

Nhận thức và sử dụng quyền lực mềm của Nhật Bản trong quan hệ quốc tế

Trần Nguyên Khang*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Quyền lực, hay khả năng tạo ảnh hưởng, tác động đến các chủ thể, luôn là chủ đề tạo nhiều quan tâm trong nghiên cứu quan hệ quốc tế. Trong bối cảnh toàn cầu hóa với sự kết nối giữa các quốc gia trong sự tương quan và lệ thuộc lẫn nhau chặt chẽ, bản chất của quyền lực đã có những sự thay đổi đáng kể. Theo Giáo sư Joseph Nye (Đại học Harvard), quyền lực chuyển dần trọng tâm từ hình thức cổ điển là ép buộc, mua chuộc sang sử dụng sự thu hút và thuyết phục. Khả năng đạt được điều mong muốn thông qua sự hấp dẫn và thuyết phục, bằng các giá trị về văn hóa, chính trị và ngoại giao, được Joseph Nye gọi là "quyền lực mềm" (soft power). Bằng việc sử dụng khái niệm quyền lực mềm làm định hướng nghiên cứu, bài viết phân tích trường hợp của Nhật Bản trong việc đạt được các ảnh hưởng tích cực trong quan hệ quốc tế. Thông qua việc tiến hành một số khảo sát thực địa và phỏng vấn chuyên gia, nghiên cứu mang đến những phân tích về nhận thức cũng như thực tiễn của Nhật Bản trong việc vận dụng quyền lực mềm. Nhật Bản đã sử dụng hiệu quả những điều kiện từ bên trong cũng như phát huy những ưu thế ra bên ngoài nhằm hình thành nên vị thế vững chắc về quyền lực mềm trên thế giới. Từ những bài học kinh nghiệm của Nhật Bản, nghiên cứu sẽ đưa ra một số thảo luận gợi mở về sự phát triển quyền lực mềm cho Việt Nam.

Từ khoá: quyền lực mềm, Nhật Bản, ngoại giao văn hóa, ngoại giao công chúng

ĐẶT VẤN ĐỀ

Sau khi Chiến tranh thế giới lần thứ hai kết thúc, Nhật Bản bị hạn chế sức mạnh cứng từ quân sự, họ buộc phải định hướng chính sách đối ngoại theo những cách thức linh hoạt nhằm giành lại vị thế và ảnh hưởng trên trường quốc tế, đặc biệt thông qua việc sử dụng quyền lực mềm. Quyền lực mềm là khái niệm do Giáo sư Joseph Nye giới thiệu, bàn luận về cách thức đạt được sự ảnh hưởng trong Quan hệ quốc tế thông qua sự thu hút và thuyết phục. Nhật Bản có quan niệm như thế nào về cách thức chinh phục thiện cảm của cộng đồng quốc tế? Họ có những nguồn lực mềm nào và sử dụng ra sao trong bối cảnh thế giới đương đại? Đây là những thành tựu, hạn chế, thách thức của quốc gia này trong việc xây dựng, phát triển quyền lực mềm? Tìm ra được câu trả lời cho các vấn đề nêu trên sẽ giúp chúng ta hiểu rõ hơn về đặc trưng và bản chất quyền lực mềm của Nhật Bản. Ngày nay, trong bối cảnh toàn cầu hóa, các quốc gia chú ý nhiều đến việc sử dụng các hình thức hợp tác, thu hút và thuyết phục trong đối ngoại nhằm đạt được các kết quả mong muốn. Hiểu về Nhật Bản và quyền lực mềm mang lại một thảo luận có tính thời sự và gợi mở, đặc biệt cho kinh nghiệm của Việt Nam trong tiến trình hội nhập cũng như trong quan hệ ngoại giao song phương với Nhật Bản. Làm rõ kinh nghiệm vận dụng quyền lực

mềm của Nhật Bản sẽ rút ra được những bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUYỀN LỰC MỀM VÀ VẬN DỤNG PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý luận

Quyền lực mềm được phát triển bởi Giáo sư Joseph Nye (Đại học Harvard, nguyên Trợ lý Thứ trưởng Ngoại giao Mỹ từ năm 1977 đến 1979) dựa trên hệ thống lý thuyết của Chủ nghĩa Tân Tự do⁴. Qua các nghiên cứu của mình, Joseph Nye mang lại góc nhìn và đánh giá mới về quyền lực trong bối cảnh quan hệ quốc tế thời hậu Chiến tranh Lạnh. Theo Joseph Nye, các quốc gia có thể đạt được ảnh hưởng, tác động, như thông qua quyền lực cứng (hard power) hoặc quyền

⁴Joseph Nye giới thiệu khái niệm quyền lực mềm lần đầu trong tác phẩm Sẵn sàng lãnh đạo: Bản chất thay đổi của nền chính trị Hoa Kỳ (tên sách gốc tiếng Anh: Bound to lead: The changing nature of American Politics, New York: Basic Books; 1990). Sau đó, ông tiếp tục phát triển khái niệm này trong Nghịch lý của quyền lực Mỹ: Tại sao siêu cường duy nhất của thế giới không thể tự vận hành một mình (tên sách gốc tiếng Anh: The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower can't go it alone, UK: Oxford University; 2002). Và đến tác phẩm Quyền lực mềm: cách thức đạt đến thành công trong nền chính trị thế giới (tên sách gốc tiếng Anh: Soft Power: The Means to Success in World Politics, New York: Public Affairs; 2004), khái niệm - lý luận về quyền lực mềm được Joseph Nye củng cố, hoàn thiện.

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

Liên hệ

Trần Nguyên Khang, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

Email: nguyengkhang2001@gmail.com

Lịch sử

- Ngày nhận: 15/7/2021
- Ngày chấp nhận: 08/12/2021
- Ngày đăng: 30/12/2021

DOI: 10.32508/stdjssh.v5i4.689



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Trích dẫn bài báo này: Khang T N. Nhận thức và sử dụng quyền lực mềm của Nhật Bản trong quan hệ quốc tế. *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 5(4):1374-1383.

lực mềm (soft power) hay “bộ mặt thứ hai của quyền lực” [1, tr.5]^b. Quyền lực cứng được triển khai dưới hình thức ép buộc như sử dụng vũ lực, đe dọa, trừng phạt kinh tế hoặc lôi kéo bằng sự mua chuộc. Trái ngược với bản chất cưỡng chế của quyền lực cứng, quyền lực mềm tránh xa các công cụ chính sách đối ngoại theo phương thức truyền thống “cây gậy và củ cà rốt” mà chú trọng vào thuyết phục hoặc thu hút. Thông qua việc xây dựng mạng lưới nối kết, truyền đạt những câu chuyện hấp dẫn, kiến thiết các quy tắc hợp tác quốc tế và thu hút các nguồn lực, quốc gia khiến mình trở nên hấp dẫn một cách tự nhiên đối với thế giới. Như vậy, quyền lực mềm là khả năng sử dụng sự thu hút và thuyết phục để đạt được các mục tiêu mình muốn, với các nguồn lực đến từ các nét đặc sắc văn hoá, các giá trị chính trị (áp dụng trong và ngoài nước), và chính sách đối ngoại (khi được cho là hợp pháp và phù hợp đạo đức, chuẩn mực quốc tế) [1, tr.8].

