

Trung Quốc

GIA TĂNG SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA Ở KHU VỰC ĐÔNG NAM Á

TS. NGUYỄN THỊ THU PHƯƠNG
Viện Nghiên cứu Trung Quốc

1. Nhận thức của Trung Quốc về gia tăng sức mạnh văn hóa ra thế giới

Từ xa xưa, trong không ít trường hợp, Trung Quốc đã vận dụng đạo lý “bình pháp không đánh mà khuất phục lòng người” thông qua sự hấp dẫn về văn hóa, tư tưởng chính trị và các chính sách đối ngoại để quy phục thiên hạ. Ngày nay, Trung Quốc tiếp tục vận dụng đạo lý trên trong sự kết hợp với những gợi ý “thông minh” từ học thuyết “sức mạnh mềm” do học giả Mỹ Joseph S. Nye nêu lên vào đầu thập niên 90 của thế kỷ XX. Cái gọi là sức mạnh mềm theo ông chính 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⁽¹⁾. Việc xem xét sức mạnh mềm

của một quốc gia được căn cứ vào ba nguồn chính: sức thu hút quốc tế của nguồn lực văn hóa, khả năng ảnh hưởng của chính sách ngoại giao và sự lan tỏa của giá trị chính trị văn hóa của quốc gia đó trên thế giới. Với thế mạnh văn hóa sẵn có của một nền văn minh lâu đời, Trung Quốc đã coi văn hóa là cửa ngõ để tiếp cận các nguồn lực khác.

Sau khi đã gia tăng được “sức mạnh cứng”, cả trên bình diện kinh tế và quân sự, Trung Quốc đang dành mối quan tâm lớn hơn cho “sức mạnh mềm” của mình, đặc biệt là sức mạnh văn hóa. Trong văn kiện đại hội 17 năm 2007, Đảng Cộng sản Trung Quốc nhấn mạnh “trong thời đại hiện nay, vai trò của văn hoá trong cạnh tranh sức mạnh tổng hợp

của đất nước ngày càng tăng. Ai chiếm cứ được đỉnh cao của phát triển văn hoá, người đó có thể nắm quyền chủ động trong cuộc cạnh tranh quốc tế khốc liệt này”², đồng thời đi đến xác định, muốn nâng cao sức mạnh và tầm ảnh hưởng của văn hóa “phải vực dậy sức sống sức sáng tạo của văn hóa toàn dân tộc, *nâng cao sức mạnh mềm văn hóa quốc gia*”³. Theo chúng tôi, chiến lược nâng cao sức mạnh mềm văn hóa trong quan hệ quốc tế của Trung Quốc tập trung vào ba hướng cơ bản:

1) Nhận thức toàn diện văn hóa truyền thống Trung Hoa, truyền bá các giá trị văn hóa phổ biến nhằm tăng cường sức ảnh hưởng quốc tế của văn hóa Trung Hoa;

2) Tích cực thúc đẩy sáng tạo, hiện đại hoá văn hóa truyền thống;

3) Tăng cường giao lưu đối ngoại, thúc đẩy văn hóa Trung Hoa hướng ra thế giới.

Theo đó, việc triển khai gia tăng sức mạnh mềm văn hóa ra thế giới trong đó có khu vực Đông Nam Á của Trung Quốc được thực hiện trên ba phương thức chính: thành lập Học viện Khổng Tử; thúc đẩy các hoạt động giao lưu văn hóa giữa các nước; xuất khẩu các sản phẩm văn hóa như truyền hình, phim ảnh, âm nhạc... ra toàn thế giới.

Có thể thấy, chiến lược gia tăng sức mạnh mềm của Trung Quốc trong thời điểm này kết hợp song song với “sức mạnh cứng” sẽ giải quyết được ít nhất hai vấn đề. *Thứ nhất*, sự gia tăng sức hấp dẫn văn hóa sẽ khiến cho các nước

khác không thấy Trung Quốc là “một mối đe dọa”. *Thứ hai*, thông qua sự lan tỏa ngày càng sâu rộng của văn hóa Trung Quốc, đặc biệt là các giá trị mang tính phổ quát cao của Nho gia, nước này sẽ từng bước tạo thành một loại quyền lực giúp gia tăng hơn sức cạnh tranh quốc tế.

