



## NGOẠI GIAO CÔNG CHÚNG VÀ SỰ TRỖI DẬY CỦA QUYỀN LỰC MỀM TRUNG QUỐC

**Nguồn:** Yiwei Wang (2008). “Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power”, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616, pp. 257-273.

**Biên dịch:** Nguyễn Thị Kiều Phương | **Hiệu đính:** Nguyễn Thành Trung

*Những năm gần đây, Trung Quốc đã tìm cách bổ sung quyền lực cứng truyền thống của mình bằng quyền lực mềm, do đó chính phủ Trung Quốc ngày càng quan tâm hơn đến chính sách ngoại giao công chúng. Chính phủ Trung Quốc trước đây hiểu biết hạn chế về chính sách ngoại giao công chúng, xem đó như là hoạt động tuyên truyền đối ngoại hoặc một hình thức của quan hệ công chúng trong nước, nhưng điều này không ngăn Trung Quốc trở thành một chủ thể có kỹ năng ngoại giao công chúng tốt. Các khía cạnh chủ chốt trong chính trị và văn hóa truyền thống của Trung Quốc đã cho thấy những trở ngại lớn đối với chính sách ngoại giao công chúng của đất nước này. So với Hoa Kỳ, Trung Quốc cần phải có chiến lược ngoại giao công chúng hiệu quả và lâu dài cũng như cải thiện các kỹ năng nhằm tận dụng tối đa các phương tiện truyền thông hiện đại. Sự trỗi dậy hòa bình/chính sách phát triển hòa bình trong đại chiến lược của Trung Quốc đã tìm cách tích hợp quyền lực cứng và quyền lực mềm để tạo ra sự trỗi dậy mềm cho Trung Quốc.*

Vào tháng 2/2007, Joshua Cooper Ramo, một chuyên gia phân tích phương Tây sống ở Trung Quốc hiểu rõ những vấn đề xung quanh sự phát triển của Trung Quốc trên trường quốc tế, đã phát biểu “mối đe dọa chiến lược lớn nhất của Trung Quốc hiện nay là hình ảnh quốc gia của mình”. Trong một báo cáo có tiêu đề *Thương Hiệu Trung Quốc*, ông đã đưa ra cái được gọi là vấn đề “chủ quyền hình ảnh” đối với Trung Quốc. Các nhà phân tích khác cũng đã đưa ra kết luận như Ramo. Trong thực tế, những năm gần đây, chính sách ngoại

giao công chúng đã chuyển từ một khái niệm xa lạ thành một chủ đề nóng đối với nhiều học giả Trung Quốc. Ngày càng nhiều sinh viên tốt nghiệp chọn chính sách ngoại giao công chúng làm đề tài luận văn, trong khi báo chí Trung Quốc thường xuyên bàn luận về chủ đề này. Hầu hết các tranh luận tập trung vào hình ảnh của Trung Quốc và sự cần thiết thay đổi “thuyết mối đe dọa Trung Quốc”. Khái niệm quyền lực mềm được các học giả, quan chức và giới báo chí sử dụng ngày càng rộng rãi. Ví dụ, sách trắng 2007 của Bộ Ngoại giao Trung Quốc đã làm nổi bật tầm quan trọng của quyền lực mềm; Báo cáo Đại hội Đảng Cộng Sản Trung Quốc lần thứ 17 đã chủ trương “đề cao văn hóa như một phần quyền lực mềm của quốc gia nhằm đảm bảo hơn cho lợi ích và quyền lợi văn hóa cơ bản của người dân” (Hu 2007). Đây là lần đầu tiên cơ quan quyền lực nhà nước cấp cao nhất đưa ra một văn kiện thúc đẩy “quyền lực mềm”. Những năm gần đây, rất ít thuật ngữ quan hệ quốc tế phương Tây đi sâu và rộng vào kho từ vựng tiếng Trung như vậy.<sup>1</sup>

Cuối năm 2006, Ngô Hữu Phú (Wu Youfu), Phó Chủ tịch Hiệp hội Quan hệ Công chúng Thượng Hải và Hiệu trưởng của Đại học Ngoại ngữ Thượng Hải, đã đề nghị Trung Quốc nên sử dụng gấu trúc làm biểu tượng quốc gia thay cho rồng. Việc làm này ngay lập tức làm dấy lên những chỉ trích lẫn các tranh luận sôi nổi giữa người Trung Quốc đại lục lẫn hải ngoại.<sup>2</sup> Nền tảng cho cuộc tranh luận nằm ở giả định của Trung Quốc cho rằng các khái niệm của Trung Quốc quá cụ thể về phương diện văn hóa đến nỗi người nước ngoài không thể hiểu chính xác. Dòng quan điểm chính về quan hệ quốc tế đang bị phương Tây chi phối do đó có lập luận cho rằng nếu chính phủ Trung Quốc thể hiện mình bằng ngôn ngữ quốc tế thông thường thì sẽ đánh mất bản chất Trung Quốc và bị người dân phê phán là quá Tây hóa. Điều này rất giống với vấn đề mà Karl Marx đã nhìn thấy ở những nông dân Pháp thế kỷ XIX: “họ không thể tự đại diện cho mình, họ phải bị đại diện” (Marx 1852). Trung Quốc đã thể hiện sự quan tâm sâu sắc đối với chính sách ngoại giao công chúng và quyết tâm học cách nâng cao quyền lực mềm và thể hiện mình với thế giới một cách tích cực. Trớ trêu thay, về phần mình, thế giới lại đang mở rộng sự quan ngại đối với sự trỗi dậy của Trung Quốc và quan tâm đến không chỉ quyền lực cứng mà cả quyền lực mềm đang gia tăng của nước này.

