

CHÍNH SÁCH NGOẠI GIAO VĂN HÓA CỦA NHẬT BẢN VÀ MỘT SỐ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

● PHẠM THỊ THU HÀ

TÓM TẮT:

Với tư cách là một trong những quốc gia có tầm ảnh hưởng lớn ở khu vực Đông Á, Nhật Bản đã thực thi nhiều chính sách ngoại giao hiệu quả nhằm thúc đẩy hơn nữa việc hướng tới một cộng đồng Đông Á hòa bình, thịnh vượng và ổn định. Trong đó, Nhật Bản xác định ngoại giao văn hóa là chính sách quan trọng, là một trong những phương tiện góp phần bảo vệ an ninh, nâng cao hình ảnh, tăng cường ảnh hưởng chính trị của quốc gia đối với quốc tế. Nghiên cứu chính sách ngoại giao Nhật Bản từ đó rút ra những bài học kinh nghiệm cho Việt Nam trong phát triển ngoại giao văn hóa có ý nghĩa sâu sắc trong giai đoạn hiện nay.

Từ khóa: ngoại giao văn hóa, Nhật Bản, chính sách ngoại giao, văn hóa.

1. Ngoại giao văn hóa

Ngoại giao văn hóa (Cultural diplomacy) là hoạt động ngoại giao gắn liền với văn hóa, ở góc độ quan hệ quốc tế, có thể khái quát ngoại giao văn hóa là một hình thức ngoại giao thông qua công cụ văn hóa để thiết lập, duy trì và phát triển quan hệ đối ngoại nhằm đạt được các mục tiêu lợi ích cơ bản của quốc gia là phát triển, an ninh và ảnh hưởng [1].

Ngoại giao văn hóa còn bao gồm cả việc giới thiệu các thành tựu khoa học kỹ thuật, nghệ thuật, khoa học xã hội... không chỉ của riêng quốc gia mà còn của các nhóm quốc gia hoặc các tổ chức quốc tế. Trong thời đại toàn cầu hóa và với sự nổi trội của xu hướng “đối thoại thay cho đối đầu”, ngoại giao văn hóa được xem là một trong ba trụ cột chính của hoạt động ngoại giao, bên cạnh ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế. Nền ngoại giao của một quốc gia thường chịu ảnh hưởng không ít từ nền văn hóa dân tộc, văn hóa ngoại giao và kỹ năng của bản thân các nhà ngoại giao, vốn cũng là những yếu tố tác động đến quá trình hoạch định và thực thi chính sách về ngoại giao văn hóa của một nước.

Đối tượng hướng tới của ngoại giao văn hóa thường là chính phủ và/ hoặc nhân dân của các

quốc gia khác. Đối với các nhóm nước hoặc các liên minh, hiệp hội các nước: ngoại giao văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hình thành nền tảng văn hóa và cách suy nghĩ chung, nhằm dễ dàng đạt được các quyết định đồng thuận. Đối với các quốc gia đơn lẻ: thường dùng ngoại giao văn hóa để thúc đẩy các mối quan hệ ngoại giao, tăng cường sự hiểu biết, tạo dựng hình ảnh tốt và giới thiệu các giá trị hấp dẫn của mình để thu hút thương mại, đầu tư, hợp tác trên nhiều lĩnh vực, kể cả an ninh. Ngoại giao văn hóa còn có thể là công cụ chuyển đổi những định kiến truyền thống về các nền văn hóa thành sự hiểu biết và hợp tác. Xét ở góc độ này, ngoại giao văn hóa là một công cụ đắc lực của quyền lực mềm. Đối với các tổ chức phi chính phủ (NGOs): ngoại giao văn hóa được dùng để xâm nhập vào các cộng đồng địa phương, tác động lên (hoặc điều chỉnh cho phù hợp với) các tập quán làm việc của chính quyền địa phương nhằm đạt được kết quả hợp tác lâu dài và tốt đẹp.

