



NGOẠI GIAO VĂN HÓA TRUNG QUỐC VÀ VAI TRÒ CỦA NÓ TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

TH S. PHẠM HỒNG YẾN

Viện Nghiên cứu Trung Quốc

I. NGOẠI GIAO VĂN HÓA VÀ PHƯƠNG THỨC TRIỂN KHAI

1. Khái niệm “Ngoại giao văn hoá”

Ngoại giao văn hóa xuất hiện chính thức và mang tính quốc tế từ thế kỷ 15-17, khi các phát kiến địa lý với quy mô lớn được thực hiện, các con đường mới được khai thông cùng với sự bành trướng của chủ nghĩa thực dân phương Tây.

Cách mạng khoa học kỹ thuật bùng nổ vào những năm 80 thế kỷ XX, cách mạng thông tin phát triển nhanh chóng dẫn tới sự ra đời của các phương tiện thông tin đại chúng, với sức truyền bá thông tin lan tỏa nhanh chóng trên phạm vi toàn cầu. Làn sóng toàn cầu hóa kinh tế cũng là một tác nhân quan trọng thúc đẩy, thuận lợi hóa sự giao lưu, trao đổi của người, hàng hóa giữa các quốc gia. Giao lưu văn hóa xuyên quốc gia ngày càng sôi động và được thực hiện thông qua nhiều hình thức như: giao lưu văn hóa dân gian, giao lưu văn hóa giữa chính phủ. Do đó, văn hóa dần trở thành

bộ phận cấu thành quan trọng trong hoạt động ngoại giao của quốc gia hiện đại.

Dưới tác động của toàn cầu hóa, giao lưu văn hóa ngày càng đóng vai trò nổi bật trong quan hệ quốc tế, các nước trên thế giới rất coi trọng việc sử dụng văn hoá tự thể hiện mình, tuyên truyền quan điểm giá trị của mình, nâng cao và mở rộng ảnh hưởng của quốc gia. Văn hóa trở thành một hình thức ngoại giao mới, độc lập trong hoạt động đối ngoại của một quốc gia, đó là *ngoại giao văn hóa*.

Theo tác giả Bành Tân Lương, xét về ý nghĩa “ngoại giao” truyền thống, “Ngoại giao văn hóa là một chủ đề mới nằm giao thoa giữa hai lĩnh vực văn hóa và ngoại giao....Ngoại giao văn hóa là ngoại giao thông qua các nội dung truyền bá, giao lưu văn hóa, là một loại hoạt động ngoại giao trong đó quốc gia có chủ quyền lợi dụng phương thức văn hóa nhằm đạt được mục đích chính trị hoặc đạt được ý đồ chiến lược đối ngoại đặc biệt”¹. Trong thời đại toàn cầu hóa

hiện nay, ngoại giao và văn hóa đã trở thành phương thức và mục đích của nhau, theo tác giả: hàm ý cụ thể của ngoại giao văn hoá “là tất cả hoạt động ngoại giao hòa bình của nhà nước có chủ quyền trong đó gồm cả văn hóa, với mục tiêu là bảo vệ lợi ích văn hóa và thực hiện mục tiêu chiến lược văn hóa đối ngoại của nước đó dưới sự chỉ đạo của chính sách văn hóa đối ngoại nhất định.....”².