2. Sự gia tăng ảnh hưởng văn hóa Trung Quốc ở khu vực Đông Nam Á

Trung Quốc và ASEAN đã thiết lập quan hệ ngoại giao chính thức từ 1991. Đối với Trung Quốc, các nước Đông Nam Á là láng giềng gần, đồng thời cũng là khu vực có tầm quan trọng chiến lược trong mục tiêu gia tăng vị thế quốc tế của nước này. Nhưng mối quan hệ hai bên chỉ có những thay đổi đáng kể từ sau cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ năm 1997. Quốc gia đang lên này đang tỏ ra thực tế và linh hoạt hơn khi gia tăng sức mạnh mềm văn hóa thông qua nhiều hoạt động giao lưu, hợp tác mang tính phi cưỡng chế tại khu vực Đông Nam Á.

2.1. Viện trợ, hợp tác kinh tế và bành trướng truyền thông đang tạo đà cho làn sóng văn hóa Trung Quốc tràn vào Đông Nam Á

Trong khi Mỹ đang bận rộn với cuộc chiến chống khủng bố và các vấn đề nhân quyền, thiếu chú tâm và không có một chính sách nhất quán ở khu vực Đông Nam Á, thì Trung Quốc luôn nhấn mạnh mối quan hệ với ASEAN là mối quan hệ hai bên cùng có lợi. Như một phần của “thế công mê hoặc” (charm

offensive), Trung Quốc đang biến văn hóa thành một thứ quyền lực khi gắn chặt nó với lợi ích kinh tế để định hình nên “hình ảnh Trung Quốc thân thiện”. “trách nhiệm” tại Đông Nam Á.

Dựa vào sức mạnh của một cường quốc kinh tế mới nổi, lợi dụng tối đa xu hướng “toàn cầu hóa văn hóa” đang diễn ra, việc cung cấp cho ASEAN hàng loạt viện trợ kinh tế đã khiến cho các nước này giảm đi sự phụ thuộc quá sâu vào Hoa Kỳ và Nhật Bản.

Kể từ thập niên 1990, thông qua các hình thức như viện trợ tài chính, xây dựng cơ sở hạ tầng, kinh doanh, lao động, bảo vệ môi trường, phát triển du lịch, Trung Quốc đã gia tăng sức ảnh hưởng về văn hóa một cách tinh tế và toàn diện trên nhiều cấp độ. Sự gia tăng này sẽ nâng cao sức hấp dẫn về văn hóa, truyền bá sức mạnh mềm văn hóa, nhằm tranh thủ thúc đẩy nhận thức ủng hộ Trung Quốc trong các nước thành viên ASEAN.

Mặc dù thiếu những con số thống kê chính thức (do viện trợ của Trung Quốc ở nhiều dạng khác nhau, kênh khác nhau), nhưng các nghiên cứu phân tích chỉ ra rằng Trung Quốc đang trở thành nhà cung cấp viện trợ lớn ở Đông Nam Á. Tại khu vực này, tổng số viện trợ của Trung Quốc đã vượt Hoa Kỳ. Thí dụ, năm Năm 2006, viện trợ của Trung Quốc cho Phillipines đã gấp 4 lần của Mỹ dành cho nước này, trong khi lượng viện trợ dành cho Lào của Trung Quốc cũng gấp 3 lần viện trợ của Mỹ⁴. Trung Quốc

đang được coi là “nhà bảo trợ kinh tế chính” của Campuchia, Lào và Myanmar – ba quốc gia nhỏ nhưng quan trọng về mặt chiến lược. Ngoài ra, Trung Quốc còn được coi là nhà cung cấp viện trợ lớn thứ hai cho Việt Nam sau Nhật Bản. Chẳng hạn, gần đây Trung Quốc đã cung cấp trên 10 triệu USD cho chính phủ Myanmar để tái thiết khu vực bị phá hủy bởi cơn bão Nargis vào năm 2008⁵. Nếu Mỹ tiếp cận Đông Nam Á bằng cách chú trọng dân chủ và những mục tiêu lộ rõ tham vọng thúc đẩy các lợi ích an ninh của Mỹ, thì Trung Quốc lại sử dụng chính sách “không can thiệp vào công việc nội bộ” đối với các nhà nước trong khu vực. Bằng cách đó, Trung Quốc cố gắng tạo dựng nên hình ảnh là đối tác đáng tin cậy đối với các nước láng giềng Đông Nam Á, để từ đó gia tăng sức ảnh hưởng văn hóa vào khu vực.