2. Chính sách ngoại giao văn hóa của Nhật Bản

Ngoại giao văn hóa Nhật Bản đã được thực hiện từ rất sớm, ngay sau thế chiến thứ II. Tuy nhiên,

hoạt động này thực sự được đẩy mạnh trong những năm gần đây. Thủ tướng Kozumi, Chính phủ Nhật Bản đã công bố Chiến lược ngoại giao văn hóa thế kỷ XXI (tháng 12/2005). Chiến lược ngoại giao văn hóa Nhật Bản xác định mục tiêu: Tăng cường hiểu biết của thế giới về Nhật Bản, nâng cao hình ảnh, cũng như lòng tin của các quốc gia đối với Nhật Bản; Tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa các nền văn minh, văn hóa, tránh khỏi mọi cuộc xung đột; Nuôi dưỡng những giá trị văn hóa chung của toàn nhân loại. Từ mục tiêu này, Chính phủ Nhật Bản đưa ra 3 trụ cột tinh thần là: 1) Truyền bá: Truyền bá văn hóa được coi là trụ cột lớn nhất, thông qua các hoạt động được coi là công cụ truyền bá, như: phổ cập tiếng Nhật, giao lưu văn hóa nghệ thuật, trò chơi, phim hoạt hình, truyện tranh, âm nhạc, điện ảnh, truyền hình, thời trang... 2) Hấp thu: Lịch sử văn hóa Nhật Bản là lịch sử “hấp thu” các tinh hoa của các nền văn hóa khác nhau, trên các lĩnh vực khác nhau. Chính vì vậy, “hấp thu” được coi là nguồn kích hoạt kích thích nền văn hóa Nhật Bản phát triển. Với chính sách ngoại giao văn hóa ở thế kỷ XXI, Nhật Bản đã đưa ra chính sách “hấp thu có sáng tạo”, biến Nhật Bản thành nơi “sáng tạo văn hóa” tràn đầy sức sống. 3) Cộng sinh: Thực chất của chiến lược này là nâng cao “lòng tôn sùng và cộng sinh”. Các phương thức thúc đẩy cộng sinh là thúc đẩy đối thoại giữa các nền văn minh, truyền bá quan niệm cơ bản của hợp tác quốc tế Nhật Bản, thiết lập “Tập đoàn tài chính hợp tác quốc tế về tài sản văn hóa”, thúc đẩy hợp tác quốc tế, bảo vệ, tu sửa tài sản, di sản văn hóa vật thể, phi vật thể của nhân loại.

Nhật Bản coi quảng bá văn hóa là phương cách quan trọng nhất để đạt được các mục tiêu trên. Các công cụ quảng bá chủ yếu là phổ cập tiếng Nhật, giao lưu văn hóa, nghệ thuật truyền thống và hiện đại, hoạt hình, truyện tranh, âm nhạc, điện ảnh, phim truyền hình, thời trang, ẩm thực,... Quảng bá văn hóa còn được nâng lên tầm cao mới với việc khẳng định trong văn kiện có tính cương lĩnh ngoại giao văn hóa quốc gia là “Giao lưu văn hóa của quốc gia hòa bình” do cựu Thủ tướng Nhật Bản Koizumi phê duyệt năm 2005. Nhật Bản kỳ vọng các hoạt động quảng bá văn hóa sẽ giúp thế giới hiểu, gần gũi với văn hóa, xã hội và người Nhật Bản, đồng thời cũng bồi dưỡng “tình cảm thân Nhật” có tính quốc tế. Trên thực tế, sự phát triển mạnh mẽ của văn hóa đại chúng Nhật Bản đã và đang ảnh hưởng sâu rộng tới đời sống văn hóa thế

giới, đó là kết quả của quá trình xây dựng, phát triển công nghiệp văn hóa ở nước ngoài do chính phủ Nhật Bản đề xướng. Hơn nữa, chính sách này trở thành một phần quan trọng trong chiến lược phát triển đất nước trong thời đại mới.