2. Các kênh và phương thức triển khai ngoại giao văn hóa

Về các kênh triển khai hoạt động ngoại giao văn hoá, trong ngoại giao văn hóa, giao lưu văn hóa đối ngoại do chính phủ chỉ đạo là bộ phận quan trọng nhất. Trong đó, giao lưu văn học, nghệ thuật là nội dung cốt lõi, đây cũng là một trong những hình thức giao lưu hấp dẫn nhất, sôi động nhất trong giao lưu văn hóa quốc tế của Trung Quốc hiện nay. Ngoài ra, giao lưu giữa nhân dân các nước, truyền bá qua phương tiện thông tin đại chúng, trao đổi giáo dục, khoa học và kỹ thuật, giao lưu lý luận học thuật, dạy tiếng, trao đổi và thương mại phim ảnh, hợp tác và trao đổi sách báo, triển lãm các tác phẩm, thông tin tư vấn...cũng đều là nội dung chính trong văn hóa đối ngoại. Phương thức giao lưu văn hóa rất đa dạng, có thể triển khai giao lưu văn hóa dưới hình thức song phương hoặc đa phương, ví dụ tổ chức tết văn hóa, tết nghệ thuật song phương; thành lập các kênh trao đổi văn hóa, tổ chức các hoạt động như: “Năm giao lưu văn hóa”, “Tháng văn hóa”, “Tuần văn hóa” và các dự án trao đổi giáo dục, khoa học kỹ thuật và con người. Xuất khẩu các sản

phẩm văn hóa như sách báo, sách ngoại văn, biểu diễn văn nghệ... ra nước ngoài. Ngoài ra, cũng có thể khuyến khích công dân nước mình ra nước ngoài kinh doanh, truyền bá tôn giáo, giáo dục và các hoạt động văn hóa khác. Truyền thông đại chúng cũng là một bộ phận quan trọng trong hoạt động giao lưu văn hóa đối ngoại, góp phần quan trọng tạo nên sức mạnh mềm của một quốc gia.

Về phương thức triển khai, phân chia ngoại giao văn hóa thành ba loại. *Một là*, ngoại giao giữa chính phủ hai nước, ví dụ: ký kết các dự án giao lưu văn hóa quốc tế, hiệp định văn hóa hiệp thương, hiệp ước ký kết văn hóa, đàm phán về dịch vụ văn hóa, triệu tập và tham dự các hội nghị văn hóa quốc tế, xây dựng và gia nhập các tổ chức văn hóa quốc tế, bảo đảm sự trao đổi cán bộ trong ngành văn hóa, tổ chức các triển lãm đối ngoại về thành quả văn hóa cũng như các dự án hợp tác văn hóa... *Hai là*, ngoại giao công cộng, là các hoạt động quan hệ quốc tế công, được triển khai hướng tới đối tượng là cộng đồng quốc tế, công dân nước ngoài (gồm các quỹ hội, đoàn thể học thuật, các loại hiệp hội, tổ chức tôn giáo...). Mục tiêu trọng tâm là nhằm thực hiện ý đồ chiến lược ngoại giao thông qua gây ảnh hưởng tới dư luận quốc tế, gây ảnh hưởng gián tiếp tới hành vi của các nước khác... Ngoài ra, các hoạt động giao lưu văn hóa dân gian của quần chúng, như lưu diễn ở nước ngoài của các tổ chức văn hóa dân gian Trung Quốc, giao lưu văn hóa dân gian giữa các nước...Giao lưu văn hóa dân gian, với sự tham gia của lượng lớn quần chúng, tiết mục giao lưu thường mang

đậm truyền thống văn hóa dân gian, do đó nó dễ thấm vào lòng người.

II. TRUNG QUỐC TÍCH CỰC TRIỂN KHAI NGOẠI GIAO VĂN HÓA

Cùng với sức mạnh tổng hợp đất nước không ngừng được tăng cường, những năm đầu thế kỷ XXI, ngoại giao văn hóa ngày càng được chính phủ Trung Quốc coi trọng và được coi là một bộ phận cấu thành quan trọng làm nên sức mạnh mềm của Trung Quốc. Đến nay, Trung Quốc đã ký hiệp định văn hóa cấp chính phủ với 143 quốc gia, ký 682 kế hoạch giao lưu văn hóa hàng năm. Hàng năm có hơn 2000 dự án giao lưu văn hóa giữa Trung Quốc với nước ngoài được Bộ Văn hóa phê duyệt. Duy trì quan hệ giao lưu văn hóa với hàng ngàn tổ chức văn hóa quốc tế cũng như với các quốc gia khác. Phạm vi giao lưu văn hóa thường đề cập tới các lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, văn vật, triển lãm sách, thông tin, xuất bản, phát thanh, truyền hình, thể dục thể thao, khoa học kỹ thuật, y tế, thanh niên, phụ nữ, du lịch, tôn giáo...³.