Với nội hàm về quyền lực mềm, chúng ta nhận thấy có sự tương đồng trong quan niệm của Joseph Nye và nhân sinh quan xã hội Nhật Bản, cụ thể là cách thức tạo dựng sự ảnh hưởng thông qua việc xây dựng niềm tin và sự tín cẩn. Theo Joseph Nye, “(N)hìn chung nhất, quyền lực có nghĩa là khả năng đạt được kết quả như mong muốn. Từ điển cho ta biết rằng quyền lực có nghĩa là có khả năng tác động đến hành vi người khác để làm cho việc mong muốn đó xảy ra. Một cách cụ thể hơn, quyền lực là khả năng ảnh hưởng đến hành vi của người khác để đạt được kết quả mong đợi. Nhưng lại có nhiều hơn một cách để ảnh hưởng đến hành vi của người khác. Bạn có thể ép buộc họ bằng đe dọa; bạn có thể xui khiến họ bằng các khoản thanh toán; hoặc bạn có thể thu hút và khiến họ muốn những điều mà bạn muốn”^c [1, tr.1-2]. Với quyền lực mềm, giá trị cốt lõi nằm ở niềm tin và sự thuyết phục. Để đạt được thành công về quyền lực mềm cần một quá trình bồi đắp lâu dài để đi đến cái đích cuối cùng là sự tin tưởng, tôn trọng lẫn nhau. Joseph Nye khẳng định, “uy tín chính là cội nguồn thiêng liêng nhất” (“credibility is the scarcest resource”)².

^bNguyên văn gốc “Everyone is familiar with hard power. We know that military and economic might often get others to change their position. Hard power can rest on inducements (“carrots”) or threats (“sticks”). But sometimes you can get the outcomes you want without tangible threats or payoffs. The indirect way to get what you want has sometimes been called “the second face of power.”

^cNguyên văn: “At this most general level, power means the ability to get the outcomes one wants. The dictionary also tells us that power means having the capabilities to affect the behavior of others to make those things happen. So more specifically, power is the ability to influence the behavior of others to get the outcomes one wants. But there are several ways to affect the behavior of others. You can coerce them with threats; you can induce them with payments; or you can attract and co-opt them to want what you want.”

Các yếu tố như sự hòa hiếu, tôn trọng, tạo dựng và cải thiện mối quan hệ thông qua sự yêu mến, hòa hợp, tín cẩn là những giá trị đã ăn sâu trong nhân sinh quan xã hội Á Đông cũng như Nhật Bản [3, tr.7], [4, tr.42-65]. Với người Nhật cũng như các dân tộc Á Đông khác, giá trị quan trọng chi phối toàn bộ các mối quan hệ thể hiện trong chữ Wa có nghĩa là Hòa (hài hòa, hòa hợp, hòa bình, hòa hiếu, hòa thuận và cân bằng) [5, tr.171-190]. Từ thế kỷ 7, Hiến pháp 17 điều (Jyushichijo Kenpo) do nhà cải cách Thánh Đức Thái Tử (Shotoku Taishi) soạn thảo đã đề cập đến chữ Hòa như một trong các giá trị quan trọng tạo dựng nên các mối quan hệ: “Lấy Hòa làm quý, không hành động ngỗ ngược. Mọi người đều có bề đàng thì khó đạt được Đạo, cho nên sẽ không biết hiếu thuận theo đạo vua – cha, lỗi đạo với xóm giềng. Cần phải hoà mục trên dưới, nhẹ nhàng bàn bạc thì mọi chuyện sẽ thông suốt, việc gì chẳng thành tựu”⁶. Xã hội Nhật cũng rất xem trọng tinh thần Amae, gần giống với chữ Hòa, chỉ sự hòa hợp, tương thân tương ái, tôn trọng giữa các thành viên trong cộng đồng [7, tr.37-73]. Tinh thần này cũng thể hiện trong mô hình kinh doanh của Nhật, cấu trúc tổ chức và làm việc của những công ty Nhật cũng đề cao đoàn kết, hòa ái, tương trợ lẫn nhau nhằm hướng đến sự phát triển chung [8, tr.95-106], [9, tr.141-179]. Mô hình tập đoàn Keiretsu (tiếng Nhật, âm Hán Việt: hệ liệt) là một ví dụ. Đây là mô hình kinh doanh đã tạo nên thành công lớn cho nước Nhật. Hiện tại, Nhật Bản có 6 tập đoàn keiretsu công nghiệp lớn và 11 tập đoàn quy mô nhỏ hơn. Doanh số của các keiretsu này chiếm khoảng 25% doanh số của tất cả các công ty Nhật Bản và giá trị vốn hóa thị trường của chúng chiếm khoảng 78% tổng giá trị vốn hóa của Thị trường chứng khoán Tokyo¹⁰. Có thể kể tên những tập đoàn Keiretsu lớn như Mitsubishi, Fuyo, Sanwa, Sumitomo. Sau Chiến tranh thế giới lần thứ hai, nền kinh tế Nhật Bản gần như sụp đổ hoàn toàn. Tuy nhiên, chỉ sau hơn hai mươi năm, họ đã có sự hồi phục thần kỳ và ngày nay đã là một trong những nước công nghiệp phát triển hàng đầu thế giới [11, tr.405-428]. Nhiều nhà nghiên cứu đã tìm hiểu lý do vì sao Nhật Bản có thể phát triển như vậy. Khi đặt trong sự so sánh, đối chiếu với Bắc Mỹ, câu trả lời đó chính là do mô hình tổ chức xã hội của Nhật Bản luôn lấy các giá trị đến từ sự tin tưởng, tín nhiệm, uy tín làm trọng trong mọi mối quan hệ, từ trong tổ chức đến với các đối tác bên ngoài [12, tr.384-408], [13, tr.15-56], [14, tr.67-80]. Như vậy, có thể thấy rằng về cơ bản, hệ giá trị tinh thần của xã hội Nhật Bản có sự gắn bó với giá trị quyền lực mềm mà Joseph Nye đưa ra, đó là đạt được hợp tác thông qua sự tin cậy và tôn trọng lẫn nhau.

Phương pháp nghiên cứu

Để có cái nhìn thực tiễn về vị thế quyền lực mềm Nhật Bản trong sự cạnh tranh toàn cầu, chúng tôi thu thập và phân tích các dữ liệu đã được công bố bởi các công trình khoa học có uy tín, một số các dữ liệu có tính cập nhật từ các cơ quan, tổ chức truyền thông thực hiện các đánh giá xếp hạng hằng năm về quyền lực mềm trên thế giới, như Monocle, Portland, U.S.News,... Tiếp theo, chúng tôi tiến hành khảo sát thực địa và phỏng vấn chuyên gia, thực hiện trong chuyến nghiên cứu đến Nhật Bản với sự tài trợ của *Japan Foundation* trong khuôn khổ chương trình hợp tác nghiên cứu giữa Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TP.HCM và Đại học Findlay, Hoa Kỳ (tháng 7/2018). Ba tổ chức được tiến hành khảo sát và phỏng vấn là *Japan Foundation (Quý Nhật Bản)*, *Japan House (Ngôi nhà Nhật Bản)* và *ASJA - Asia Japan Alumni International Association (Tổ chức cựu du học sinh châu Á Nhật Bản)*. Đây đều là những đơn vị có tính đại diện và có những bước đi chiến lược trong việc xây dựng mối quan hệ hữu hảo giữa Nhật Bản và các nước thông qua các hoạt động giao lưu văn hóa, giáo dục, con người. *Japan Foundation* là đại diện chính thức trong hoạt động ngoại giao văn hóa – giáo dục của chính phủ Nhật Bản trên thế giới. *Japan House* là tổ chức ngoại giao văn hóa mới thành lập của Nhật Bản trong vài năm lại đây, nhằm phát huy và giới thiệu văn hóa Nhật Bản thông qua những hoạt động kết nối văn hóa với cộng đồng bản địa tại ba thành phố lớn là London (Anh), Los Angeles (Hoa Kỳ) và São Paulo (Brasil). *ASJA* là tổ chức giáo dục và giao lưu văn hóa với các thế hệ du học sinh Đông Nam Á tại Nhật Bản. Cả ba tổ chức này đều đã có những hoạt động tích cực, hiệu quả, phản ánh sự đa dạng trong việc vận dụng quyền lực mềm của Nhật Bản.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

