó xuất bản trên 45 tác phẩm và hoạt động rất tích cực trên thị trường thế giới. Cuốn sách của tác giả Paulette Bourgeois, với nhân vật chính là chú rùa nhỏ gan dạ Franklin, được Kids Can Press xuất bản hơn 16 triệu cuốn và phát hành trên khắp thế giới. Ở Hàn Quốc, cuốn sách này được sử dụng như sách giáo khoa dạy tiếng Anh và được học sinh đặc biệt yêu thích. Bà Barbara Howson, Phó Chủ tịch phụ trách bản quyền nhà xuất bản này cho biết: "Hàn Quốc đặt mua với số lượng lớn hầu hết các đầu sách của Kids Can Press. Họ mua và dùng sách của chúng tôi để xây dựng chương trình dạy và học tiếng Anh ở đất nước họ". Chương trình Phát triển Ngành xuất bản đã hỗ trợ việc tiếp thị thị trường quốc tế, nhờ đó các nhà xuất bản sách đã tăng doanh số xuất khẩu lên gấp bốn lần.

Riêng ở khu vực Châu Á, những hướng đi mới không chỉ bị bó hẹp trong việc phát triển thương mại buôn bán, hoặc công nghiệp giải trí văn hoá của Canada. Những năm gần đây, trong bối cảnh toàn cầu hoá, các nước châu Á trở nên cởi mở hơn, các tập tục xã hội trở nên tự do hơn và sự chú ý tới văn hoá phương Tây của người dân (đặc biệt là tầng lớp thanh niên) tạo nên nguồn hứng khởi mới thu hút các nghệ sĩ Canada đến làm ăn trong khu vực. Bộ Ngoại giao, Ngoại thương Canada, thông qua các cơ quan đại diện của mình ở nước ngoài đã giúp quảng bá hình ảnh các nghệ sĩ Canada, không chỉ nhằm giúp họ chinh phục được công chúng ở nước ngoài, mà còn là đường lối ưu tiên, nhiệm vụ vì quyền lợi chung của Canada về chính trị cũng như kinh tế. Các môn nghệ thuật không chỉ giúp cho việc trao đổi các giá trị, mối quan tâm, hoài bão, mà còn tạo thuận lợi cho việc hiểu biết lẫn nhau và thắt chặt hơn nữa quan hệ ngoại giao giữa các nước. Các nghệ sĩ Canada, với những tên tuổi nổi tiếng như ca sĩ Avril Lavigne, đạo diễn Robert Lepage, nhà làm phim Denys Arcand, nhà văn Austin Clarke... đã mang lại cho khu vực Châu Á những sản phẩm văn hoá rất đa dạng.

Vở kịch Amelia de La La La Human Steps năm 2002-2004 đã có chuyến lưu diễn thế giới thành công, đặc biệt tại Hàn Quốc, Hồng Kông, Nhật Bản, Đài Loan, Singapore, Australia và Tân Tây Lan.

Năm 2004, nhiều nghệ sĩ Canada đã tới Trung Quốc biểu diễn, trong đó có đoàn ba lê Royal Winnipeg Ballet, ca sĩ nhạc Jazz Diane Krall và một DJ (người giới thiệu các ca khúc trên radio) Kid Koala người Canada gốc Trung Quốc, đã được công chúng

Trung Quốc đón nhận nồng nhiệt. Ban nhạc Slainte Mhath đem đến cho công chúng yêu âm nhạc của Đài Loan, Nhật Bản chương trình biểu diễn nhạc celtic đầy ấn tượng.

Nhiều nhà văn Canada, trong đó có nhà văn Austin Clarke, Corey Frost, Isabel Huggan, Jane Urquhart đã tham dự Hội chợ văn học Brisbane năm 2004. Tại đây, lần đầu tiên công chúng được nghe một bản nhạc do một người Australia sáng tác dựa trên tác phẩm văn học của nhà văn Canada, bà Anne Michaels.

Các tác phẩm điện ảnh của Canada cũng thường xuyên tham dự các liên hoan phim châu Á - Thái Bình dương. Phòng Thương mại Canada tại Đài Bắc, trong chương trình hợp tác SPOT, đã cho trình chiếu các phim mới sản xuất của Canada cũng như các phim kinh điển. Có thể kể ra ở đây các phim như Ryan - phim đã đoạt giải Oscar, Hardwood - phim được đề cử giải Oscar, cũng như hai phim Les Invasions barbares và Le Déclin de l'empire américain của nhà đạo diễn Denys Arcand. Hai phim tài liệu về hợp tác giữa Trung quốc và Canada: In the Shadow of Gold Mountain và The Magical Life of Long Tack Sam, cũng được trình chiếu.

Phim ảnh của Canada cũng thành công ở Ấn Độ. Các bộ phim của Canada thường được chú ý đến nhiều trong các liên hoan nghệ thuật, như Liên hoan phim Kolkata (Calcutta) lần thứ 10. Thậm chí nhiều thanh niên Canada gốc Ấn còn thâm nhập vào ngành công nghiệp điện ảnh Bombay, ví dụ như trong phim tài liệu do hãng phim quốc gia Bollywood Bound sản xuất năm 2002. Tác phẩm đầu tay này của Nisha Pahuja đã được chiếu trong Liên hoan phim Ấn Độ - Canada tại Delhi.

Về phim hoạt hình, trường Cao đẳng điện ảnh Algonquin ở Ottawa đã ký với xưởng phim Animaster của Ấn Độ có trụ sở tại Bangalore một thoả thuận để triển khai công nghệ sản xuất phim hoạt hình tiên tiến. Bà Kelly Neall, Giám đốc Liên hoan phim hoạt hình quốc tế Ottawa cho biết, các họa sỹ phim hoạt hình Canada đã được mời sang các nước Hàn quốc, Đài Loan, Việt Nam, Philippines, và ở những nước này họ cũng rất thành công. Ngoài những hãng phim hoạt hình có tiếng của Canada, như Nelvana, đang có quan hệ làm ăn lớn với các hãng phim Ấn Độ và Đài Loan, các hãng khác trong đó có Asia China Media Ventures, China Film Animation và Divertissement Cookie Jar cũng có những bước tiến đáng kể trên thị trường châu Á. Bà Kelly Neall cho rằng các lĩnh vực nghệ thuật này là "công cụ giao lưu hữu hiệu" của đất nước Canada.

Văn hóa Canada, nhờ có những chính sách thích hợp do Chính phủ đề ra, đã có những bước phát triển đáng chú ý ở trong nước cũng như ở ngoài nước. Đất nước này đã chứng tỏ cho thế giới rằng đó không chỉ là một đất nước giàu về tài nguyên, mạnh về kinh tế, mà còn là một đất nước có nền văn hoá phong phú, đa dạng và đầy bản sắc ■

Tài liệu tham khảo:

1. Regard sur le monde, No 25, Printemps 2005
2. La Culture Canadienne en perspective: Aperçu statistique, 2000
3. Tài liệu từ các trang Web:
 - <http://www.culturescope.ca>
 - <http://www.dfait-maeci.gc.ca>
 - <http://www.pch.gc.ca>
 - <http://www.international.gc.ca>

Ghi chú: Các số liệu tham khảo trong *La Culture Canadienne en perspective: Aperçu statistique, 2000*.