Ngoại giao văn hóa được chính phủ Trung Quốc triển khai trên các phương diện chính như sau:

1. Thành lập Học viện Khổng Tử

Đối với Trung Quốc và cả thế giới, Khổng Tử chính là biểu tượng của văn hóa Trung Hoa. Trong quá trình nâng cao và mở rộng sức mạnh mềm ra toàn thế giới, một yếu tố được Trung Quốc rất chú ý tận dụng đó là mở rộng ảnh hưởng của “văn hóa Khổng” thông qua thành lập và nhân rộng Học viện Khổng Tử. Chức năng chủ yếu của Học viện Khổng Tử là chuyên đào tạo tiếng Hán và đào

tạo đội ngũ giáo viên dạy tiếng Hán cho các quốc gia và khu vực trên toàn thế giới. Hiện nay, chức năng của Học viện Khổng Tử được mở rộng hơn, triển khai các nội dung đào tạo như: dạy học tiếng Hán, đào tạo nâng cao chất lượng giáo viên dạy tiếng Hán, luyện thi tiếng Hán, tổ chức thi và cấp bằng Hán ngữ, tư vấn cho học sinh đến Trung Quốc du học, giới thiệu về Trung Quốc đương đại, làm quen với văn hóa Trung Hoa và kiến thức về thương mại đối với Trung Quốc.... Mục đích chính của Học viện Khổng Tử là phổ biến tiếng Hán, giữ gìn và bảo vệ vị thế quốc tế của tiếng Hán và truyền bá văn hóa Trung Hoa⁴.

Hiện nay chính phủ Trung Quốc đã đề ra kế hoạch làm lớn mạnh hơn nữa thương hiệu văn hóa của Học viện Khổng Tử. Dự tính đến năm 2010, tổng số học viện có thể đạt con số 500, những năm tiếp theo, tổng số Học viện Khổng Tử, lớp học Khổng Tử sẽ đạt con số 1000. Học viện Khổng Tử trở thành thương hiệu quảng bá văn hóa và “sức mạnh mềm” Trung Quốc, quảng bá hình ảnh, đất nước và con người Trung Quốc trên phạm vi toàn thế giới.

Trong những năm gần đây số lượng Học viện Khổng Tử trên toàn thế giới đã tăng lên nhanh chóng, Ủy ban văn hóa Anh phải mất hơn 70 năm mới có thể thành lập được 270 chi nhánh ở nước ngoài, nước Đức phải mất hơn 50 năm mới có thể mở rộng Học viện Goethe lên tới con số 128, trong khi đó, Trung Quốc chỉ cần 3 năm đã thành lập được 210 Học viện Khổng Tử ở 64 quốc gia và khu vực trên thế giới. Đến tháng 3 năm 2008, số lượng Học viện Khổng Tử đã lên tới

238 học viện ở 69 quốc gia và khu vực trên toàn thế giới. Hiện đã có khoảng 46.000 người đang theo học tiếng Hán ở các Học viện Khổng Tử trên thế giới⁵.

2. Thúc đẩy các hoạt động giao lưu văn hóa giữa các nước

Nhận thức đầy đủ vai trò của truyền bá văn hóa Trung Hoa đối với việc mở rộng ảnh hưởng và nâng cao sức mạnh mềm, các nhà lãnh đạo Trung Quốc đã nhiều lần nhấn mạnh, văn hóa Trung Hoa không chỉ thuộc về riêng Trung Quốc, mà còn thuộc về thế giới. Trên tinh thần đó, ngoài tăng cường sức mạnh mềm qua việc thành lập các Học viện Khổng Tử, Trung Quốc còn tổ chức nhiều hoạt động giao lưu văn hóa với các nước.