NHẬN THỨC VÀ TRIỂN KHAI VỀ QUYỀN LỰC MỀM CỦA NHẬT BẢN

Bối cảnh lịch sử và chủ trương của Nhật Bản trong việc vận dụng quyền lực mềm

Về nhân tố khách quan, quyền lực mềm có thể được xem là một lựa chọn hàng đầu, có tính quyết định và là bước ngoặt đối với nền chính trị và ngoại giao Nhật Bản, quy định bởi điều kiện lịch sử của thời cuộc. Từ thời Minh Trị, Nhật Bản đã theo đuổi quốc sách “Phù quốc cường binh” (*Fukoku Kyōhei*), nhằm phát triển đất nước theo hướng hùng cường về kinh tế và quân sự [15, tr. 20-21]. Đến Chiến tranh thế giới lần thứ hai, Nhật Bản là quốc gia quân phiệt và sử dụng vũ lực đánh chiếm nhiều quốc gia tại khu vực châu Á -

Thái Bình Dương¹⁶. Như vậy, thời kỳ này, dấu ấn sức mạnh Nhật Bản chủ yếu đến từ quyền lực cứng của quân sự, với sự cưỡng chế đối với nhiều quốc gia. Sau khi Chiến tranh thế giới lần thứ hai kết thúc, Nhật Bản thua trận và bị giải giáp toàn bộ quân đội. Điều 9 Hiến Pháp Nhật Bản quy định: “ĐIỀU 9. (1) Nhân dân Nhật Bản thành thật mong muốn một nền hoà bình quốc tế dựa trên chính nghĩa và trật tự, cam kết vĩnh viễn không phát động chiến tranh như là một phương tiện giải quyết xung đột quốc tế bao gồm chiến tranh xâm phạm chủ quyền dân tộc và các hành vi vũ lực hoặc các hành vi đe dọa bằng vũ lực. (2) Để thực hiện các mục tiêu của Khoản trước, lục quân, hải quân và không quân cũng như các tiềm lực chiến tranh khác sẽ không bao giờ được duy trì. Quyền tham chiến của đất nước sẽ không được công nhận”^{17d}. Trong điều kiện đặc thù này, việc sử dụng các khái niệm như “sức mạnh” hay “quyền lực” trong chính trị và đối ngoại có tính chất vô cùng nhạy cảm và dè dặt. Từ đây, Nhật Bản buộc phải thúc đẩy các hình thức ngoại giao mềm dẻo để tìm lại vị thế quốc gia. Quyền lực mềm có thể được xem như lựa chọn thay thế, nếu không muốn nói là cơ hội duy nhất để Nhật Bản được công nhận trở lại.

Về nhân tố chủ quan, với rất nhiều nỗ lực, Nhật Bản đã chủ động thực hiện nhiều hình thức uyển chuyển và mềm dẻo nhằm lấy lại vị thế trên trường quốc tế. Nỗ lực đầu tiên chính là quá trình khôi phục kinh tế, được xem như một sự hồi phục và phát triển “thần kỳ” khiến cho cộng đồng quốc tế ngưỡng mộ và được xem như đại diện cho các giá trị châu Á [1, tr. 84]^e. Trong giai đoạn 1960-1970, Nhật Bản bước vào thời kỳ vàng son của sự phát triển vượt bậc về kinh tế, xã hội và khoa học kỹ thuật. Tiếp theo, Nhật Bản dần tái hòa nhập và khẳng định lại vị thế của mình qua nhiều hoạt động quốc tế tích cực. Sự kiện Olympic 1964 là dấu ấn cho thấy sự cởi mở và nổi kết trở lại trong hòa bình của Nhật với thế giới. Đây là Thế vận hội đầu tiên được tổ chức tại châu Á với 93 quốc gia tham dự, đánh dấu sự tiến bộ và xuất hiện trở lại của Nhật Bản trên vũ đài thế giới. Thế vận hội là một minh chứng với thế giới rằng Nhật Bản đã hoàn toàn khôi phục, là một quốc gia đã từ bỏ hoàn toàn chủ nghĩa

^dNguyên văn: “Article 9. (1) Aspiring sincerely to an international peace based on justice and order, the Japanese people forever renounce war as a sovereign right of the nation and the threat or use of force as means of settling international disputes. (2) In order to accomplish the aim of the preceding paragraph, land, sea, and air forces, as well as other war potential, will never be maintained. The right of belligerency of the state will not be recognized”. Tham khảo thêm thông tin tại: <https://www.sangiin.go.jp/eng/law/tcoj/index.htm>.

^eNguyên văn: “Japan’s experience of rebuilding after the war, the way it got workers and management to cooperate and got the economy to grow in leaps and bounds, seems very Asian to us. It has much more relevance to our society than the experience of the West.”

để quốc và chủ nghĩa quân phiệt, cam kết hòa bình với toàn thể cộng đồng quốc tế¹⁸. Hình ảnh các trận thi đấu cũng như hình ảnh về một nước Nhật năng động, thân thiện được kênh truyền hình NHK phát sóng trực tiếp, lần đầu tiên bằng hình ảnh màu qua vệ tinh và được đón nhận nồng nhiệt. Đây là một thành công lớn, làm bước đà giúp Nhật Bản dần tái thiết lập và củng cố vị thế ngoại giao của mình.

Trên mặt trận ngoại giao, chính phủ Nhật Bản chủ trương tiếp tục duy trì liên kết mạnh mẽ với các quốc gia phương Tây, đồng thời mở ra những kênh ngoại giao mới. Nhật Bản là một trong những quốc gia đầu tiên thiết lập ngoại giao với các nước Xã hội chủ nghĩa (trong đó có Việt Nam năm 1973)¹⁹. Nói cách khác, bên cạnh các đồng minh truyền thống như Hoa Kỳ và Tây Âu, Nhật Bản đã cũng chú trọng hướng đến ngoại giao đa phương, đặc biệt là với các quốc gia trong khu vực châu Á [20, tr. 117-128]. Qua đó cho thấy Nhật Bản đã sớm ý thức được sự cần thiết của việc sử dụng quyền lực mềm trong các hoạt động đối ngoại nhằm mở rộng mạng lưới nối kết, từ đó gia tăng vị thế, tiếng nói của mình trên trường quốc tế, với các biện pháp chính yếu là ngoại giao công chúng (*public diplomacy*) và ngoại giao văn hóa (*cultural diplomacy*) [21, tr. 224-235].

Học thuyết Fukuda - chính sách đối ngoại từ “từ trái tim đến trái tim”

Theo Joseph Nye, chinh phục con tim và khối óc (“winning hearts and minds”) đóng vai trò rất quan trọng đối với chính trị và thực thi quyền lực trong quan hệ quốc tế hiện đại [1, tr.1]. Từ những năm 70 của thế kỷ 20, Nhật Bản chính thức đưa ra quan điểm về nỗ lực chinh phục “từ trái tim đến trái tim” (“from heart to heart”) trong chính sách đối ngoại của mình. Quan điểm về quyền lực mềm “mang màu sắc” Nhật Bản thể hiện cụ thể qua *Học thuyết Fukuda* (1977), được xem là một phương châm đối ngoại mềm dẻo của ngoại giao Nhật Bản và vẫn còn giá trị cho đến ngày hôm nay [22, tr.10], [23, tr.1-5]. Học thuyết Fukuda được công bố tại Manila, Philippines bởi cựu Thủ tướng Takeo Fukuda, vào ngày 17 tháng 8 năm 1977, trong lần dừng chân cuối cùng của chuyến viếng thăm các nước ASEAN. Học thuyết Fukuda chú trọng ba nguyên tắc quan trọng sau trong đối ngoại Nhật Bản: thứ nhất, Nhật Bản cam kết là một quốc gia hòa bình và từ chối vai trò của một cường quốc quân sự; thứ hai, Nhật Bản sẽ nỗ lực xây dựng một mối quan hệ tin tưởng lẫn nhau; và thứ ba, Nhật Bản là đối tác bình đẳng của ASEAN trong các lĩnh vực hợp tác rộng lớn và tương thuộc lẫn nhau [24, tr.99-116].