Bài viết này được chia thành bốn phần. Phần đầu tập trung vào chính sách ngoại giao công chúng theo cách hiểu của Trung Quốc. Phần này sẽ phân tích nhận thức đúng đắn và sai lầm của Trung Quốc về ngoại giao công chúng và đặc biệt cách mà lịch sử và văn hóa Trung Quốc hình thành nhận thức về quyền lực mềm và ngoại giao công chúng. Phần hai tập trung vào chiến lược ngoại giao công chúng của Trung Quốc, từ tư duy chiến lược nền tảng của Trung Quốc đến mối bận tâm hiện tại đối với nhiệm vụ tạo điều kiện cho sự trỗi dậy hòa

---

<sup>1</sup> Alex Berkofsky của tờ *Asia Times* đã lưu ý, “Tuy nhiên, quyền lực mềm của Trung Quốc hầu như không có gì liên quan với khái niệm quyền lực mềm gốc mà TS Joseph Nye đưa ra vào năm 1990.” Xem Alex Berkofsky, “China: The Hard Facts on Soft Power,” *Asia Times*, May 25, 2007; xem thêm Alex Berkofsky, “The Hard Facts on ‘Soft Power’”, PacNet, no. 26, May 31, 2007.

<sup>2</sup> Xem <http://book.qq.com/a/20061205/000034.htm> (theo khảo sát, 90% người Trung Quốc chống lại việc không dùng rồng làm biểu tượng quốc gia nữa).

binh của Trung Quốc. Phần ba đề cập xa hơn chính sách ngoại giao công chúng và tập trung vào đại chiến lược trỗi dậy hòa bình của Trung Quốc. Phần bốn cố gắng tích hợp quyền lực mềm và ngoại giao công chúng, tập trung vào thực tiễn và chiến lược ngoại giao công chúng của Trung Quốc. Chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc đã cố gắng chuyển sự trỗi dậy của Trung Quốc từ quyền lực cứng sang quyền lực mềm. Nói cách khác, Trung Quốc hi vọng trỗi dậy trong hòa bình, do hòa bình và vì hòa bình. Nhiệm vụ lâu dài của chính sách ngoại giao công chúng Trung Quốc là cho thế giới biết chính xác cách Trung Quốc sẽ sử dụng quyền lực của mình như thế nào sau khi hoàn tất sự trỗi dậy của mình.

## 1. Nhận thức của Trung Quốc về ngoại giao công chúng

“Ngoại giao công chúng” là một khái niệm ngoại nhập tại Trung Quốc. Người Trung Quốc sử dụng thuật ngữ *đối ngoại tuyên truyền* (*duiwai xuan chuan*) hay *ngoại tuyên* (*waixuan*) và nhấn mạnh việc quảng bá những thành tựu của Trung Quốc và đưa hình ảnh quốc gia ra nước ngoài. Không giống như cách dịch trong tiếng Anh, *xuanchuan* (tuyên truyền) trong tiếng Hoa có ẩn ý tích cực liên quan đến các hoạt động cơ bản là ôn hòa như phát hành báo chí, định hình khái quát hệ tư tưởng hay thậm chí là quảng cáo. *Xuanchuan* có hai mức hiểu: *neixuan* (nội tuyên: tuyên truyền nội bộ) và *waixuan* (ngoại tuyên: tuyên truyền đối ngoại), nghĩa là quảng bá hình ảnh Trung Quốc ra nước ngoài. Trong khi hệ thống tuyên truyền quốc gia rất mạnh và có ảnh hưởng ở Trung Quốc thì ngoại giao công chúng của Trung Quốc tương đối yếu. Một trong những nguyên nhân của vấn đề này là chính phủ Trung Quốc đã pha trộn tuyên truyền nội bộ với tuyên truyền đối ngoại. Hơn nữa, người Trung Quốc hiểu ngoại giao công chúng bằng cách nhấn mạnh tầm quan trọng của ngoại giao nhân dân (*minjian waijiao*). Trong ngữ vựng của Trung Quốc, khái niệm ngoại giao đi liền với một khái niệm then chốt khác, đó là *waishi* (ngoại sự). Tất cả các loại tổ chức quyền lực ở Trung Quốc đều có một bộ phận đối ngoại. Câu nói nổi tiếng của Chu Ân Lai, ngoại sự vô tiểu sự (*waishi wu xiaoshi*: không có vấn đề nào là nhỏ trong công tác đối ngoại) vẫn là kim chỉ nam cho ngoại giao đoàn của Trung Quốc. Hơn thế nữa, thực tiễn ngoại giao công chúng của Trung Quốc- cũng giống như của Pháp- nhấn mạnh cách thức trao đổi văn hóa/ ngoại giao văn hóa hơn là cách thức ngoại giao truyền thông theo kiểu Mỹ. Điều này phần lớn do văn hóa Trung Quốc phát triển cao trong khi phương tiện truyền thông vẫn chưa hội nhập toàn cầu. Năm Văn hóa Trung- Pháp 2004, Năm Quốc gia Trung- Nga 2005 và Năm Hữu nghị Trung- Ấn 2006 là những cột mốc trong ngoại giao văn hóa và trao đổi gần đây.