Một là, tổ chức “Năm văn hóa Trung Quốc” ở các nước trên thế giới. Trong những năm đầu thế kỷ XXI, Trung Quốc đã tổ chức thành công nhiều hoạt động Tết văn hóa, Năm văn hóa Trung Quốc ở các nước như Pháp, Mỹ, Ai Cập, Nga, Ấn Độ, Phần Lan... Năm 2003-2004, Trung Quốc tổ chức Năm văn hóa Trung Quốc ở thủ đô Paris- Pháp. Theo đánh giá, đây là hoạt động có ảnh hưởng sâu rộng và ý nghĩa to lớn trong việc truyền bá phong tục tập quán, tôn giáo, văn hóa của Trung Quốc đến với châu Âu. Năm 2005-2006 lần lượt tổ chức thành công Năm văn hóa Trung Quốc ở Nga và Italia. Tiếp đó, năm 2007, Trung Quốc lại tổ chức thành công “Năm Trung Quốc” ở Nga, hoạt động quan trọng của “Năm Trung Quốc” là tổ chức “Tết văn hóa Trung Quốc” nhằm giới thiệu các phong tục tập quán cổ truyền của Trung Quốc đến với nhân dân Nga.

Năm văn hóa được tổ chức thành công ở các quốc gia trên cho thấy chính phủ Trung Quốc đã nhận thức được đầy đủ vai trò quan trọng của ngoại giao văn hóa, đưa văn hóa vào chiến lược quan hệ đối ngoại tổng thể. Đồng thời, tích cực, chủ động giao lưu văn hóa với các nước trên thế giới, nhằm quảng bá hình ảnh đất nước, làm cho cộng đồng quốc tế hiểu rõ hơn về Trung Quốc. Việc tăng cường quảng bá văn hóa Trung Quốc ra toàn thế giới làm cho văn hóa Trung Hoa ngày càng có sức hấp dẫn lớn hơn với cộng đồng quốc tế, từ đó nâng cao “sức hấp dẫn”, hay “sức mạnh mềm” của Trung Quốc.

Hai là, tăng cường trao đổi giáo dục. Trao đổi giáo dục cũng là một biện pháp được chính phủ chú trọng, lưu học sinh Trung Quốc học tập ở nước ngoài được coi là đội quân chủ lực trong việc tuyên truyền văn hóa Trung Quốc ra nước ngoài. Theo thống kê, từ năm 1978 đến cuối năm 2003, Trung Quốc đã cử tổng số hơn 700 nghìn lưu học sinh học tập ở 108 quốc gia, trong đó có 172.800 người trở về nước⁶. Bên cạnh đó, Trung Quốc cấp học bổng cho học sinh các nước đến Trung Quốc học tập, trong đó dành nhiều ưu tiên cho khu vực Đông Nam Á. Học viện Khổng Tử cũng được thành lập ở hầu hết các trường đại học lớn ở các nước Đông Nam Á, hiện nay, học tiếng Hán đang trở thành trào lưu rất thịnh hành ở các nước trong khu vực. Từ năm 2002-2004, số lượng học sinh Campuchia ở Trung Quốc đã tăng gần 20%, số sinh viên Indonexia tăng gần 50%, số sinh viên Việt Nam theo học ở Trung Quốc đã tăng gần 90%⁷.

3. Xuất khẩu các sản phẩm văn hóa như truyền hình, phim ảnh, âm nhạc... ra toàn thế giới

Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, cùng với sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin, các phương tiện thông tin đại chúng giữ vai trò ngày càng quan trọng trong việc truyền bá văn hóa, tư tưởng, cũng như quảng bá hình ảnh của một quốc gia ra thế giới. Nhận thức rõ điều đó, Trung Quốc đang không ngừng tăng cường tận dụng các phương tiện thông tin đại chúng để quảng bá hình ảnh đất nước, con người, văn hóa Trung Hoa. Điều đó thể hiện trước hết ở việc mở rộng phạm vi phủ sóng các chương trình truyền thanh, truyền hình cũng như thời lượng phát sóng ra phạm vi toàn thế giới. Hiện nay đài phát thanh Quốc tế Trung Quốc (China Radio International) đang tăng thời lượng phát sóng bằng tiếng Anh lên 24 giờ một ngày, trong khi đó, đài VOA của Mỹ giảm bớt thời lượng phát sóng từ 19 giờ xuống còn 14 giờ một ngày. Phim truyền hình cũng là một phương thức được chính phủ áp dụng nhằm giới thiệu đất nước Trung Hoa với thế giới.