Sau Chiến tranh thế giới lần thứ hai, đặc biệt là từ năm 1952 chính sách đối ngoại của Nhật Bản dưới thời Thủ

tướng Yoshida đã cố gắng cải thiện quan hệ ngoại giao với một số nước Đông Nam Á. Tuy nhiên quá khứ chủ nghĩa đế quốc Nhật vẫn để lại trong tâm trí người dân Đông Nam Á những kí ức không mấy tốt đẹp về “khối thịnh vượng chung Đại Đông Á”²⁵. Từ đây, tiến trình Nhật Bản trở lại với các nước Đông Nam Á gặp không ít khó khăn và nghi kỵ. Học thuyết Fukuda được đưa ra như một khẳng định về con đường hợp tác bằng hòa bình và bình đẳng, thông qua các hoạt động ngoại giao kinh tế và trao đổi văn hoá, y tế, đặc biệt chú trọng vào thanh niên – điều này đã tạo bước chuyển lớn. Học thuyết Fukuda được coi là chính sách lâu dài của Nhật Bản tại Đông Nam Á, là hạt nhân cơ bản trong chính sách châu Á - Thái Bình Dương mà Nhật Bản theo đuổi tới nay. Trong việc hướng tới mối quan hệ toàn diện, Nhật Bản khẳng định “là một người bạn thật sự của các nước Đông Nam Á, sẽ làm hết sức mình để củng cố mối quan hệ cùng tin cậy lẫn nhau dựa trên sự hiểu biết từ trái tim đến trái tim với các nước này mở rộng sự hợp tác trong nhiều lĩnh vực kinh tế, chính trị và cả văn hoá và xã hội”²⁵. Với ý nghĩa đó, “Học thuyết Fukuda” thật sự là một triết lý về quyền lực mềm trong tư tưởng chính trị, được hiện thực hóa thông qua các hoạt động đối ngoại mềm dẻo, đã giúp phát triển mối quan hệ Nhật Bản – ASEAN cũng như với các nước khác trên thế giới.

Khảo sát trường hợp ba tổ chức Japan Foundation, Japan House và ASJA

Ba tổ chức quan trọng trong ngoại giao văn hóa và ngoại giao nhân dân của Nhật Bản đã được chúng tôi khảo sát và phỏng vấn là Japan Foundation, Japan House và ASJA. Qua các hoạt động quảng bá văn hóa phong phú và đa dạng, các tổ chức này thể hiện được một cách tích cực những giá trị và tinh thần Nhật Bản trong sự nối kết với cộng đồng quốc tế. Đầu tiên, Quỹ Nhật Bản (Japan Foundation) là một trong những tổ chức ngoại giao văn hóa thuộc chính phủ lớn nhất thế giới. Cùng với các tổ chức nổi tiếng như British Council, Goeth Institute, French Institute,... Japan Foundation đã mang lại các chương trình trao đổi giao lưu văn hóa và tìm hiểu tiếng Nhật trên toàn thế giới với trụ sở đóng tại 23 quốc gia^{26f}. Cùng với văn hóa, sự phổ biến ngôn ngữ có thể được xem như một biểu hiện của quyền lực mềm quốc gia [27, tr. 1-13]. Japan Foundation là tổ chức chính thức của Nhật Bản đẩy mạnh việc quảng bá tiếng Nhật cũng như giới thiệu văn hóa Nhật Bản đến công chúng quốc tế. Đồng thời, Japan Foundation cũng cung cấp các học bổng, hỗ trợ các học giả quốc tế trong việc tìm hiểu về Nhật Bản

^fPhỏng vấn chuyên gia tại Head Quarter of Japan Foundation, Tokyo (thực hiện bởi tác giả vào tháng 07/2018).

với các hội thảo quốc tế, các xuất bản, ấn phẩm quốc tế. Hướng đến hội nhập thông qua việc quảng bá, giáo dục, và trao đổi văn hóa bằng các hình thức đa dạng là phương châm hoạt động của Japan Foundation trong hơn 40 năm hoạt động bền bỉ.

Thứ hai là Ngôi nhà Nhật Bản (Japan House), một chương trình ngoại giao văn hóa mới của chính phủ Nhật, được thực hiện tại 03 thành phố lớn quốc tế - Los Angeles, São Paulo, London (từ năm 2017)^{28g}. Triết lý của Japan House là xây dựng hình ảnh nước Nhật cùng với cách nhìn của người bản địa. Hoạt động của Japan House dựa trên sự hỗ trợ tài chính của chính phủ với các định hướng chung nhưng không can thiệp vào các hoạt động quảng bá văn hóa cụ thể. Điều này làm nên sự năng động và sáng tạo của các đơn vị văn hóa trong việc tạo dựng những câu chuyện hấp dẫn, được đặt dưới góc nhìn của những người bản địa cùng tham gia tái tạo nên hình ảnh nước Nhật mới lạ.

Cuối cùng là ASJA, tổ chức nối kết các cựu du học sinh châu Á, đặc biệt là khu vực Đông Nam Á đã từng đến Nhật Bản du học^{29h}. Tổ chức được hoạt động với tiêu chí gắn kết các học viên như các thành viên trong một đại gia đình. Hàng năm, ASJA tổ chức các buổi gặp gỡ, hội thảo nhằm trao đổi, chia sẻ các kinh nghiệm giữa những cựu học viên và các du học sinh quốc tế đến Nhật Bản như một mạng lưới hỗ trợ chặt chẽ. Chính điều này tạo nên tinh thần Á Đông rất riêng khi xem một tổ chức văn hóa - giáo dục như một gia đình với sự nối kết không còn là vì các lợi ích, mà đến từ tình thân ái, đoàn kết, tương trợ giữa các thành viên với nhau.

THẢO LUẬN

Những thành tựu, hạn chế của quyền lực mềm Nhật Bản và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Theo Joseph Nye, Nhật Bản có nhiều nguồn sức mạnh mềm tiềm năng hơn bất kỳ quốc gia nào tại châu Á [¹, tr.85]. Đây là quốc gia không thuộc phương Tây đầu tiên có thể hiện đại hóa hoàn toàn đến mức bình đẳng với phương Tây về thu nhập và công nghệ. Nhật Bản là một trong các quốc gia dẫn đầu thế giới về số lượng bằng sáng chế, chi ngân sách quốc gia cho nghiên cứu và phát triển, thu hút về du lịch, thị trường tiêu thụ cao về doanh số bán sách và nhạc, xuất khẩu công nghệ cao,... [¹, tr.85-88]. Trong thời kỳ toàn cầu hóa ngày nay, bối cảnh năng động của sự hội nhập toàn cầu càng là yếu tố quan trọng khiến Nhật Bản cũng như

^gPhòng vấn chuyên gia tại Japan House, Tokyo, Nhật Bản (thực hiện bởi tác giả vào tháng 07/2018).