Nhật Bản xác định ngoại giao văn hóa cần liên kết chặt chẽ với các chính sách thương mại quốc tế, phải tạo một môi trường thuận tiện cho xuất khẩu hàng hóa văn hóa nói riêng và các sản phẩm khác của Nhật Bản tại thị trường nước ngoài. Vì vậy, ngoại giao văn hóa trong thế kỷ XXI, ngoài mục tiêu quảng bá hình ảnh đất nước, con người Nhật Bản, còn được xác định là phải gánh vác cả vai trò của ngoại giao kinh tế. Bởi, thực tế lịch sử đã chứng minh, trong khi nền kinh tế Nhật Bản rơi vào tình trạng trì trệ, thì nền văn hóa đại chúng của Nhật Bản đặc biệt là các sản phẩm công nghiệp văn hóa như: Phim hoạt hình (Anime), truyện tranh (Manga), phần mềm trò chơi trên máy vi tính và điện thoại di động, thời trang, âm nhạc pop, món ăn Shushi,... đã được xuất khẩu ra nhiều nước trên thế giới. Ngoài lợi nhuận mang tính kinh tế, những sản phẩm văn hóa này đã gián tiếp là phương tiện truyền bá văn hóa Nhật Bản ra nước ngoài, tạo nên một hình ảnh “Cool Japan - sức hút Nhật Bản” trong lòng cộng đồng quốc tế. Theo Ngân hàng Nhật Bản thì tổng xuất khẩu của Nhật Bản từ năm 1997 đến năm 2006 tăng khoảng 1,7 lần, riêng xuất khẩu sản phẩm văn hóa tăng hơn gấp ba lần. Xuất khẩu phim hoạt hình của Nhật Bản sang truyền hình Mỹ cũng đã gấp ba lần so với xuất khẩu các sản phẩm thép [3].

Với chính sách ngoại giao văn hóa linh hoạt, hiệu quả, Nhật Bản đã khẳng định được vị thế cao trên trường quốc tế và khu vực. Tại châu Á, Nhật Bản hiện được đánh giá là đối tác tin cậy và là nước tài trợ bảo đảm an ninh hàng đầu của khu vực Đông Nam Á. Tại châu Âu, Nhật Bản là một đối tác quan trọng trong việc hỗ trợ hệ thống đa phương và thúc đẩy việc áp dụng các tiêu chí tự do trong bối cảnh cạnh tranh Trung Quốc - Mỹ ngày càng căng thẳng. Hiệp định Đối tác kinh tế EU - Nhật Bản (EPA) chính thức có hiệu lực từ ngày 1/2/2019 là thỏa thuận thương mại song phương lớn nhất từng được EU thực hiện. Nhật Bản cũng tăng cường quan hệ an ninh quân sự với các nước thành viên Khối Hiệp ước Bắc Đại Tây Dương (NATO) quan trọng. Từ năm 2018, Nhật Bản đã thành lập văn phòng đại diện tại trụ sở của NATO; lần đầu tiên tham gia cuộc diễn tập an ninh mạng quy mô lớn do NATO