Một mạng lưới kinh tế toàn diện là một nguồn sức mạnh tạo đà cho sự lan tỏa của văn hóa Trung Quốc vì cốt lõi của quan hệ Trung Quốc-ASEAN chủ yếu dựa trên thương mại. 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. Dựa vào sự khâm phục Trung Quốc đối sức hấp dẫn của nền văn hóa cổ xưa nơi sinh ra các “giá trị châu Á” điển hình; dựa vào sức mạnh vô hình từ các cộng đồng người Hoa ở Đông Nam Á, Trung Quốc đã giành được nhiều món lợi kinh tế và tạo đà cho sự tràn vào của làn sóng văn hóa thông qua xuất khẩu

các sản phẩm văn hóa và bành trướng truyền thông thương mại tới các quốc gia trong khu vực.

Trung Quốc đã phát huy lợi thế từ nền văn hóa giàu sức hấp dẫn để đầu tư kinh doanh. Việc đầu tư này vừa bảo đảm những lợi ích kinh tế vừa gia tăng được sức ảnh hưởng của văn hóa Trung Quốc tại Đông Nam Á. Tháng 10/2008, Trung Quốc tổ chức Hội chợ triển lãm Trung Quốc-ASEAN lần thứ 5 và Hội nghị Thượng đỉnh Kinh doanh và Đầu tư Trung Quốc-ASEAN, mời thành công 1154 công ty ở ASEAN tham gia triển lãm, ký kết 1372 hợp đồng đầu tư, và thu hút một doanh số khoảng 1,6 tỷ USD⁶. Nói một cách chiến lược, Hội chợ Triển lãm Trung Quốc-ASEAN hàng năm với việc trưng bày hàng loạt các sản phẩm văn hóa Trung Quốc từ nghệ thuật thư pháp, điêu khắc, thư pháp, gốm sứ đến ẩm thực, thời trang... đã biến nơi đây thành các cơ hội thương mại và mở rộng phạm vi ảnh hưởng văn hóa của Trung Quốc tại các thị trường ASEAN.

Ngoài kinh doanh và đầu tư, việc thúc đẩy ngành du lịch còn là một kênh khác để củng cố sức mạnh mềm văn hóa của Trung Quốc tại khu vực. Đối với Trung Quốc, sự chủ động tích cực trong hợp tác du lịch dường như không chỉ tạo nên tình huống hai bên cùng có lợi mà điều quan trọng hơn là sự gia tăng sức hấp dẫn của nước này ngày càng được khẳng định. Trong gần 30 năm qua, các nguyên nhân như "mong đến Trung Quốc du

lich", "mong trao đổi với người Trung Quốc", "mong tìm hiểu văn hóa Trung Hoa thần bí"... khiến ngày càng nhiều người trên thế giới muốn học tiếng Hán và đến Trung Quốc du lịch.

Bên cạnh đó, Trung Quốc cũng tăng cường tận dụng các phương tiện thông tin đại chúng để quảng bá hình ảnh đất nước, con người, văn hóa Trung Hoa. Làn sóng văn hóa Trung Quốc gia tăng tỷ lệ thuận theo tốc độ 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. Năm 2009, Đài Phát thanh Quốc tế Trung Quốc và Đài Phát thanh Đối ngoại Quảng Tây đã phối hợp thành lập Đài "Tiếng nói Vịnh Bắc Bộ" (BBR). Chương trình phát thanh lấy trụ cột Quảng Tây, hướng ra Đông Nam Á, phát thanh bằng 5 thức tiếng: tiếng Anh, tiếng Thái Lan, tiếng Việt Nam, tiếng Quảng Đông và tiếng Phổ thông Trung Quốc với thời lượng 17 giờ đồng hồ từ 7 giờ sáng đến 24 giờ hàng ngày. Phim truyền hình cũng là một phương thức được Chính phủ tích cực áp dụng nhằm giới thiệu đất nước Trung Hoa tại Đông Nam Á. Có thể thấy, sự gia tăng liên tục và đa dạng của sức mạnh mềm văn hóa Trung Quốc trên các phương tiện truyền thông dường

như đang khiến các nước ASEAN trở nên khó khăn hơn trong việc “kháng cự” lại sức mạnh mẽ của nó.