^hPhòng vấn chuyên gia tại ASJA (Asia Japan Alumni) International, Tokyo, Nhật Bản (thực hiện bởi tác giả vào tháng 07/2018).

các quốc gia hướng tới xây dựng và phát triển quyền lực mềm, tức tạo dựng hình ảnh thiện cảm và thu hút trong con mắt cộng đồng quốc tế. Bắt đầu từ những năm đầu thế kỷ 21, nhiều tổ chức truyền thông quốc tế đã thực hiện nhiều nghiên cứu khảo sát về quyền lực mềm toàn cầu như Monocle, Portland, Elcano,... Các tổ chức này đã xem xét và đánh giá nhiều tiêu chí như số lượng các cơ quan văn hóa, các di sản, số lượng đầu sách và các tạp chí khoa học được xuất bản, điều kiện sống của người dân, tình trạng bất bình đẳng thu nhập, sự tham dự tích cực với tư cách thành viên các tổ chức quốc tế,...¹ Các đánh giá này đã đưa ra tổng kết (có tính tham khảo) về xếp hạng quyền lực mềm trên thế giới như sau (xem Bảng 1).

Từ các bảng xếp hạng quyền lực mềm này, ta thấy rằng Nhật Bản là một trong số hiếm hoi các quốc gia châu Á được xưng danh cùng với các nước phương Tây, vốn chiếm đa số trong xếp hạng chung về quyền lực mềm trên thế giới. Hơn thế, vị trí của Nhật Bản khá ấn tượng, thuộc nhóm những quốc gia hàng đầu về quyền lực mềm, bên cạnh Hoa Kỳ, Anh, Pháp, Đức, Úc,... Mỗi quốc gia có những thế mạnh riêng trong việc tạo dựng quyền lực mềm. Nước Anh nổi tiếng với văn chương, ngôn ngữ, âm nhạc; Hoa Kỳ thu hút với văn hóa đại chúng (*Pop Culture*) được quảng bá mạnh mẽ bởi nền công nghiệp giải trí toàn cầu; nước Pháp tạo dấu ấn bởi sự thanh lịch cùng nền văn hóa hàn lâm lâu đời, thời trang, ẩm thực,... Theo đánh giá của Portland vào 2018, Nhật Bản đạt được thành tích ấn tượng với vị trí thứ năm [³³, tr.42-45],³⁴. Đây là kết quả khả quan có được do sự ổn định chính trị và tăng trưởng kinh tế kết hợp với sự tham gia ngày càng tích cực trong các vấn đề quốc tế. Nhật Bản có hệ thống ngoại giao mạnh với hơn 150 đại sứ quán ở nước ngoài, đồng thời cũng là nước đóng góp lớn thứ hai cho ngân sách của Liên Hiệp Quốc (năm 2018) [³³, tr.52]. Nhật Bản được đánh giá như một quốc gia của chỉ số hiệu quả cao trong công việc (*Productivity*), quốc gia của các thiết kế và sản xuất chất lượng cao, ngành công nghiệp với nền công nghệ tiên tiến bậc nhất. Văn hoá Nhật Bản độc đáo và ngày càng phổ biến thế giới với các món ăn đặc sắc như sushi, truyện tranh manga, hoạt hình anime, J-pop,... [³³, tr.50] Tất cả các yếu tố tích cực nêu trên đều đóng góp vào kết quả gia tăng vị thế quyền lực mềm của Nhật.

Để đạt được thành công này, Nhật Bản đã khéo léo vận dụng nhiều cách thức xây dựng hình ảnh quốc gia hữu hiệu. Nếu trong Chiến tranh thế giới lần thứ

¹Tham khảo thêm một số phương pháp đánh giá về quyền lực mềm của một số nghiên cứu quốc tế, như của *Usnews* (2/2016), Methodology: How the 2016 Best Countries Were Ranked, tại <http://www.usnews.com/news/best-countries/articles/methodology>, hay của Portland, tại <http://softpower30.portland-communications.com/ranking>, truy cập ngày 19/2/2016.

Bảng 1: Bảng xếp hạng quyền lực mềm của Monocle, Portland và Elcano

Thứ tự xếp hạng quốc gia	Xếp hạng các quốc gia theo khảo sát quyền lực mềm của Monocle năm 2018 ³⁰	Xếp hạng các quốc gia theo khảo sát quyền lực mềm của Portland năm 2018 ³¹	Xếp hạng các quốc gia theo khảo sát quyền lực mềm của Elcano năm 2018 ³²
1	Pháp	Anh	Hoa Kỳ
2	Đức	Pháp	Trung Quốc
3	Nhật Bản	Đức	Anh
4	Canada	Hoa Kỳ	Đức
5	Thụy Sĩ	Nhật Bản	Pháp
6	Anh	Canada	Nhật Bản
7	Thụy Điển	Thụy Sĩ	Nga
8	Úc	Thụy Điển	Canada
9	Hoa Kỳ	Hà Lan	Hà Lan
10	Bồ Đào Nha	Úc	Ý
11	New Zealand	Đan Mạch	Tây Ban Nha
12	Ý	Ý	Hàn Quốc
13	Tây Ban Nha	Na Uy	Ấn Độ
14	Đan Mạch	Tây Ban Nha	Thụy Sĩ
15	Hàn Quốc	Phần Lan	Úc

hai, hình ảnh Nhật Bản được xây dựng mang tính cục đoan với Chủ nghĩa dân tộc thông qua một câu chuyện đơn nhất, tức sự truyền bá một chiều từ chính phủ quân phiệt [35, tr.11-21], thì sau Chiến tranh thế giới lần thứ hai, Nhật Bản đã xây dựng lại hình ảnh quốc gia bằng những câu chuyện đa dạng. Các hình ảnh ẩn tượng của Nhật Bản có thể kể ra như: sự phát triển thần kỳ về kinh tế, sự phong phú về văn hóa truyền thống và hiện đại, con người Nhật Bản thân thiện, hiếu khách hay vai trò tham gia tích cực vào các vấn đề khu vực cũng như toàn cầu nhằm hướng tới sự phát triển ổn định và bền vững... [15, tr.285-298], [36, tr.40-48]. Các hình ảnh này tạo dựng nên dấu ấn một nước Nhật Bản của hòa bình, thân thiện trong mắt cộng đồng quốc tế. Các biểu tượng văn hóa của Nhật Bản cũng đậm tính “Kawaii” (có nghĩa là “dễ thương”, “đáng yêu”) như Hello Kitty, Pokemon, Doraemon,... Đây là những đại sứ hình ảnh văn hóa rất thân thiện của Nhật Bản trong mắt công chúng quốc tế, đặc biệt là giới trẻ.