Trung Quốc ngày càng ý thức hơn về ngoại giao công chúng. Khái niệm ngoại giao công cộng (*gongong waijiao*) xuất hiện lần đầu trong cuốn sách *Ngoại giao ở Nước ngoài [Diplomacy Abroad]* (được biên tập bởi Qipeng Zhou, giáo sư Đại học Ngoại giao Trung Quốc), và khái niệm này được chuyển ngữ từ mục từ “public diplomacy” trong bách khoa toàn thư công pháp quốc tế 1990 (Zhou và Yang 1990). Tiếp theo, Giáo sư Yi Lu đã phân tích khái niệm này trong cuốn sách *Nhập môn Ngoại giao [The General Introduction to*

*Diplomacy*] của ông nhưng lại dịch thuật ngữ này là “ngoại giao công chúng” (*Gong Zhong Wai Jiao*) (Lu 2004). Các học giả Trung Quốc vẫn còn nhầm lẫn giữa “ngoại giao công chúng” và “ngoại giao quần chúng/công dân” bởi vì từ tiếng Anh “public” có thể được dịch sang tiếng Hoa là “không cá nhân” hay “không phân biệt đối xử”. Những vấn đề dịch thuật như vậy không phải là hiếm trong giới khoa học Trung Quốc.

Hoạt động ngoại giao công chúng của Trung Quốc ra đời trước khi có các nghiên cứu như thế và thực sự hình thành vào năm 1983 như là một phần của quá trình “mở cửa và cải cách”, bắt đầu bằng việc tạo ra hệ thống phát ngôn viên tin tức của Trung Quốc. Đầu tiên là Tiền Kỳ Sâm (Qian Qicheng), lúc đó là Vụ trưởng Vụ Thông tin của Bộ Ngoại giao. Sau đó các tổ chức chính phủ khác đã làm theo. Một Văn phòng Thông tin Quốc Vụ Viện (tức Chính phủ) được thành lập vào tháng 1/1991, thúc đẩy hệ thống phát ngôn viên tin tức lên tầm thế chế mới. Chính quyền địa phương cũng chậm chạp noi theo. Mãi đến tháng 6/2003 hệ thống phát ngôn viên địa phương mới được chính quyền Thượng Hải thành lập. Cho đến nay, 31 tỉnh, 74 tổ chức thuộc Quốc Vụ Viện, 7 cơ quan trung ương của Đảng Cộng sản Trung Quốc đã làm theo Thượng Hải và triển khai hệ thống phát ngôn viên của mình. Mặc dù có những nền tảng này nhưng chính phủ Trung Quốc hầu như không nghiêm túc quan tâm đến ngoại giao công chúng mãi đến khi cuộc tấn công khủng bố vào nước Mỹ diễn ra ngày 11/9/2001. Trớ trêu thay, dù bị chỉ trích về chính sách ngoại giao công chúng trên chính đất nước mình và nhiều nơi khác, Hoa Kỳ lại là một hình mẫu chính cho chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc. Ngày 26/9/2003, như một phần của chính sách ngoại giao công chúng đang nổi lên của Trung Quốc, Bộ Ngoại giao đã mời tác giả này thuyết trình về chủ đề “Lý luận và thực tiễn của ngoại giao công chúng” nhằm khởi đầu hàng loạt các hoạt động ngoại giao công chúng do Vụ Hoạch định Chính sách và Vụ Thông tin của Bộ Ngoại giao phối hợp thực hiện.

Ngày 19/03/2004, Phòng Ngoại giao Công chúng được thành lập trực thuộc Vụ Thông tin của Bộ Ngoại giao. Trong buổi tuyên bố thành lập, Trợ lý Bộ trưởng Ngoại giao Trung Quốc Thẩm Quốc Phóng định nghĩa ngoại giao công chúng là một “lĩnh vực rất quan trọng trong công tác ngoại giao”. Theo ông, “mục đích của cơ bản của ngoại giao công chúng là tăng cường trao đổi và tương tác với công chúng nhằm định hướng và đạt được nhận thức cũng như sự ủng hộ của công chúng đối với chính sách đối ngoại” (Bộ Ngoại giao Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa 2004). Bộ trưởng Ngoại giao Lý Triệu Tinh bổ sung “chúng ta đã tích cực tiến hành ngoại giao công chúng bằng cách công khai chính sách và các hoạt động ngoại giao với công chúng Trung Quốc, nhờ đó đạt được sự cảm thông và ủng hộ của họ” (Li 2005). Rõ ràng, trong suy nghĩ của họ “công chúng” có nghĩa là “công chúng Trung Quốc”, và ngoại giao công chúng là cái mà người Mỹ gọi là “quan hệ công chúng”. Sự thay đổi trong cách dùng này không có gì quá xa lạ. Chính phủ Trung Quốc từ lâu đã khẳng định chính sách ngoại giao phải là cánh tay nối dài của chính sách đối nội và nên phục vụ chính trị trong nước.