III. VAI TRÒ CỦA NGOẠI GIAO VĂN HOÁ TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ CỦA TRUNG QUỐC

1. Tăng cường sức mạnh mềm của Trung Quốc

Học giả Mỹ Joseph S. Nye là người đầu tiên nêu lên thuật ngữ “sức mạnh mềm”. Theo ông, “Sức mạnh mềm là khả năng hướng tới mục tiêu bằng sức hấp dẫn của mình chứ không phải bằng cách cưỡng ép trong các công việc quốc tế”⁸.

Ngày nay, sức mạnh mềm đã trở thành thành phần hạt nhân trong việc nâng cao vị thế quốc tế quốc gia. Vì vậy, đặt sức mạnh mềm ở tầm cao chiến lược trở thành yêu cầu cơ bản để thực hiện mục tiêu chiến lược tổng thể của một quốc gia.

Sức mạnh mềm là một khái niệm mới, nhưng nội dung của nó không còn lạ lẫm đối với Trung Quốc, từ xa xưa các nhà mưu lược Trung Quốc đã nhận thức được đạo lý “binh pháp không đánh mà khuất phục lòng người”, không thể chỉ dựa vào vũ lực để trị vì thiên hạ. Tuy nhiên, sức mạnh mềm chưa được dùng như một thuật ngữ chính thống trong các văn kiện của Đảng, Nhà nước Trung Quốc và cũng chưa được coi trọng bằng sức mạnh cứng. Đại hội 17 ĐCS Trung Quốc lần đầu tiên đưa “sức mạnh mềm” vào trong nội dung của “Báo cáo chính trị”, nêu rõ sức mạnh mềm là bộ phận cấu thành quan trọng của sức mạnh tổng hợp đất nước, đồng thời nêu lên phải “vực dậy sức sống sức sáng tạo của văn hóa toàn dân tộc, nâng cao sức mạnh mềm của văn hóa quốc gia”⁹. Trong những năm gần đây, các nhà lãnh đạo Trung Quốc đã bắt đầu đặt sức mạnh mềm lên tầm cao chiến lược. Chủ tịch Hồ Cẩm Đào đã nhiều lần nêu rõ, “nâng cao sức mạnh mềm của quốc gia là một bài toán trọng đại, thực tế đặt ra trước mắt chúng ta”¹⁰.

Trong quá trình hội nhập với thế giới và trở dậy trở thành nước lớn, văn hóa nói chung, ngoại giao văn hóa nói riêng, có vai trò quan trọng trong việc tăng cường sức mạnh mềm của Trung Quốc. Văn hóa Trung Quốc vốn có lợi thế về bề

dày lịch sử, đặc biệt văn hóa truyền thống của Trung Quốc với hạt nhân là văn minh Nho giáo, có sức lan tỏa rộng lớn tới các khu vực xung quanh cũng như ra toàn thế giới. Học giả Mỹ Joseph Nye cho rằng: văn hóa truyền thống của Trung Quốc, đặc biệt là văn hóa Nho gia luôn có ảnh hưởng lớn trên thế giới, văn hóa Trung Quốc có sức hấp dẫn trên nhiều phương diện. Ngoài văn hóa truyền thống, văn hóa hiện đại của Trung Quốc cũng ngày càng thu hút được sự quan tâm chú ý của nhiều nước trên thế giới. Nhận thức được lợi thế đó, Trung Quốc đã đưa hợp tác văn hóa trở thành một phần trong chiến lược phát triển hòa bình. Trong những năm gần đây, Trung Quốc đã tổ chức nhiều hoạt động văn hóa với nhiều quốc gia trên thế giới, thúc đẩy giao lưu văn hóa giữa nhân dân Trung Quốc với các nước. Thông qua đó, tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa nhân dân Trung Quốc và nhân dân thế giới, mở ra kênh đối thoại giữa các nền văn hóa khác nhau. Thực tế trong thời gian qua cho thấy, Trung Quốc đã gặt hái được nhiều thành công trong ngoại giao văn hóa, qua đó góp phần nâng cao đáng kể ảnh hưởng “mềm” ở khu vực cũng như trên thế giới.