Sự giới thiệu, quảng bá các sắc màu văn hóa Nhật ra bên ngoài đạt được nhiều thành công đến từ nguồn nội lực, nguồn vốn văn hóa của dân tộc¹. Nhật Bản là quốc gia giàu vốn văn hóa, được bảo tồn tốt và

¹Khái niệm “Vốn văn hóa” (tiếng Pháp: le capital culturel) của nhà xã hội học người Pháp - Pierre Bourdieu, là hệ thống các thành tố văn hóa có thể luân chuyển và tạo ra những giá trị trao đổi trong

được tái tạo ngay bên trong Nhật Bản. Các hiện vật và giá trị tinh thần Nhật được lưu giữ trong nhiều bảo tàng có giá trị (Bảo tàng Quốc gia Tokyo, các bảo tàng theo các chủ đề như Sumo, trà đạo, tranh khắc cổ,...), hay được xây dựng lại theo các mô hình mới phù hợp với du khách và giới trẻ (Bảo tàng Edo, Bảo tàng Kiến trúc Edo,...), qua các lễ hội truyền thống tại các địa phương (lễ hội pháo bông, lễ hội hoa anh đào, lễ hội rước kiệu,...), và quan trọng nhất, qua chính người dân Nhật sẵn sàng giới thiệu nét đẹp văn hóa như một hình thức ngoại giao nhân dân hiệu quả. Sự thành công về ngoại giao văn hóa Nhật có thể được truy xa hơn với trào lưu yêu thích văn hóa Nhật (*the Japonism*) từ thế kỷ 19 như một minh chứng về truyền thống hiếu và biết vận dụng quyền lực mềm của Nhật [37, tr. 88-112]. Nhật Bản đã xuất khẩu các sản phẩm văn hóa cổ truyền của mình sang châu Âu như tranh, ảnh, đồ thủ công mỹ nghệ,... và tạo nên trào lưu thịnh hành “Japonism”, hay sự yêu thích đặc biệt dành cho nghệ thuật, văn hoá và thẩm mỹ Nhật Bản trong giới thượng lưu châu Âu. Nhiều nhà văn, nghệ sĩ nổi

quá trình phát triển, là một hình thức “tư bản văn hóa”. Tham khảo thêm: Bùi Minh Hào. (2016). Khái niệm “Vốn Văn Hóa” của Pierre Bourdieu. *Văn hóa Nghệ An*. Truy cập tại: <http://www.vanhoanghean.com.vn/chuyen-muc-goc-nhin-van-hoa/nhung-goc-nhin-va-n-hoa/khai-niem-von-van-hoa-cua-pierre-bourdieu>, truy cập ngày 23/6/2019.

tiếng châu Âu như Claude Monet, Vincent Van Gogh, Renoir... đã lấy cảm hứng sáng tác từ chính những tác phẩm văn hóa của Nhật để tạo ra nhiều tác phẩm bất hủ.

Ngày nay, quyền lực mềm Nhật Bản được xây dựng một cách linh hoạt và đa dạng theo hướng từ trên xuống (từ chính phủ) và từ dưới lên (từ nhân dân). Theo hướng từ trên xuống (Top-down), đây là một nỗ lực rất lớn của Chính phủ Nhật Bản qua nhiều hình thức như ngoại giao văn hóa, giáo dục, viện trợ kinh tế, phát triển bền vững...³⁸ Trong bối cảnh văn hóa toàn cầu Nhật Bản thực hiện nhiều chính sách ngoại giao văn hóa đa dạng với các chương trình giao lưu, trao đổi văn hóa. Theo hướng từ dưới lên (Bottom-Up), Chương trình Tàu Thanh Niên Đông Nam Á là một ví dụ về ngoại giao nhân dân, đặc biệt hướng đến thanh niên giúp gắn kết nước Nhật với các bạn trẻ Đông Nam Á. Được thực hiện từ năm 1974 đến nay, thông qua việc trao đổi sinh viên các nước sẽ góp phần gia tăng sự hiểu biết và yêu mến Nhật Bản về lâu về dài. Chính các thanh niên ưu tú này sẽ là những nhân tố tác động tích cực đến các hợp tác quốc tế với Nhật Bản trong tương lai.

Bên cạnh các thành công, Nhật Bản cũng đối diện với những hạn chế và thách thức trong việc sử dụng quyền lực mềm. Về tình hình quốc nội, Nhật Bản đang đối mặt với sự trì trệ về kinh tế, cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008-2009 đã ảnh hưởng nặng nề đến sự thịnh vượng trên toàn xã hội Nhật Bản. Quốc gia này cũng đối diện với sự già hóa dân số với trên 20% dân số trên 65 tuổi cùng với tỷ lệ sinh thấp dẫn đến sự thiếu hụt nguồn nhân lực cũng như tạo gánh nặng phúc lợi xã hội tại Nhật Bản^{39k}. Đây là những yếu tố nội tại khiến cho Nhật Bản có những khó khăn, hạn chế trong việc vận dụng nguồn lực từ kinh tế cho đến con người nhằm triển khai hiệu quả quyền lực mềm. Về yếu tố khách quan, quyền lực mềm của Nhật Bản cũng gặp nhiều thách thức trong sự cạnh tranh chung toàn cầu do các quốc gia ngày càng quan tâm đến việc sử dụng sự thu hút, hấp dẫn như một cách thức hiệu quả nhằm gia tăng vị thế của mình. Bên cạnh những quốc gia truyền thống về quyền lực mềm như Mỹ, Pháp, Đức...(đặc biệt là Mỹ với làn sóng Mỹ hóa văn hóa toàn cầu (Americanisation) trong phim ảnh, âm nhạc, giải trí đại chúng), xuất hiện thêm nhiều quốc gia mới nổi đầy tiềm năng. Trong khu vực châu Á có thể kể đến Hàn Quốc với Hàn lưu (Hallyu) lôi cuốn đông đảo giới trẻ bằng K-Drama, K-pop, thời trang; Singapore - đất nước sư tử biển với nền kinh tế dịch vụ năng động sáng tạo hàng đầu; Thái Lan - một điểm đến du lịch hấp dẫn tại Đông Nam Á; Ấn Độ

với kinh đô điện ảnh Bollywood hàng đầu châu Á; hay trong những năm đầu thế kỷ 21, cường quốc mới nổi Trung Quốc cũng đang có những chính sách nhằm quảng bá quyền lực mềm ra toàn thế giới với phim ảnh, âm nhạc và hàng trăm Viện Khổng Tử được đầu tư công phu (từ những năm 2004 đến nay)¹...

Từ trường hợp Nhật Bản, chúng ta có thể rút ra được một số bài học kinh nghiệm quý báu cho Việt Nam. Đầu tiên, quyền lực mềm là một lựa chọn phù hợp cho các quốc gia không mạnh về quyền lực cứng như quân sự. Sự uyển chuyển trong ngoại giao, sự khéo léo thông qua việc thuyết phục, tranh thủ công luận quốc tế là cách thức thông minh cho những quốc gia vừa và nhỏ trong việc khẳng định vị thế của mình. Với Việt Nam, sự linh hoạt trong ngoại giao đa phương đi cùng việc lan tỏa các giá trị và nét đẹp bản sắc, cụ thể thông qua ngoại giao văn hóa và ngoại giao nhân dân là những chủ trương chính trong đường lối đối ngoại của Việt Nam đã và đang được thực hiện trong bối cảnh hội nhập quốc tế⁴⁰. Những yếu tố này cũng phù hợp với những giá trị quyền lực mềm mà Joseph Nye đề cập, khi ông nhận định rằng "(V)ăn hoá của Việt Nam luôn hấp dẫn, có sức lôi cuốn"⁴¹. Tuy nhiên ông cũng nhận định rằng, quyền lực mềm Việt Nam có thể "sẽ gia tăng nếu Việt Nam phát triển một không gian tự do hơn nữa"⁴¹. Như vậy, Việt Nam có thể rút ra một số bài học trong cách thức quảng bá của Nhật Bản, đặc biệt đối với ngoại giao văn hóa. Thứ nhất, đó là sự hỗ trợ từ chính phủ trong định hướng chung, nhưng không can thiệp quá sâu nhằm mở rộng không gian sáng tạo cho các chủ thể tham gia. Thứ hai, thúc đẩy sự hợp tác sáng tạo văn hóa đến từ chính cộng đồng người dân và các nghệ sĩ bản địa trong việc tiếp nhận nền văn hóa được quảng bá. Thứ ba, chú trọng vai trò của người dân như những đại sứ trong các hoạt động ngoại giao văn hóa do chính họ thực hiện.