Sự pha trộn giữa quan hệ công chúng và ngoại giao công chúng có nguồn gốc từ hệ thống chính trị của Trung Quốc. Không có cơ quan phụ trách riêng về ngoại giao công chúng và không có vị trí nào tương đương với chức thứ trưởng phụ trách ngoại giao công chúng và quan hệ công chúng như ở Mỹ. Công việc này được chia sẻ bởi nhiều cơ quan, trong đó có Văn phòng Giao tiếp Quốc tế của Ban Tuyên huấn Ủy ban Trung ương Đảng, Văn phòng thông tin liên lạc quốc tế của Đại hội Đại biểu Nhân dân Toàn Quốc (NPC, gọi tắt là Nhân Đại, tức Quốc hội –NHD) và Hội nghị Hiệp thương Chính trị Nhân dân Trung Quốc (CPPCC, hay gọi tắt là Chính Hiệp), Cục Quan hệ Văn hóa Đối ngoại của Bộ Văn hóa, và Vụ Thông tin của Bộ Ngoại giao.

Chính sách ngoại giao truyền thông của Trung Quốc nhấn mạnh chính trị cấp cao mà bỏ qua chính trị cấp cơ sở. Các quốc gia nước ngoài được hiểu thông qua lăng kính trải nghiệm trong nước của Trung Quốc. Ví dụ, quan chức và công dân Trung Quốc đều cho rằng nếu quan hệ Trung-Mỹ tốt đẹp ở cấp cao nhất thì tất cả người Mỹ sẽ có cảm tình với Trung Quốc. Họ không hiểu trong khi Nhà Trắng có những cử chỉ thân thiện thì Quốc hội Mỹ lại tỏ thái độ thù địch.

Trước thời kỳ mở cửa và cái cách đầu những năm 1980, Trung Quốc đã tách biệt khỏi dòng chảy chính của cộng đồng quốc tế và cách nhìn nhận về quốc tế của nước này phản ánh gần như hoàn toàn nhận thức chính trị trong nước của mình. Về sau, chính trị trong nước vẫn có ý nghĩa to lớn và có lẽ vẫn là một nhân tố chủ đạo. Khác biệt quan trọng nhất giữa phương Tây và Trung Quốc nằm ở môi trường chính trị trong nước, tập trung vào vấn đề hệ thống chính trị đơn đảng, nhân quyền, và tự do báo chí. Các khác biệt lớn khác là vấn đề thống nhất đất nước và bất đồng về tình trạng Đài Loan và Tây Tạng. Trong quá khứ, Trung Quốc thụ động và không muốn thể hiện mình trong xã hội quốc tế. Thời kỳ đó đã qua.

Người Trung Quốc có nhiều nhận thức sai về hình ảnh quốc tế của họ. Các lỗi điển hình (và thường chồng lấn nhau) bao gồm:

1. Trung Quốc cho rằng sức mạnh quốc gia là một chỉ số thể hiện hình ảnh quốc tế: nghĩa là nếu quốc gia này đủ mạnh và đủ lớn thì các quốc gia khác sẽ phải kính trọng. Quan điểm này gặp phải nghịch lý là Thụy Sĩ và các nước Bắc Âu nhỏ và yếu về quân sự nhưng hình ảnh quốc tế của họ vẫn rất tuyệt vời trong khi một cường quốc thống trị như Mỹ lại bị nhìn nhận một cách tiêu cực ở nhiều quốc gia trên thế giới. Các nhà lãnh đạo Trung Quốc khuyến khích việc canh tân đất nước nhưng lại quan tâm nhiều đến tổng sản phẩm quốc nội (GDP) hơn là đạt được quyền lực mềm bởi vì họ cho rằng sự phát triển Trung Quốc bắt nguồn từ tăng trưởng kinh tế thông qua xuất khẩu và đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Quan niệm này có xu hướng khiến cho chính sách ngoại giao của Trung Quốc quá thực dụng. Trung Quốc đã bỏ qua việc nuôi dưỡng các mối quan hệ mật thiết với công chúng bên ngoài, và do đó đem lại cái được gọi là thuyết mối đe dọa Trung Quốc.
2. Trung Quốc đã quan tâm đến vị thế quốc tế trong khi bỏ qua hình ảnh quốc tế. Dưới hệ thống triều cống trước đây, các hoàng đế và triều đình đã tìm cách duy trì thanh thế quốc gia. Ngày nay, danh tiếng bị lơ là.

3. Trung Quốc đã tập trung mở rộng nền kinh tế trên toàn thế giới trong khi bỏ qua văn hóa hoặc - khi văn hóa được xem xét –thì chính phủ Trung Quốc cũng chỉ tập trung vào mở rộng văn hóa truyền thống mà bỏ qua việc nuôi dưỡng xã hội dân sự ở hải ngoại thông qua trao đổi văn hóa.
4. Người Trung Quốc quá khiêm nhường để có thể thúc đẩy hình ảnh Trung Quốc trong xã hội quốc tế.
5. Người Trung Quốc cho rằng thế giới nên tôn kính Trung Quốc vì lịch sử lâu dài và nền văn minh rực rỡ của mình mà quên rằng lịch sử vẻ vang không tự nhiên trở thành ảnh hưởng đương đại.