tổ chức với tên gọi “Cyber Coalition-2019”. Tại châu Phi, Nhật Bản tăng cường các dự án hỗ trợ phát triển. Dựa trên nền tảng sự dồi dào về vốn, cùng với ngoại giao văn hóa, Nhật Bản đã thiết lập được “quyền lực mềm”, tăng cường sự ảnh hưởng ở châu Phi. Điểm nhấn của hợp tác Nhật Bản - châu Phi là “Hội nghị quốc tế Tokyo về phát triển châu Phi” (TICAD), ra đời từ năm 1993. Năm 2016, Hội nghị thượng đỉnh TICAD đầu tiên được tổ chức tại châu Phi, đánh dấu sự quan tâm mạnh mẽ của Nhật Bản đến việc tăng cường sự hiện diện ở châu lục này. Tại TICAD lần thứ 7 được tổ chức ở thành phố Yokohama (Nhật Bản, tháng 8/2019), với chủ đề “Thúc đẩy sự phát triển của châu Phi thông qua con người, công nghệ và đổi mới”, Nhật Bản tái khẳng định cam kết thúc đẩy đầu tư của khu vực tư nhân vào châu Phi để hỗ trợ châu lục này phát triển. Tại Trung Đông, Nhật Bản thúc đẩy mạnh mẽ hơn nữa vai trò trung gian hòa giải giữa Mỹ với Iran nói riêng, tình hình căng thẳng tại khu vực Trung Đông nói chung, tránh những diễn biến xấu đe dọa đến an ninh năng lượng của nước này. Nhật Bản được nhìn nhận có một vai trò trung lập hơn hẳn, không nằm trong vòng xoáy cạnh tranh chiến lược tại khu vực Trung Đông. Nếu vai trò trung gian hòa giải được phát huy, đó cũng chính là sức hút, một thứ “sức mạnh mềm” giúp hỗ trợ Nhật Bản tìm kiếm những cơ hội kinh tế tại khu vực này.

3. Một số bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam

Thứ nhất, tăng cường lý luận và nhận thức về ngoại giao văn hóa. Nhật Bản đã có nhận thức về ngoại giao văn hóa từ rất sớm (ngay sau thế chiến II). Do đó, trong điều kiện hiện nay, Việt Nam phải sớm hoàn thiện hệ thống lý luận về ngoại giao văn hóa, bao gồm khái niệm, nội hàm cũng như xác định rõ vai trò, vị trí của ngoại giao văn hóa trong tổng thể nền ngoại giao toàn diện, hiện đại của Việt Nam; gắn kết ngoại giao văn hóa với ngoại giao chính trị, ngoại giao kinh tế và công tác về người Việt Nam ở nước ngoài nhằm tạo sức mạnh ngoại giao tổng hợp.

Thứ hai, tiếp tục xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách về ngoại giao văn hóa. Thực tiễn Nhật Bản cho thấy, cơ chế, chính sách ngoại giao văn hóa thường xuyên được bổ sung, cập nhật, hoàn thiện qua các thời kỳ. Do đó, với Việt Nam hiện nay, hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách về ngoại giao văn hóa một cách toàn diện, đồng bộ là vấn đề cấp bách. Cơ chế, chính sách ngoại

giao Việt Nam cần hoàn thiện trên cơ sở phù hợp với pháp luật của Nhà nước và đường lối đối ngoại của Đảng; điều chỉnh, bổ sung chính sách ngoại giao văn hóa cho phù hợp với thực tiễn phát triển của đất nước và với cam kết quốc tế. Lồng ghép hoạt động ngoại giao văn hóa trong triển khai Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, Chiến lược phát triển văn hóa, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam,... nhằm tạo tính cộng hưởng trong mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương và cả nước.

Thứ ba, bảo đảm nguồn lực cho ngoại giao văn hóa. Để quảng bá văn hóa ra nước ngoài, năm 2014 riêng Quỹ Cool Japan của Nhật Bản đã đầu tư khoảng 3,7 triệu USD để quảng bá văn hóa Nhật Bản ra nước ngoài, bao gồm: tài trợ cho việc mở các trường đào tạo họa sĩ anime và nghệ sĩ lồng tiếng tại 12 nước và vùng lãnh thổ ở châu Á [4]. Điều này cho thấy, Nhật Bản luôn dành sự đầu tư nguồn lực lớn cho quảng bá văn hóa. Với Việt Nam, cần bảo đảm các điều kiện về tài chính, vật chất cho ngoại giao văn hóa bằng các nguồn kinh phí được bố trí từ ngân sách nhà nước, các địa phương. Đẩy mạnh việc xã hội hóa, thu hút các doanh nghiệp, tư nhân tài trợ, đóng góp cho các hoạt động ngoại giao văn hóa phù hợp với quy định của pháp luật.