KẾT LUẬN

Với Nhật Bản, quyền lực mềm đã góp phần quan trọng giúp quốc gia này trở lại sân chơi quốc tế, rũ bỏ đi hình ảnh đế quốc quân phiệt trong quá khứ. Nhắc đến Nhật Bản, công chúng quốc tế không thể quên được những hình ảnh đẹp đẽ của xứ sở Phù Tang với từ nền văn hóa vừa đậm tính truyền thống nhưng không kém phần hiện đại, vừa có sự thâm sâu (như Trà đạo, Hoa đạo, Kiếm đạo...) mà cũng vừa có thể dễ tiếp cận với đại chúng (như truyện tranh Manga, âm nhạc J-pop, Cosplay...). Thông qua ngoại giao văn hóa và ngoại giao công chúng, Nhật Bản đã trở thành một trong những quốc gia đi đầu trong việc xây dựng hình ảnh quốc gia và tạo được thiện cảm trong cộng đồng quốc

¹Tham khảo thêm thông tin tại: <http://www.confuciusinstitute.net/t/>

^kTham khảo thêm thông tin tại: <https://danso.org/nhat-ban/>

tế. Tuy nhiên, quyền lực mềm không phải là một dạng sức mạnh cố định, bất biến mà có sự chuyển đổi theo thời gian và cần phù hợp với bối cảnh cụ thể. Với những thách thức mang tính cạnh tranh trong khu vực và toàn cầu, Nhật Bản cần có những cách tiếp cận thông minh trong việc vận dụng quyền lực mềm uyển chuyển, khéo léo, không chỉ trong việc triển khai các nguồn sức mạnh nội tại mà xa hơn là sự hợp tác từ cộng đồng quốc tế. Do đó, Nhật Bản cần chú ý nhiều hơn trong việc chuyển trọng tâm quyền lực mềm từ góc nhìn mang tính chủ quan sang góc nhìn khách quan của các chủ thể quốc tế khác nhau [42, tr. 37-43]. Sự thay đổi góc nhìn này sẽ tác động mạnh mẽ đến chiến lược xây dựng hình ảnh quốc gia trong tương lai, đi từ sự quảng bá một chiều của chính phủ Nhật Bản sang sự đóng góp đa chiều của công chúng quốc tế. Hình ảnh nước Nhật sẽ không còn là những câu chuyện sáo mòn, cũ kỹ chỉ với các biểu tượng quen thuộc như Kimono, Sushi, Samurai, Geisha,... mà là các sáng tạo mới có được từ sự lai tạo (hybridization) hay bản địa hóa (localization) với các nền văn hóa khác nhau. Sự đối thoại với các nền văn hóa sẽ kiến lập nhiều hình ảnh về nước Nhật Bản, luôn vận động, mới lạ và phong phú. Trong dòng chảy của những xu thế mới định hình bởi công nghệ thông tin, sự tư nhân hóa và cá thể hóa các sản phẩm văn hóa, quyền lực mềm của nước Nhật chờ đón sự tham gia một cách cởi mở từ mọi công dân toàn cầu, những người yêu thích và mong muốn khám phá, tìm hiểu về đất nước Mặt Trời mọc.

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Tác giả cam kết không có xung đột lợi ích liên quan tới nghiên cứu này.

ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

Nội dung bài viết là một phần kết quả của nghiên cứu trong thời gian nghiên cứu Nhật Bản. Tác giả đã thu thập dữ liệu thông qua nghiên cứu tài liệu và nghiên cứu thực tế tại Nhật Bản. Tác giả dịch tài liệu, liên hệ gửi và chỉnh sửa bài viết.

PHỤ LỤC

Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến các chuyên gia tham gia phỏng vấn như sau:

1/ Giáo sư ITO Go

Đại học Meiji, Tokyo

Chuyên ngành: Quan hệ quốc tế; Phân tích chính sách đối ngoại; Quan hệ quốc tế của khu vực châu Á - Thái Bình Dương; Quan hệ tam giác Trung Quốc - Hoa Kỳ - Nhật Bản.

Thông tin liên lạc: goito@meiji.ac.jp

2/ Ông INAMI, Kazumi

Chuyên viên cao cấp của Japan Foundation, Tokyo, Nguyên Giám đốc của The Japan Foundation Centre for Cultural Exchange tại Việt Nam.

Thông tin liên lạc: kazumi_inami@jpf.go.jp

3/ Bà Chiho HORIUCHI-RADJAI

Chuyên viên cao cấp của Japan House, thuộc Bộ Ngoại Giao Nhật Bản, Tokyo.

Thông tin liên lạc: chiho.horiuchi@mofa.go.jp

4/ Ông Jiro Sato

Tổng thư ký của ASJA (Asia Japan Alumni) International, Tokyo.

Thông tin liên lạc:

169-0074

3-22-7 Kita-Shinjuku, Shinjuku-ku, Tokyo Incorporated Administrative Agency Japan Student Services Organization Tokyo Japanese Language Education Center

TEL.03-5338-1285

FAX.03-5338-1286

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nye JS. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs. 2004;
2. Joseph N. China's Soft Power Deficit To catch up, its politics must unleash the many talents of its civil society. The Wall Street Journal. 2012;Available from: <https://www.wsj.com/articles/SB1000142405270230445110457389923098678842>.
3. Tuấn LM. Triết lý chữ Hòa. Hà Nội: NXB Phương Đông. 2011;p. 7.
4. Toh G. Nhật Bản nhìn từ góc độ Nhân học văn hóa. TP.Hồ Chí Minh: NXB Đại học Quốc gia TP.Hồ Chí Minh. 2015;p. 42-65.
5. Sanematsu K. Wa: Origin and Essence of the Idea of Japanese Harmony. The journal of applied sociology, No.60, Departmental Bulletin Paper of Rikkyo university repository, pp. 171-190. (Tham khảo từ tiếng Nhật với sự hỗ trợ dịch thuật của Tiến sĩ Nguyễn Thị Hoài Châu, Khoa Nhật Bản học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, TP. Hồ Chí Minh). 2018;.
6. Đoàn Lê Giang. Nho giáo Nhật Bản và Nho giáo Việt Nam. Khoa văn học ngôn ngữ. 2009;Available from: http://khoaanhoc-ngonngu.edu.vn/home/index.php?option=com_content&view=article&id=352:nho-giao-nht-bn-va-nho-giao-vit-nam&catid=72:hi-ngh-khoa-hc-han-nom&Itemid=146.
7. Takeo Doi. Giải phẫu sự phụ thuộc. Hà Nội: NXB Tri Thức. 2008;p. 37-73.
8. Trompenaer F, Hampden-Turner C. Chinh phục các làn sóng văn hóa. Hà Nội: Nhà xuất bản Tri thức. 2006;p. 95-106.
9. Takahashi Y. Quản trị kinh doanh học và quản trị doanh nghiệp tại Nhật Bản. Hà Nội: Nhà xuất bản Tri Thức. 2009;p. 141-179.
10. Gakumonsusume. Keiretsu và sự thần kỳ châu Á. 2015;Available from: <https://gakumonsusume.wordpress.com/2015/11/07/keiretsu-%E7%B3%BB%E5%88%97-va-su-than-ky-chau-a/>.
11. Stiglitz JE, Yusuf S. Nhìn lại sự thần kỳ của các nước Đông Á. Hà Nội: NXB Từ điển Bách khoa. 2009;p. 405-428.
12. Benedict R. Hoa cúc và gươm. Hà Nội: NXB Hồng Đức. 2015;p. 384-408.
13. (Nhóm tác giả) Đại học Keitaku - Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh. (2014). Kinh tế và đạo đức thời hiện đại. Hà Nội: NXB Khoa học xã hội;p. 15-56.
14. Doi T. Giải phẫu cái tự ngã, Cá nhân chơi với xã hội. Hà Nội: NXB Tri Thức. 2008;p. 67-80.