Những quan niệm sai lầm này cũng phổ biến trong giới lãnh đạo như trong quân chúng. Song song với chúng là những nghịch lý trong quan điểm của phương Tây về Trung Quốc, thể hiện trong các điểm tổng quát sau:

1. Người phương Tây có vẻ thích lịch sử và văn hóa Trung Quốc nhưng không thích Trung Quốc hiện thời bởi vì Trung Quốc của bây giờ được xem là quá chính trị và ít mang màu sắc văn hóa hơn trong suy nghĩ của họ.
2. Người phương Tây có vẻ thích dân tộc Trung Hoa nhưng không thích chính phủ Trung Quốc và Đảng Cộng Sản.
3. Người phương Tây có vẻ thích khái niệm “Trung Quốc” nhưng không thích khái niệm “Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa”, vốn liên quan đến chủ nghĩa cộng sản.
4. Người phương Tây có vẻ thích du lịch và đầu tư vào Trung Quốc nhưng không sẵn sàng sống ở Trung Quốc; nói cách khác, họ dường như hưởng quyền lợi từ sự đi lên của Trung Quốc nhưng không sẵn sàng trả giá cho sự đi lên này, như ô nhiễm chẳng hạn.

Thậm chí nếu có thể loại bỏ một số nhận thức sai lầm về Trung Quốc thì văn hóa Trung Quốc vẫn đặt ra một số trở ngại đáng kể đối với hiệu quả của chính sách ngoại giao công chúng. Vấn đề nằm ở truyền thống đạo đức. Người Trung Quốc thích sự tự vẫn hơn và tìm kiếm sự tự thay đổi bản thân khi muốn thuyết phục hoặc làm người khác thay đổi. Về thế giới quan cơ bản, cách tiếp cận của phương Tây nhìn nhận cá nhân như là đơn vị để mà thông qua đó có thể hiểu thế giới và thường có suy nghĩ theo hướng tuyệt đối, nghĩa là, cái tốt và cái xấu rạch ròi. Bản ngã được xác định thông qua đức Chúa trời; còn tha nhân là kẻ ngoại đạo và là kẻ thù không thể hòa giải. Ngược lại, tư tưởng của Trung Quốc lại đòi hỏi nhiều chủ thể và đề xuất phương pháp giảng hòa với các chủ thể này để có một trạng thái hài hòa. Ở đây, tha nhân có thể trở thành bản ngã. Vì vậy, “triết học phương Tây thừa nhận nguyên tắc khách quan nhưng triết học Trung Quốc thừa nhận nguyên tắc chủ quan” (Zhao 2005). Nói cách khác, diễn ngôn chính trị Phương Tây đặt ra câu hỏi đầu tiên “Bạn là ai?” Điều này liên quan đến vấn đề bản sắc, phân biệt giữa bạn và thù, giữa “chúng ta” và “những người khác”. Đây là thế giới quan dựa trên sự phân hóa. Ngược lại, tư duy chính trị Trung Quốc đặt ra câu hỏi “Chúng tôi là ai?”, tạo ra khái niệm “thế giới như một gia đình”, và nhấn mạnh việc tạo ra sự hài hòa. Kết quả là, mối quan tâm của phương Tây là điều chỉnh và tạo thuận lợi cho cuộc đấu tranh trong khi mối quan tâm của Trung Quốc là có thể cùng tồn tại một cách hài hòa (Zhao 2005).

Cách thức tạo dựng hình ảnh của Trung Quốc bắt đầu từ bên trong hơn là thể hiện ra bên ngoài. Văn hóa tinh thần của Trung Quốc khác văn hóa thể hiện ra ngoài theo kiểu phương Tây. Người Trung Quốc vẽ ra sự khác biệt giữa nội tâm (*neixin*) bên trong và thể diện (*mianzi*) bên ngoài. Hơn thế nữa, cách hiểu “quyền lực” trong văn hóa Trung Quốc làm cho việc tiếp cận ngoại giao công chúng lộn xộn hơn. Suy rộng ra, làm việc với một khái niệm như quyền lực mềm thậm chí càng khó hơn. Trong chính trị phương Tây, thuật ngữ quyền lực chỉ khả năng gây tác động đến thái độ hay hành động của một chủ thể hay tổ chức đối với một chủ thể hay tổ chức khác. Định nghĩa như thế liên quan mật thiết đến lập luận của Darwin xem nhân tố có quyền lực là chủ thể và nhân tố không có quyền lực là đối tượng. Trên thực tế, định nghĩa quyền lực không nên chỉ dựa vào khả năng của chủ thể quyền lực mà còn phải dựa vào mức độ chấp nhận của các đối tượng của quyền lực. Đây là sự khác biệt quan trọng giữa thời đại triều cống cổ xưa của phương Đông với hệ thống quốc tế hiện đại của phương Tây.