2.2. Học viện Khổng Tử và hợp tác giáo dục đang trở thành “thương hiệu” quảng bá ngôn ngữ và ảnh hưởng văn hóa Hán

Đối với Trung Quốc và cả thế giới, Khổng Tử - người khai sáng ra học thuyết Nho gia - chính là ký ức và biểu tượng của nền văn hóa Trung Hoa. Vì vậy, giống như Tây Ban Nha lấy văn hào Cervanter đặt tên cho cơ quan giảng dạy tiếng Tây Ban Nha, Đức lấy danh nhân văn hóa Goethe đặt tên cho cơ quan văn hóa của mình, Trung Quốc đã có một bước đi khôn khéo trong chiến lược quảng bá sức mạnh mềm văn hóa khi lựa chọn Khổng Tử làm tên gọi cho cơ quan truyền bá tiếng Hán, văn hóa Hán ra toàn thế giới. Từ năm 2005 đến nay, với chức năng chủ yếu chuyên đào tạo tiếng Hán và đội ngũ giáo viên dạy tiếng Hán cho các quốc gia và khu vực, tư vấn cho học sinh đến Trung Quốc du học, giới thiệu về Trung Quốc đương đại, làm quen với văn hóa Trung Hoa..., các Học viện Khổng Tử đang được chính phủ Trung Quốc xem là “tấm danh thiếp” truyền bá tinh hoa văn hóa Hán với hạt nhân là tư tưởng “hài hòa” của Khổng Tử ra toàn thế giới.

Theo thống kê, tính đến tháng 4-2009, hơn 300 Học viện Khổng Tử và Lớp học Khổng Tử đã thành lập tại 81 nước và vùng lãnh thổ trên toàn cầu⁷. Tại châu Á, có 90 Học viện Khổng Tử và

lớp học Khổng Tử đã được thiết lập tại 26 quốc gia và vùng lãnh thổ. Riêng tại Đông Nam Á đã có 32 Học viện, 23 trong số này đặt tại Thái Lan, số còn lại đặt rải rác tại Philippines (2), Indonesia (1), Singapore (2), Malaysia (2), Myanma(2)⁸. Theo quy hoạch của Văn phòng Tổ lãnh đạo quảng bá quốc tế Hán ngữ quốc gia, dự tính đến năm 2010, trên thế giới sẽ có khoảng 500 Học viện và lớp học Khổng Tử, sau vài năm con số này có thể lên tới 1000⁹. Những dự tính trên cùng thể chế tổ chức thực hiện quy mô đã là lí do khiến nhiều nhà nghiên cứu coi Học viện Khổng Tử chính là một chính sách nhằm sử dụng hàng hóa văn hóa của Trung Quốc để khai thác thị trường kinh tế, từ đó tái thiết một văn hóa phổ quát tại khu vực.

Mặt khác, tốc độ nhân rộng chóng mặt của các Học viện này, khiến người ta đi từ kinh ngạc, thán phục sang băn khoăn và buộc phải so sánh với các “máy gieo hạt văn hóa” tên tuổi khác trên thế giới. Hội đồng văn hóa Anh trải qua hơn 70 năm mới thành lập được 230 chi nhánh ở nước ngoài, Học viện Goethe (Đức) sau hơn 50 năm mới triển khai được 128 chi nhánh ở hải ngoại¹⁰. Vì vậy, xu thế tăng mạnh của các Học viện Khổng Tử chỉ có thể so sánh với sự tăng trưởng quá nóng của nền kinh tế Trung Quốc. Trong trường hợp này thuật ngữ tạm được coi là phù hợp để đặc chỉ đó là “tốc độ Trung Quốc”. Không ít nghiên cứu gần đây cho thấy, tốc độ lan rộng của các Học viện Khổng Tử xét về nhiều mặt đã cho thấy những hạn chế về chất lượng giảng dạy và thiếu hụt giáo trình. Điều đó chứng tỏ,

Học viện Khổng Tử chưa đủ sức và lực để trở thành “thương hiệu” mạnh nhằm tăng cường sức mạnh mềm của Trung Quốc trên quy mô toàn cầu nói chung, ở khu vực Đông Nam Á nói riêng.

Bên cạnh việc tăng cường thiết lập các Học viện Khổng Tử, Trung Quốc còn 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. Gần đây, Trung Quốc đã cung cấp cho các nước Tiểu vùng sông Mê công 1000 suất học bổng trong 5 năm và viện trợ cho các nước này nhiều kinh phí cho việc đào tạo Hán ngữ. Theo thống kê, năm 2007, có 951 sinh viên của 10 nước thành viên ASEAN đã nhận được học bổng toàn phần của Chính phủ Trung Quốc. Năm 2009, Chính phủ Trung Quốc cấp 50 suất học bổng toàn phần cho các nước thành viên ASEAN¹¹. Những con số trên cho thấy sự gia tăng ngày càng mạnh trong hợp tác và trợ giúp giáo dục của Trung Quốc đối với các nước Đông Nam Á.