2. Tăng sức hấp dẫn của văn hoá Trung Quốc đối với thế giới

Thành tựu kinh tế to lớn đạt được trong những thập kỷ qua, cùng với văn hóa, đặc biệt là văn hóa truyền thống làm cho sức hấp dẫn của Trung Quốc đối với thế giới ngày càng lớn. Trung Quốc đã thực hiện hàng loạt chính sách hấp

dẫn đối với các quốc gia khác, rõ nhất là đối với các nước Đông Nam Á. Trong 10 năm gần đây, số lượng lưu học sinh nước ngoài du học ở Trung Quốc đã tăng gấp 3 lần, trong đó, số lượng du học sinh đến từ các nước phát triển như Mỹ... có xu hướng tăng rõ rệt, lưu học sinh đến từ châu Á nhiều nhất, chiếm trên tổng số lưu học sinh nước ngoài ở Trung Quốc. Hiện nay, tổng số lưu học sinh nước ngoài ở Trung Quốc là 141 nghìn người, trong đó, số lưu học sinh Hán ngữ là 86.679 người¹¹.

Ngoài ra, thông qua việc thành lập Học viện Khổng Tử ở khắp nơi trên thế giới, chính phủ Trung Quốc đã thành công trong việc tăng cường sức hấp dẫn của văn hóa Trung Quốc. Điều đó thể hiện ở cơn sốt học tiếng Hán đã lan tỏa ở nhiều nơi trên thế giới. Trước hết có thể thấy ở các nước Đông Nam Á, trừ một số nước có nhiều người Hoa sinh sống nhất như Singapo, Malaixia, một số nước khác ở Đông Nam Á như Thái Lan, Campuchia... trào lưu học tiếng Hán đã phát triển rất nhanh chóng. Trước khi Trung-Thái thiết lập quan hệ ngoại giao, số người Thái Lan học tiếng Hán rất ít. Một Hoa kiều ở Thái nói, năm 1984, khi ông học chuyên ngành tiếng Hán ở bậc đại học, cả lớp chỉ có 5 người. Vị Hoa kiều này nay đang là giáo sư khoa tiếng Hán của một trường đại học Thái Lan, ông nói, một lớp tiếng Hán hiện có tới 150 sinh viên! Tiếng Hán đã vượt qua tiếng Anh, trở thành ngoại ngữ thứ 2 sau tiếng Thái.

Sức hấp dẫn của văn hóa Khổng không chỉ lan tỏa ở châu Á, ngay cả ở Mỹ

cũng rất rõ. Theo điều tra của Ủy ban dạy tiếng nước ngoài của Mỹ, năm 2000, trên toàn nước Mỹ có khoảng 5.000 học sinh từ lớp 1 đến lớp 12 học tiếng Hán, năm 2007 con số này đã tăng lên tới 50.000 người, 55 trường trung học và tiểu học trên toàn nước Mỹ dạy tiếng Hán. Năm 2004, Học viện Khổng Tử đầu tiên được thành lập ở Mỹ, đến nay, đã có 31 Học viện Khổng Tử, số lượng đứng đầu thế giới¹².