15. Akira I. Ngoại giao Nhật Bản - Sự lựa chọn của Nhật Bản trong thời đại Toàn cầu Hóa. Hà Nội: NXB Tri Thức. 2012;p. 20–21–285–298.
16. Louis M. Japan's Decision for War. U.S. Army Center Of Military History. 2018; Available from: https://history.army.mil/books/70-7_04.htm.
17. Schlichtmann K. Article Nine in Context - Limitations of National Sovereignty and the Abolition of War in Constitutional Law. The Asia Pacific Journal. Retrieved from . 2009; Available from: <https://apjif.org/-Klaus-Schlichtmann/3168/article.html#sthash.6iVJNGnx.dpuf>.
18. Droubie P. Japan's Rebirth at the 1964 Tokyo Summer Olympics. 2008; Available from: http://aboutjapan.japansociety.org/content.cfm/japans_rebirth_at_the_1964_tokyo_summer.
19. Bộ Ngoại giao Việt Nam. Tài liệu cơ bản về Nhật Bản và quan hệ Việt Nam - Nhật Bản. 2014; Available from: http://www.mofahcm.gov.vn/vi/mofa/cn_vakv/ca_tbd/nr040818111106/ns140708192556.
20. Lục NT. Kỷ yếu hội thảo khoa học: 40 năm quan hệ Việt Nam - Nhật Bản. TP. HCM: NXB Tổng Hợp TP.HCM. 2014;p. 117–128.
21. Watanabe Y, McConnell DL. Soft power superpowers: cultural and national assets of Japan and the United States. London: Routledge Taylor & Francis Group. 2015;p. 224–235. Available from: <https://doi.org/10.4324/9781315700700>.
22. Haddad WW. Japan, the Fukuda Doctrine, and ASEAN. Contemporary Southeast Asia. 1980;2(1):10–29. Available from: <https://doi.org/10.1355/CS2-1B>.
23. Koga K. Transcending the Fukuda Doctrine Japan, ASEAN, and the Future of the Regional Order. 2017;p. 1–5. Available from: https://csis-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/170401_Japan_SEAsia.pdf.
24. Miguel ED. Japan and Southeast Asia: From the Fukuda Doctrine to Abe's Five Principles. UNISCI Discussion Papers. 2013;p. 99–116. Available from: <https://revistas.ucm.es/index.php/UNIS/article/viewFile/44792/42219>.
25. Điệp NH. Học thuyết Fukuda: Một góc nhìn từ phía các nước ASEAN". Viện nghiên cứu Đông Bắc Á. 2012; Available from: <http://www.inas.gov.vn/291-hoc-thuyet-fukuda-mot-goc-nhin-tu-phia-cac-nuoc-asean.html>.
26. Japan Foundation. About Us. (n.d.); Available from: <https://www.jpff.go.jp/e/about/index.html>.
27. Hashimoto K. Japanese Language and Soft Power in Asia. Singapore: Springer. 2017;p. 1–13. Available from: https://doi.org/10.1007/978-981-10-5086-2_1.
28. Japan House. JAPAN HOUSE: Project Vision; Available from: <https://www.japanhouse.jp/en/what/>.
29. ASJA International. ASJA International: About ASJA; Available from: <https://asja.gr.jp/en/asja/>.
30. Monocle. Soft Power Survey 2018/19. 2018; Available from: <https://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2018-19/>.
31. Portland. The Soft Power 30 - Ranking. 2018;p. 42–43. Available from: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2018/07/The-Soft-Power-30-Report-2018.pdf>.
32. Elcano RI. Elcano Global Presence Report 2018. (PDF). 2018;p. 20. Available from: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/897b80cc-47fa-4130-9c3d-24e16c7f0a66/Global_Presence_2018.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=897b80cc-47fa-4130-9c3d-24e16c7f0a66.
33. Portland. The Soft Power 30 - Ranking. 2018;p. 42–45. Available from: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2018/07/The-Soft-Power-30-Report-2018.pdf>.
34. Portland. The Soft Power 30 Ranking - Japan. 2018; Available from: <https://softpower30.com/country/japan/>.
35. Mesheriakov AN. Là người Nhật, Lịch sử, Thi ca và Kịch bản học qua hành trình chế độ toàn trị. Hà Nội: NXB Tri Thức. 2016;p. 11–21.
36. Lợi HM. Đối sách của các quốc gia và vùng lãnh thổ ở Đông Bắc Á về sự gia tăng quyền lực mềm. Hà Nội: NXB Khoa học Xã Hội. 2013;p. 40–48.
37. Shuji T (translated by Matt Treyvaud). The Japanese Sense of Beauty. Tokyo: Japan Publishing Industry Foundation for Culture (JPIC). 2018;p. 88–112.
38. Anh NP. Chiến lược quảng bá sức mạnh mềm của Nhật Bản và kinh nghiệm đối với Việt Nam. Lý luận chính trị. 2016; Available from: <http://www.lyluanchinhtri.vn/home/index.php/bai-noi-bat/item/1498-chien-luoc-quang-ba-suc-manh-mem-cua-nhat-ban-va-kinh-nghiem-doi-voi-viet-nam.html>.
39. Nhiều tác giả. Cẩm nang của Routledge về văn hóa và xã hội Nhật Bản. NXB Thế giới. 2020;
40. Minh PB. Đường lối chính sách đối ngoại Việt Nam trong giai đoạn mới. NXB Chính trị quốc gia. 2011;
41. Liên hiệp các Hội Khoa học và Kỹ thuật Việt Nam. Bài phỏng vấn Joseph Nye: Việt Nam có nhiều lợi thế tạo "sức mạnh mềm". 2008; Available from: <http://vusta.vn/chitiet/hop-tac-doi-tac/Viet-Nam-co-nhieu-loi-the-tao-suc-manh-mem-608>.
42. Snow N. Japan's Information War (First edition). Scotts Valley, California, United States: CreateSpace Independent Publishing Platform. 2016;p. 37–43.

Japan's perception and use of the soft power in international relations

Tran Nguyen Khang*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

Power or the ability to influence other actors has always been a topic of great interest in international relations. In the context of globalization with the connection between countries in close correlation and interdependence, the nature of power has changed significantly. According to Professor Joseph Nye (Harvard University), power gradually shifts the focus from the classical form of coercion and bribery to the use of attraction and persuasion. The ability to gain what you want through attraction and persuasion, with cultural, political, and diplomatic values, is called "soft power" by Joseph Nye. By using the concept of the soft power as the research orientation, the article analyzes the case of Japan in achieving positive influences in international relations. Through conducting field surveys and expert interviews, the study provides the analysis on Japan's perceptions and practice in the use of the soft power. Japan has effectively used the internal strength as well as promoted the external advantages to form a solid position of the soft power in the world. From the lessons of Japan's experience, the study offers some suggestive discussions about the development of the soft power for Vietnam.

Key words: soft power, Japan, cultural diplomacy, public diplomacy

The University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM, Vietnam

Correspondence

Tran Nguyen Khang, The University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM, Vietnam

Email: nguyenkhang2001@gmail.com

History

- Received: 15/7/2021
- Accepted: 08/12/2021
- Published: 30/12/2021

DOI : [10.32508/stdjssh.v5i4.689](https://doi.org/10.32508/stdjssh.v5i4.689)



Copyright

© VNU-HCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Khang T N. Japan's perception and use of the soft power in international relations. *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 5(4):1374-1383.