Có thể thấy, mặc dù còn không ít hạn chế, song những nỗ lực trên cũng cho thấy, Trung Quốc đã tạo ra được nhiều điều kiện để làn sóng văn hóa Trung Quốc tràn vào Đông Nam Á, góp phần “tô vẽ” hơn hình ảnh một Trung Quốc “thân thiện”, “trách nhiệm” tại khu vực.

3. Sức mạnh mềm văn hóa Trung Quốc đang tăng lên ở Việt Nam

Mối quan hệ lịch sử đặc biệt Việt - Trung có nhiều bước phát triển vượt bậc kể từ sau khi bình thường hóa quan hệ

đến nay. Từ năm 2004, Trung Quốc đã trở thành đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam. Đến nay, theo một số báo cáo, Trung Quốc có thể là nguồn tài trợ nước ngoài đứng thứ 2 tại Việt Nam (bao gồm cả tài trợ và cho vay). Năm 2009, kim ngạch thương mại hai chiều đạt khoảng 22,5 tỷ đôla. Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của Trung Quốc ở Việt Nam tính tổng cộng đến tháng 12-2009 đạt khoảng 2,7 tỷ USD¹². Trung Quốc cũng là nước có khách du lịch đứng đầu trong số khách quốc tế đến Việt Nam du lịch.

Có thể thấy, mối quan hệ này một mặt đã đưa lại lợi ích cho cả hai bên, song mặt khác cũng chính nó đang tạo cho Trung Quốc vị thế chủ động trong việc mở rộng hơn nữa sức mạnh mềm văn hóa tại Việt Nam.

3.1. Khuyếch trương sức hấp dẫn của nền văn hóa đa dạng

Trong hàng nghìn năm nay, văn hóa truyền thống của Trung Quốc, đặc biệt là văn hóa Nho gia luôn có ảnh hưởng lớn đối với Việt Nam và có sức hấp dẫn trên nhiều phương diện. Nghệ thuật và văn hóa truyền thống của Trung Quốc như sự giải thích quan hệ giữa con người với tự nhiên, thư pháp Trung Quốc, hội họa, võ công Trung Quốc, thậm chí cả ẩm thực và trang phục truyền thống..., đã có mặt từ lâu trong đời sống hàng ngày của người dân Việt Nam. Nhận thức được lợi thế về văn hóa của mình, Trung Quốc đã đưa hợp tác văn hóa trở thành một phần quan trọng trong quan

hệ giao lưu văn hóa với Việt Nam. Nhiều năm trở lại đây, Trung Quốc đã tổ chức các hoạt động văn hóa ở Việt Nam nhằm thúc đẩy giao lưu giữa nhân dân hai nước.

Thông qua con đường chính thức, Trung Quốc đã ký với Việt Nam nhiều Hiệp định, kế hoạch và chương trình hợp tác văn hóa. Trong đó nêu rõ các nguyên tắc bình đẳng, khuyến khích giao lưu, tăng cường hợp tác trên các lĩnh vực văn hoá nghệ thuật, thể dục, thể thao, báo chí, phát thanh truyền hình, điện ảnh, thư viện, bảo tàng; đồng thời khuyến khích các hoạt động hợp tác và giao lưu trên các lĩnh vực biểu diễn nghệ thuật, triển lãm, hợp đồng xuất bản các tác phẩm ưu tú, cử cán bộ thăm viếng trao đổi lẫn nhau v.v...

Phòng Văn hóa của Đại sứ quán nước CHND Trung Hoa với những cán bộ giỏi tiếng Việt phụ trách quan hệ hợp tác trực tiếp với các bộ ngành, các trường đại học ở Việt Nam. Nhiều đoàn văn hoá thuộc các lĩnh vực khác nhau của Trung Quốc đã sang Việt Nam biểu diễn.

Bên cạnh đó, thông qua hợp tác văn hóa giữa các địa phương, nhất là các tỉnh biên giới, các trường đại học, viện nghiên cứu, Trung Quốc đang ngày càng khuyến khích trương sức hấp dẫn của nền văn hóa đa dạng của mình.