Ở Trung Quốc, quyền lực thường được dịch là *Quanli*. Thực ra, trong tiếng Trung Quốc truyền thống, *Quanli* có hai nghĩa cơ bản: “cái cân” (danh từ) hoặc “dĩ nguyên phản kinh” (động từ). Thực tế, *quyền lực (quanli)* luôn gắn liền với quyền thuật (*quanshu: chiến thuật hay chiến lược*). Vì vậy, trong lịch sử, mặc dù trong thời đại Chiến quốc (475-221 TCN) tồn tại sự cân bằng quyền lực nhưng không phải là hệ thống mà là chiến lược (*JunshiShu : thuật quân sự*). Trong triết học, Trung Quốc luôn hiểu quyền lực gắn liền với đạo đức. Rất nhiều trường phái triết học truyền thống của Trung Quốc giải thích mối liên kết này theo những cách khác nhau. Tuân Tử (313-238 TCN) lập luận quyền lực trái ngược với đạo đức (Quân tử dĩ đức, tiểu nhân dĩ lực ; lực giả, đức chi dịch dã : Người quân tử dùng đức, kẻ tiểu nhân dùng lực ; sức lực dùng để cho cái đức sai khiến – NHD), trong khi Khổng Tử (551-478 TCN) khẳng định “trở thành một nhà hiền triết từ bên trong và một hoàng đế từ bên ngoài” (“cai trị kẻ khác và tu dưỡng bản thân, “nội thánh ngoại vương”). Nói cách khác, đạo đức từ bên trong đem lại quyền lực từ bên ngoài. Khổng Tử cho rằng, “kỷ sở bất dục vật thi ư nhân” (Đừng áp đặt những gì chúng ta không muốn lên người khác). Lão Tử (854-770 TCN) dạy rằng “vô vi nhi trị” (cai trị bằng cách không làm gì trái lại tự nhiên); và do đó cũng có thể hiểu là quyền lực đến từ tự nhiên.

Tóm lại, tư duy truyền thống của Trung Quốc về quyền lực cho rằng quyền lực đến từ đạo đức và đạo đức do tự nhiên mà có. Chế độ triều cống truyền thống Trung Quốc gộp chung quyền lực với đạo đức. Trong tư duy truyền thống Trung Quốc, không có khái niệm quốc gia, quốc gia dân tộc, chủ quyền, hay hệ thống quốc tế nhưng lại có ý niệm “Thiên hạ” (*tianxia*). Không có một Machiavelli Trung Quốc để có thể phân tách quyền lực và đạo đức. Vì vậy không khó để hiểu tại sao có thể lập luận rằng “không có lý luận quan hệ quốc tế Trung Quốc” (Wang 2005).

## 2. Thực tiễn ngoại giao công chúng của Trung Quốc

Trỗi dậy đòi hỏi Trung Quốc phải suy tính về mặt quyền lực mềm, do đó chính phủ Trung Quốc ngày càng quan tâm đến chính sách ngoại giao công chúng hơn. Trong Hội thảo học thuật về Ngoại giao công chúng của Trung Quốc, khai mạc vào ngày 19/03/2004, Trung Quốc đã đưa ra một chiến lược ngoại giao công chúng mới. Mục tiêu ngoại giao công chúng của Trung Quốc là phải làm tròn hai vai trò - một là thực hiện chức năng tư duy chiến lược khôn ngoan và lý do phòng vệ, và một là nhiệm vụ cấp bách tạo điều kiện thuận lợi để gia tăng quyền lực mềm. Trung Quốc đang tìm kiếm con đường phát triển hòa bình. Cần phải thay đổi cách nhìn của quốc tế đối với Trung Quốc, khắc phục cái được gọi là mối đe dọa Trung Quốc và làm cho thế giới chấp nhận sự trỗi dậy của Trung Quốc. Chính sách ngoại giao của Trung Quốc đã vượt xa mô hình ngoại giao truyền thống vốn tập trung vào giao thiệp giữa chính phủ với chính phủ. Chính phủ Trung Quốc cũng cần phải bắt đầu chính sách ngoại giao công chúng để gắn kết với xã hội dân sự hải ngoại.

Thừa nhận điều này, phát biểu tại Hội nghị Đặc phái viên ngoại giao của Trung Quốc ở ngoài nước lần thứ 10 được triệu tập tại Bắc Kinh ngày 30/08/2004 để xác định chiến lược ngoại giao giữa nhiệm kỳ của quốc gia, Chủ tịch Hồ Cẩm Đào nhấn mạnh rằng:

Nhiệm vụ chủ yếu và mục tiêu cơ bản trong công tác ngoại giao của Trung Quốc hiện tại và trong những năm tới là duy trì thời kỳ phát triển quan trọng đặc trưng bởi các cơ hội chiến lược và nỗ lực vì một môi trường quốc tế hòa bình và ổn định, một môi trường láng giềng thân thiện, một môi trường hợp tác bình đẳng và cùng có lợi, và một môi trường quảng bá thân thiện và khách quan để xây dựng một xã hội thịnh vượng toàn diện (Nhân dân Nhật báo 2004).

Đây là lần đầu tiên một nhà lãnh đạo Trung Quốc phát biểu rằng “một môi trường quảng bá thân thiện và khách quan” là mục tiêu chủ yếu trong chính sách đối ngoại của Trung Quốc. Khẳng định này đem đến cho các nhà ngoại giao Trung Quốc một nền tảng để hiểu ngoại giao công chúng ở cấp độ chiến lược. Từ đó, mong muốn hình thành một môi trường đối ngoại thuận lợi đã trở thành nhiệm vụ chính cho chính sách đối ngoại của Trung Quốc.