Sự gia tăng số người học tiếng Hán cũng như lượng lưu học sinh nước ngoài không chỉ thể hiện sức hấp dẫn của tăng trưởng kinh tế Trung Quốc, mà còn chứng tỏ Trung Quốc đã trở thành thanh nam châm văn hóa của châu Á cũng như của thế giới. Văn hóa truyền thống Trung Quốc có sức hút mạnh mẽ và hiện nay đã hòa nhập vào sự phổ biến văn hóa chung của toàn nhân loại. Điều đó có được một phần không nhỏ nhờ vào việc thực hiện thành công các biện pháp ngoại giao văn hóa.

3. Nâng cao vị thế và ảnh hưởng của Trung Quốc trên trường quốc tế

Từ những năm 90 thế kỷ XX, đặc biệt là sau khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997, Trung Quốc đã coi việc xây dựng hình tượng “nước lớn có trách nhiệm” là mục tiêu chiến lược nhằm nâng cao địa vị quốc tế của mình. Nửa cuối những năm 90, Trung Quốc đã điều chỉnh chính sách đối ngoại nhằm làm dịu bớt mối lo ngại của các nước trên thế giới về sự trỗi dậy của Trung Quốc, tạo ra môi trường hòa bình, ổn định xung quanh để phát triển kinh tế, đồng thời điều chỉnh chính sách với các nước láng

giềng, chấp nhận các biện pháp mềm dẻo hơn trong giải quyết các bất đồng, tranh chấp biên giới, lãnh thổ và lãnh hải.

Trong những năm đầu thế kỷ XXI, Trung Quốc đã thay đổi từ một nước bị động nhận viện trợ thành nước viện trợ. Chính phủ Trung Quốc viện trợ kinh tế, viện trợ duy trì hòa bình cho các nước và khu vực khác trên thế giới, viện trợ cho nước ngoài tăng ở mức hai con số¹³. Đồng thời, Trung Quốc cũng rất chú trọng tăng cường tuyên truyền văn hóa Trung Hoa ra khắp các châu lục. Điều đó đã giúp Trung Quốc cải thiện đáng kể địa vị quốc tế của mình. Trung Quốc ngày càng để lại ấn tượng quốc tế tích cực trong lòng người dân các nước trên thế giới. Theo kết quả một cuộc điều tra của BBC, trong số 22 quốc gia điều tra, có 14 quốc gia trong đó phần lớn người trả lời cho rằng Trung Quốc đã phát huy ảnh hưởng quốc tế tích cực, 16 quốc gia cho rằng, sự tăng trưởng của kinh tế Trung Quốc ảnh hưởng tích cực tới kinh tế thế giới. Nhìn chung, 48% quốc gia tham gia trong cuộc điều tra cho rằng, ảnh hưởng của Trung Quốc là tích cực, cao hơn 10% so với Mỹ, không có quốc gia nào cho rằng ảnh hưởng của Trung Quốc là tiêu cực. Ở châu Á, đa số các quốc gia cho rằng Trung Quốc có ảnh hưởng quốc tế tích cực, chỉ có Nhật Bản và Hàn Quốc quan điểm khác nhau, 49% người Hàn Quốc cho rằng Trung Quốc phát huy vai trò tích cực, 47% cho rằng vai trò của Trung Quốc là tiêu cực; 22% người Nhật Bản cho rằng Trung Quốc phát huy vai trò tích cực, 25% cho rằng vai trò của Trung Quốc là tiêu cực, 53% không có ý kiến. Ý kiến của các nước châu Âu về

ảnh hưởng của Trung Quốc với thế giới rất khác nhau. Pháp, Anh, Nga cho rằng Trung Quốc có ảnh hưởng tích cực với thế giới. Đức, Ba Lan lại cho rằng Trung Quốc có ảnh hưởng tiêu cực. Ở châu Mỹ-Latinh và các nước Á-rập, 74% người tham gia trả lời cho rằng Trung Quốc phát huy vai trò tích cực¹⁴.