Trong mười năm trở lại đây, Trung Quốc đã phối hợp với Việt Nam, tổ chức một số cuộc hội thảo lớn: Hội thảo "*Chủ nghĩa xã hội - kinh nghiệm của Việt Nam, kinh nghiệm của Trung Quốc*" (Hà Nội, tháng 11 - 2000); Hội thảo "*Xây*

dựng đảng cầm quyền - Kinh nghiệm Việt Nam, kinh nghiệm Trung Quốc" (Hà Nội, tháng 2-2004), Hội thảo "*Những vấn đề lý luận và thực tiễn về nông nghiệp, nông thôn, nông dân: Kinh nghiệm Việt Nam, kinh nghiệm Trung Quốc*" (Nhà Trang tháng 11-2008).

Trong lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn, một số Viện Khoa học Xã hội các tỉnh Quảng Đông, Quảng Tây, Tứ Xuyên, Thiểm Tây, Thượng Hải v.v.. đã ký các Hiệp định hợp tác với Viện Khoa học xã hội Việt Nam..., tạo điều kiện cho hàng trăm nhà khoa học của hai bên có điều kiện đi nghiên cứu khảo sát hoặc trao đổi khoa học

Cùng với hợp tác văn hóa, gia tăng hợp tác giáo dục cũng là một trọng tâm trong việc tăng cường sức mạnh mềm văn hóa của Trung Quốc tại Việt Nam. Ngành giáo dục Trung Quốc đã tiến hành những cuộc hội đàm và ký kết các văn bản thoả thuận về giao lưu và hợp tác giáo dục với Việt Nam. Theo đó, tổng số lưu học sinh Việt Nam được hưởng học bổng lưu học tại Trung Quốc mỗi năm đến 130 người. Phía Việt Nam, mỗi năm học cũng dành cho phía Trung Quốc 15 suất học bổng cho lưu học sinh Trung Quốc sang Việt Nam tiến tu và nghiên cứu. Tính đến nay, có hơn 30 trường đại học của Việt Nam có quan hệ giao lưu hợp tác với hơn 40 trường đại học và học viện của Trung Quốc. Ngoài ra, bằng nhiều con đường khác nhau, nhiều thanh niên Việt Nam đã sang Trung Quốc du học tự phí và nhiều người trong số đó do có thành tích học tập tốt nên đã

nhận được học bổng của các trường đại học Trung Quốc. Theo thống kê chưa đầy đủ, số thanh niên Việt Nam lưu học tại Trung Quốc khoảng 10.000 người.

3.2. Gây dựng “án tượng Trung Hoa”

Đối với Việt Nam, Trung Quốc không chỉ xây dựng vị thế của mình trên cơ sở chính trị, kinh tế mà ở một mức độ lớn hơn còn bắt nguồn từ ấn tượng văn hoá Trung Quốc trong lòng mỗi người dân Việt Nam.

Trung Quốc đã nỗ lực gây dựng “án tượng Trung Hoa” thông qua nhiều hoạt động viện trợ, tài trợ văn hóa. Trong những năm qua, Trung Quốc đã ưu tiên cung cấp học bổng cho các nước Tiểu vùng sông Mêkông trong đó có Việt Nam; Uỷ ban tiếng Hán đối ngoại Nhà nước Trung Quốc, Đại sứ quán Trung Quốc tại Việt Nam tài trợ tổ chức cuộc “Nhịp cầu Hán ngữ” tại Việt Nam; Tổ chức triển lãm sách, tranh ảnh, thư pháp, triển lãm tác phẩm Nhật ký trong tù của Chủ tịch Hồ Chí Minh bằng thư pháp tặng Việt Nam khoản tiền 150 triệu NDT để xây dựng Cung văn hoá Việt – Trung tại thủ đô Hà Nội; giúp đỡ xây dựng Trung tâm Hán ngữ ở Lào Cai (tài trợ thiết bị máy móc, giảng viên tình nguyện); xúc tiến thành lập Học Viện Khổng Tử tại Việt Nam; tích cực chuẩn bị cho “Năm Hữu nghị Việt – Trung” diễn ra trong năm 2010.