Ngoại giao công chúng của Trung Quốc không phải là không có lợi thế nào. Đầu tiên, sự phát triển kinh tế và chính trị nhanh chóng của Trung Quốc đã thu hút được sự quan tâm của thế giới. Ngày càng nhiều nước khuyến khích và chào đón Trung Quốc trở thành một thành viên có trách nhiệm trong hệ thống quốc tế; ngày càng nhiều người đến tham quan và sinh sống tại Trung Quốc, bao gồm cả các chuyên gia truyền thông nước ngoài. Học viện Khổng Tử báo cáo rằng số lượng người nước ngoài học tiếng Trung Quốc ngày càng tăng. Đồng thời, Trung Quốc cũng có nhiều nguồn đầu tư vào ngoại giao công chúng; ví dụ, ngân sách viện trợ nước ngoài của Trung Quốc trong năm 2006 đã tăng thêm 14% lên 1,1 tỉ USD.

Thứ hai, Trung Quốc có lợi thế dân số khổng lồ. Trung Quốc có thể gửi hàng ngàn giáo viên dạy tiếng Hoa đến hàng trăm Học viện Khổng Tử trên thế giới. Trung Quốc cũng



có thể gửi hàng trăm cảnh sát cho lực lượng gìn giữ hòa bình của Liên Hiệp Quốc. Là một trong năm thành viên thường trực của Hội đồng Bảo an Liên Hiệp Quốc, Trung Quốc đã đóng góp quân đội cho lực lượng gìn giữ hòa bình của Liên Hiệp Quốc nhiều nhất. Chỉ tính ở Liberia đã có 600 cảnh sát Trung Quốc trong đội quân gìn giữ hòa bình của Liên Hiệp Quốc. Bên cạnh sứ mệnh gìn giữ hòa bình của Liên Hiệp Quốc, cảnh sát Trung Quốc còn tình nguyện giúp đỡ người dân địa phương, chiếm được cảm tình của người dân Liberia (*The Economist* 2006).

Thứ ba, Trung Quốc có một chính phủ mạnh và nguồn lực chính trị, kinh tế và văn hóa dồi dào. Do coi trọng ngoại giao công chúng nên không sớm thì muộn Trung Quốc cũng sẽ thành công trong việc tổ chức ngoại giao công chúng. Cụ thể, Trung Quốc có quan hệ hữu nghị với các nước đang phát triển ở châu Á, châu Phi và châu Mỹ Latinh. Thành công trong Hội nghị thượng đỉnh Trung Quốc - Châu Phi vào tháng 11-2006 với sự tham gia của những người đứng đầu chính phủ hoặc đại diện của họ từ 48 trong số 53 nước Châu Phi cho thấy khi Trung Quốc đã sửa đổi chính sách ngoại giao từ cách tiếp cận hướng đến xuất khẩu/ đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) thành cách tiếp cận tập trung vào nhập khẩu/ quyền lực mềm, thế giới sẽ dễ tiếp nhận hơn.

Trung Quốc dự định sẽ xem Thế vận hội Olympic 2008 lẫn Hội chợ triển lãm thế giới Expo Thượng Hải 2010 là cơ hội để triển khai chính sách ngoại giao công chúng và thúc đẩy Thương hiệu Trung Quốc. Như Đại sứ Expo Chu Hán Dân đã phát biểu trong một cuộc phỏng vấn “Ngoại giao công chúng là gì? Rất đơn giản. Có hai lý do để thu hút các quốc gia khác tham dự triển lãm. Một là để nhiều người biết về chúng ta hơn. Hai là để mọi người thích chúng ta” (Hang 2002).

Tuy nhiên, bên cạnh cơ hội và thuận lợi, chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc cũng phải vượt qua những khó khăn và thách thức lớn.

Đầu tiên, trong khi hệ thống chính trị Trung Quốc hoạt động theo nguyên tắc tập trung dân chủ, thì quyền lực ngoại giao của Trung Quốc lại không tập trung được như vậy. Hệ thống ngoại giao Trung Quốc phức tạp với nhiều phòng ban và nhóm. Thực hiện ngoại giao công chúng một cách chiến lược và dài hạn không hề dễ dàng. Văn phòng ngoại giao trung ương (Zhongyang Waibai) chỉ đơn thuần điều phối việc hoạch định chính sách, trong khi Tổ tuyên truyền đối ngoại trung ương của Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc không hoạt động theo định kỳ. Vì vậy, dù nhiều cơ quan hiểu được tầm quan trọng của chính sách ngoại giao công chúng nhưng mỗi cơ quan lại có cách làm riêng. Ví dụ, Bộ Văn hóa tập trung vào ngoại giao văn hóa; Văn phòng Thông tin thuộc Quốc vụ viện và Bộ Ngoại giao lại phụ trách ngoại giao truyền thông; Ban Đối Ngoại Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc (IPCPC) phụ trách ngoại giao đảng và ngoại giao công chúng đối với các nước xã hội chủ nghĩa; Văn phòng Hội đồng Hoa ngữ Quốc tế (Hán Bại/ Hanban), tập hợp 12 cơ quan thuộc các bộ, phụ trách xây dựng các Học viện Khổng Tử trên toàn thế giới. Với một chính phủ vốn mạnh mẽ nhưng xã hội lại yếu, Trung Quốc không giỏi sử dụng các

nguồn lực từ các tổ chức phi chính phủ (NGOs) và các công ty xuyên quốc gia để thi hành chính sách ngoại giao công chúng tích hợp.