Thứ tư, đẩy mạnh quảng bá hình ảnh Việt Nam. Học tập kinh nghiệm Nhật Bản, Việt Nam cần triển khai kế hoạch cụ thể, các hoạt động quảng bá hình ảnh đất nước, con người và văn hóa Việt Nam với những thông điệp về một dân tộc có bề dày văn hóa đặc sắc, lịch sử hào hùng, một đất nước có sức sống mãnh liệt, giàu tiềm năng, đạt nhiều thành tựu trong đổi mới, người dân cần cù, sáng tạo, thân thiện, yêu chuộng hòa bình. Đồng thời, tăng cường giới thiệu con người Việt Nam thông qua hình ảnh các anh hùng dân tộc, danh nhân văn hóa cũng như những nét đẹp tiêu biểu của con người Việt Nam. Gắn kết các hoạt động ngoại giao văn hóa và các hoạt động thông tin đối ngoại trong công tác này.

Thứ năm, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại. Trụ cột hấp thụ và cộng sinh trong chính sách ngoại giao văn hóa Nhật Bản cho Việt Nam bài học sâu sắc về việc tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại. Theo đó, chúng ta cần tăng cường công tác nghiên cứu, tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa, tri thức, kinh nghiệm hay, khoa học tiên tiến thế giới, để hoàn thiện và phong phú hơn kho tàng văn

hóa, tri thức của Việt Nam. Đồng thời đưa tinh hoa văn hóa của Việt Nam ra thế giới, góp phần bổ sung tinh hoa văn hóa nhân loại. Đấu tranh chống lại những sản phẩm văn hóa không lành mạnh từ bên ngoài xâm nhập vào Việt Nam; phản bác kịp

thời, hiệu quả những luận điệu sai trái, xuyên tạc của các thế lực chống phá nhà nước thông qua việc tuyên truyền không đúng sự thật về Việt Nam, về các lãnh tụ, danh nhân của đất nước, về lịch sử của dân tộc, về đất nước và con người Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đào Minh Hồng, Lê Hồng Hiệp (chủ biên) (2013), *Sổ tay Thuật ngữ Quan hệ Quốc tế*, Khoa Quan hệ Quốc tế - Đại học KHXH&NV Thành phố Hồ Chí Minh.
2. Nguyễn Thái Yên Hương (2011), *Ngoại giao văn hóa Việt Nam: Lý luận và thực tiễn thời kỳ hội nhập*, Nxb. Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
3. Hạ Phi Lan (2012), Chính sách ngoại giao văn hóa của Nhật Bản từ sau Chiến tranh Lạnh, *Tap chí Nghiên cứu Nhật Bản*, tháng 12/2012.
4. Lữ Thị Thanh Lê (2015), *Điện ảnh như một công cụ của ngoại giao văn hóa: Trường hợp của Nhật Bản và Hàn Quốc*, Đề tài cấp Trường, - Đại học KHXH&NV - Đại học Quốc gia Hà Nội.
5. Chính phủ (2011), *Quyết định số 208/QĐ-TTg, ngày 14/2/2011, về việc phê duyệt Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2020*.

Ngày nhận bài: 5/1/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/1/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 25/1/2021

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM THỊ THU HÀ

Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Nhật Bản

Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội

JAPAN'S CULTURAL DIPLOMACY AND LESSONS FOR VIETNAM

● Master. **PHAM THI THU HA**

Faculty of Japanese Language and Culture
University of Languages and International Studies
Vietnam National University - Hanoi

ABSTRACT:

As one of the most influential countries in East Asia, Japan has implemented many effective foreign policies to help promote a peaceful, prosperous and stable East Asian community. The Government of Japan has identified culture diplomacy as an important policy. Japan uses cultural diplomacy for national security purposes, to improve its image and increase its global influence. The Socialist Republic of Vietnam should embrace a similar strategy of cultural diplomacy to grow its regional and global influence.

Keywords: cultural diplomacy, Japan, foreign policy, culture.