3.3. Chủ động mở rộng những sắc thái văn hóa mang tính phổ quát

Cùng với văn hóa truyền thống, văn hóa hiện đại của Trung Quốc cũng ngày

càng thu hút được sự quan tâm chú ý của người dân Việt Nam. Nắm bắt được lợi thế trên, Trung Quốc tiếp tục tăng cường tận dụng các phương tiện thông tin đại chúng để chủ động quảng bá hình ảnh đất nước, con người, văn hóa Trung Hoa vào Việt Nam. Việc quảng bá này được tập trung và có hiệu quả nhất trong việc xuất khẩu phim nhựa và phim truyền hình. Hiện, làn sóng phim truyền hình Trung Quốc với chủ đề lịch sử hấp dẫn hay những vấn đề nổi cộm của xã hội đương đại đang lan rộng và chiếm thời lượng thường xuyên trên Đài Truyền hình Trung ương và các tỉnh thành tại Việt Nam. Theo thống kê chưa đầy đủ của chúng tôi, trong năm 2009, có 592 lượt phim truyền hình Trung Quốc được các đài truyền hình trên cả nước phát sóng. Trong đó có nhiều bộ phim được phát sóng lại liên tục theo yêu cầu người xem như: *Tể tướng Lưu gù, Anh hùng Thủy Hử, Tiểu ngạo giang hồ, Tây du kí, Thời đại hoàng kim, Triều đại hoàng kim, Anh hùng xạ điêu, Tình yêu và thù hận...*⁽¹³⁾ Nhiều bộ phim ăn khách và đoạt giải cao của Trung Quốc được công chiếu rộng rãi tại các rạp của Việt Nam như *Họa bì, Xích bích, Kungfu Gấu trúc, Hoa Mộc Lan, Chiến binh và tình sói* thu hút được nhiều khán giả. Việc gia tăng truyền bá truyền thông này đã làm gia tăng sự tiếp nhận tự nguyện các sản phẩm văn hóa Trung Quốc ở Việt Nam.

Bên cạnh đó, Hội giao lưu Văn hóa đối ngoại Quảng Tây xuất bản tạp chí *Hoa sen* bằng hai thứ tiếng Trung, Việt

phát hành tại các tỉnh biên giới thuộc hai nước nhằm quảng bá sâu hơn hình ảnh của Trung Quốc đối với Việt Nam.

Nhờ tăng cường quảng bá du lịch, khách Việt Nam sang du lịch Trung Quốc cũng ngày một tăng. Những năm gần đây, mỗi năm đạt khoảng 2 vạn lượt người.

Ngoài ra, việc quảng bá mạnh mẽ về ẩm thực và sức lan rộng của các nhà hàng Trung Quốc tại các thành phố lớn và các tỉnh giáp biên hiện đang là những địa điểm thu hút lượng thực khách lớn là người Việt Nam.

Có thể thấy, dựa vào những lợi thế có sẵn từ vị trí địa lí, lịch sử tương đồng cũng như sự bùng nổ của công nghệ thông tin, Trung Quốc đang từng bước định hình tại Việt Nam những sắc thái văn hóa mang tính phổ quát thông qua sự phổ biến một cách rộng rãi trên các phương tiện truyền thông những nét đặc thù về lối sống, tập quán và hình ảnh Trung Quốc.

Kết luận

Bài viết của chúng tôi đã trình bày một bức tranh tổng quan về việc gia tăng sức mạnh mềm văn hóa của Trung Quốc đối với khu vực Đông Nam Á và Việt Nam. Sự gia tăng này, bao gồm hợp tác toàn diện và phối hợp linh hoạt giữa sức mạnh kinh tế với sức mạnh ngoại giao, giữa viện trợ phát triển với giao lưu văn hóa, giáo dục, Trung Quốc đã từng bước duy trì được vai trò chủ đạo trong việc giúp cộng đồng ASEAN hội nhập kinh tế, qua đó củng cố thêm tầm quan trọng

của nước này trong khu vực. Đặc biệt, chính sách xúc tiến thành lập các Học viện Khổng Tử đang ngày càng làm tăng thêm sức hấp dẫn và thuyết phục của sức mạnh mềm văn hóa Trung Quốc trên toàn thế giới.

Bên cạnh những thành công với bước đi thận trọng, thực tế gia tăng sức ảnh hưởng văn hóa tại Đông Nam Á của Trung Quốc cũng còn tồn tại những vấn đề. Cụ thể là:

- Một số hạn chế trong hình thức truyền bá tiếng Hán và văn hóa Hán của Học viện Khổng Tử đang tác động xấu tới chiến lược gia tăng sức mạnh mềm văn hóa Trung Quốc ở Đông Nam Á.

- Một số vấn đề do lịch sử để lại, những vấn đề nhạy cảm về lãnh thổ, sự lấn át về sức mạnh kinh tế, thực trạng lan tràn hàng giả, các sản phẩm hàng hóa kém chất lượng của Trung Quốc khiến ở một số nước Đông Nam Á vẫn còn dè chừng trong việc tiếp nhận ảnh hưởng văn hóa Trung Quốc.