Kết luận

Trong thời đại toàn cầu hoá ngày nay, sức mạnh mềm đã trở nên quan trọng hơn bao giờ hết, nhờ sự trợ giúp của các phương tiện truyền thông, sức mạnh mềm, trọng tâm là văn hóa của một quốc gia được phổ biến rộng và nhanh hơn. Nắm bắt được điều đó, trong những năm đầu thế kỷ XXI, chính phủ Trung Quốc đã tăng cường phát huy vai trò của sức mạnh mềm, mà trọng tâm là triển khai các hoạt động ngoại giao văn hoá để tăng cường sức mạnh quốc gia, nâng cao địa vị quốc tế của mình. Thông qua các biện pháp tăng cường ngoại giao văn hóa, thúc đẩy hợp tác thương mại và đầu tư, viện trợ... Trung Quốc đã bước đầu thực hiện thành công chiến lược tăng cường và mở rộng sức mạnh mềm ra một số khu vực trên thế giới. Việc Trung Quốc bước đầu triển khai thành công ngoại giao văn hoá đã góp phần nâng cao hình tượng quốc tế của nước này. Đồng thời, Trung Quốc cũng ngày càng tham gia tích cực hơn vào các công việc quốc tế và phát huy ảnh hưởng ngày càng lớn trong khu vực châu Á cũng như trên phạm vi toàn thế giới. Có thể dự đoán, trong thời gian tới ngoại giao văn hoá sẽ có vai trò ngày càng quan trọng trong chính sách đối ngoại của Trung Quốc, Trung Quốc sẽ tăng cường ngoại giao văn hoá nhằm

nâng cao sức mạnh mềm. Tuy nhiên, trên con đường thực hiện các biện pháp ngoại giao văn hoá, chính phủ Trung Quốc cũng gặp không ít trở ngại, một trong những trở ngại chính là rào cản ngôn ngữ.

CHÚ THÍCH:

¹ 良, 软: 视角, 语, , 2008, 74-75 页

² 良, 软: 视角, 语, , 2008, 76 页.

³ <http://www.chinaconsulate.khb.ru/chn/zgzt/xwb/d/t117191.htm>

⁴ Bành Tân Lương: *Ngoại giao văn hóa và sức mạnh mềm của Trung Quốc- Góc nhìn toàn cầu hóa*, Nxb Bắc Kinh, 2008, tr. 466-467

⁵ *Hoàn cầu thời báo*, ngày 30-11-2007, tr. 22

⁶ <http://www.moe.edu.cn/edoas/website18/info13754.htm>, 22/12/2006

⁷ <http://www.theglobalist.com/StoryId.aspx?StoryId=6241>

⁸ Joseph S. Nye và William Owens. “Kỷ nguyên thông tin của Mỹ”. Các công việc đối ngoại. Tháng 3,4-1996, tr. 21.

⁹ Báo cáo chính trị Đại hội XVII ĐCS Trung Quốc

¹⁰ Bài phát biểu của Chủ tịch Hồ Cẩm Đào tại Đại hội Đại biểu Hội liên hiệp văn học nghệ thuật Trung Quốc lần thứ 8, Đại hội Đại biểu toàn quốc Hiệp hội nhà văn Trung Quốc lần thứ 7, ngày 10-11-2006, Nhân dân Nhật Báo ngày 11-11-2006, tr.1

¹¹ Dẫn theo số liệu trong bài: “*Nguồn sức mạnh mềm Trung Quốc*”, Hồng Yến lược dịch, tạp chí Kinh tế thế giới, số tháng 3-2008, tr. 71.

¹² Bành Tân Lương: *Ngoại giao văn hóa và sức mạnh mềm của Trung Quốc- Nhìn từ góc độ toàn cầu hóa*, Nxb Nghiên cứu và dạy ngoại ngữ Bắc Kinh, Bắc Kinh, 2008, tr. 477

¹³ Robert Sutter, “Why does China Matter”, *The Washington Quarterly*, Vol.7, No.1, Winter 2003-2004, p.87

¹⁴ opinion.org/pipa/articles/views_on_countriesregions_bt/116.php?nid=&nid=&pn t=116&1b=btvoc