Những tồn tại trên đang trở thành thách thức buộc Đảng và Chính phủ Trung Quốc phải giải quyết, song về cơ bản chúng ta khó phủ nhận được thực tế, hiện nay ảnh hưởng của văn hóa Hán tại Đông Nam Á đang ngày càng gia tăng

CHÚ THÍCH:

¹ Joseph S. Nye và William Owens, *America's Information Edge*, Foreign Affairs, March/April 1996, p.21

² Trung tâm Nghiên cứu văn hóa nghệ thuật Trung Quốc, Về Hội nghị Văn hóa lần thứ 8, *Chinaart08.com*

³ Báo cáo chính trị Đại hội XVII ĐCS Trung Quốc

⁴ Joshua Kurlantzick: “*Bùa mê Trung Quốc: Tác động của sức mạnh mềm Trung Quốc*,” Carnegie Endowment for International Peace Policy Brief, No. 47 (2006), p. 3.

⁵ Pang Zhongying, “*Chơi theo luật? Vai trò toàn cầu đang gia tăng của Trung Quốc*”, *Asia-Pacific Journal: Japan Focus*, (2008), xem tại japanfocus.org/Pang_Zhongying-Playing_By_the_Rules_China_s_Growing_Global_Role (truy cập ngày 7 tháng 11/2008

⁶ Tân Hoa Xã, ngày 25/10/2008

⁷ Học viện Khổng Tử bắc cầu giao lưu văn hóa mới giữa Trung Quốc và nước ngoài <http://pilot.vn/?mod=news&page=view&id=5527>

⁸ <http://zhidao.baidu.com/question/119406548.html>

^{9, (10)} Bành Tân Lương: *Ngoại giao văn hóa và sức mạnh mềm Trung Quốc: một góc nhìn văn hóa*, NXB Giảng dạy và nghiên cứu ngoại ngữ, Bắc Kinh 5-2008, tr.447, 455.

¹¹ Lưu Khánh: *Suy nghĩ về giao lưu và hợp tác giáo dục Trung Quốc và Đông Nam Á*, tạp chí Khoa học đại chúng, số 5, năm 2009.

¹² Các số liệu về thương mại, đầu tư Việt Nam – Trung Quốc dẫn theo Tạp chí Nghiên cứu Trung Quốc, số 1-2010

¹⁵ Thống kê dựa trên thông báo lịch phát sóng phim truyền hình Trung Quốc trên các kênh truyền hình Việt Nam năm 2009 <http://dienanh.net/forums/showthread.php?t=125472>

2. Joseph S. Nye, Ngô Hiếu Huy...dịch: *Sức mạnh mềm: con đường thành công trên vũ đài chính trị thế giới*, Bắc Kinh, Nxb Phương Đông, năm 2005, tr. 11-13

3. Trung tâm Nghiên cứu văn hóa nghệ thuật Trung Quốc, Về Hội nghị Văn hóa lần thứ 8, *Chinaart08.com*

4. Học viện Khổng Tử bắc cầu giao lưu văn hóa mới giữa Trung Quốc và nước ngoài <http://pilot.vn/?mod=news&page=view&id=5527>

5. Bành Tân Lương: *Ngoại giao văn hóa và sức mạnh mềm Trung Quốc: một góc nhìn văn hóa*, NXB Giảng dạy và nghiên cứu ngoại ngữ, Bắc Kinh 5/2008

6. Thomas Lum, Wayne M. Morrison, and Bruce Vaughn, *China's "Soft Power" in Southeast Asia*, (Báo cáo về “sức mạnh mềm” của Trung Quốc tại Đông Nam Á) CRS Research for Congress, January 4, 2008

7. Michael Hsiao, *Transformations in China's Soft Power toward ASEAN* (Sự chuyển đổi trong sức mạnh mềm của Trung Quốc đối với ASEAN), *China Brief* Volume: 8 Issue: 22

8. Phạm Hồng Yến: *Ngoại giao văn hóa Trung Quốc và vai trò của nó trong quá trình hội nhập quốc tế*, Tạp chí Nghiên cứu Trung Quốc, số 8/2009.

9. The Pew Global Attitudes Project, “Global Unease with Major Powers,” June 2007

10. Pang Zhongying, “*Chơi theo luật? Vai trò toàn cầu đang gia tăng của Trung Quốc*”, *Asia-Pacific Journal: Japan Focus*, (2008)

11. Lưu Khánh: *Suy nghĩ về giao lưu và hợp tác giáo dục Trung Quốc và Đông Nam Á* tạp chí Khoa học đại chúng, số 5, năm 2009.

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHÍNH

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