Hơn nữa, Trung Quốc cần phải tận dụng phương tiện truyền thông của chính mình để tiến hành ngoại giao truyền thông. Ở Trung Quốc, Ban Tuyên giáo Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc, Văn phòng Thông tin của Quốc Vụ Viện, Vụ Thông tin của Bộ Ngoại giao, Tân Hoa Xã, Đài phát thanh Quốc tế Trung Quốc, kênh tiếng Anh của Đài truyền hình trung ương Trung Quốc (CCTV-9) và Trung Hoa Nhật báo bằng tiếng Anh (China Daily), cũng như các cơ quan khác, sử dụng mọi cách để cho thế giới thấy được sự phát triển và chính sách của Trung Quốc và giúp khán thính giả nước ngoài hiểu về Trung Quốc. Tuy nhiên, “do thiếu khả năng cạnh tranh vì những hạn chế nghiêm ngặt của chính phủ, cho nên các phương tiện truyền thông đại chúng của Trung Quốc sẽ mất nhiều thời gian trước khi có thể lôi kéo được khán thính giả nước ngoài” (Rumi 2004). Mặt khác, Trung Quốc cũng cần tận dụng tối đa truyền thông nước ngoài để triển khai ngoại giao công chúng. Trung Quốc mới chỉ cho phép truyền thông nước ngoài phỏng vấn các cá nhân và tổ chức mà không cần chính quyền Trung Quốc cấp phép từ năm 2007, khi chuẩn bị cho Thế vận hội Olympic.<sup>3</sup>

Thứ hai, Trung Quốc phải đối mặt với sự bá quyền diễn ngôn vì hầu hết các tin tức thế giới đều được thể hiện trong khuôn khổ khái niệm và ý thức hệ của phương Tây và bị các phương tiện truyền thông bằng tiếng Anh chi phối. Trung Quốc tận hưởng quyền lực văn hóa và kinh tế nhưng không thể kiểm soát việc truyền thông phương Tây miêu tả nước này như thế nào. Ví dụ, việc Trung Quốc dính dáng tới chế độ Robert Mugabe ở Zimbabwe đã bị chỉ trích rộng rãi trên các phương tiện truyền thông phương Tây (Pan 2006). Quan hệ hữu hảo của Trung Quốc với chính phủ Sudan (mặc cho cuộc khủng hoảng ở Darfur) đã thúc đẩy một số nhóm kêu gọi tẩy chay Thế vận hội Olympics Bắc Kinh.<sup>4</sup> Như Rawnsley (2007) đã chỉ ra, “Ngoại giao văn hóa và kinh tế không dễ dàng hay nhất thiết chuyển thành việc hiện thực hóa các mục tiêu chính sách đối ngoại”. Người Trung Quốc khao khát thành công nhanh chóng, lợi ích tức thì và tập trung vào ý tưởng chiến thắng nhờ may mắn, một vòng quay xúc xắc may mắn. Những hành vi thiếu cần như vậy liên quan đến chủ nghĩa thực dụng của Trung Quốc trong suốt thời kỳ cải cách và mở cửa, xem lợi ích kinh tế là mục tiêu chính của chính sách đối ngoại. Chúng cũng được thể hiện trong thực tiễn ngoại giao công chúng của Trung Quốc. Ví dụ, bất chước Viện Goethe và tổ chức Alliance Francaise, Hán Bản (Hanban) ban đầu cố gắng thành lập 100 Học viện Khổng Tử trên thế giới. Họ đã nhanh chóng vượt chỉ tiêu. Học viện Khổng Tử đầu tiên được thành lập ở Seoul vào tháng 11/2004; đến ngày 11/12/2007, 210 viện được thành lập ở 64 quốc gia và khu vực. Hán Bản (Hanban) thông báo sẽ tăng gấp 4 lần số người nước ngoài học tiếng Hoa lên 100 triệu vào năm 2010,<sup>5</sup> mà không quan tâm đến việc nguồn cung của Trung Quốc không thể đáp ứng nhu cầu của

<sup>3</sup> Xem [http://www.olympic.cn/news/olympic\\_comm/2007-11-07/1300603.html](http://www.olympic.cn/news/olympic_comm/2007-11-07/1300603.html) và <http://en.beijing2008.cn/media/>

<sup>4</sup> Xem <http://www.thepetitionsite.com/4/boycott-the-2008-beijing-olympics>.

<sup>5</sup> Xem [http://www.hanban.edu.cn/en\\_hanban/kzxy.php](http://www.hanban.edu.cn/en_hanban/kzxy.php)

thế giới. Các nhà phê bình đã cảnh báo việc làm quá sức này; họ lo lắng các vấn đề về chất lượng và ảnh hưởng phụ của những kế hoạch như thế và kêu gọi nên đặt ra các mục tiêu thiết thực hơn (Wang 2007).

Thứ ba, phẩm chất và ý tưởng của các nhà ngoại giao Trung Quốc cần phải được cải thiện; hệ thống quan liêu của Trung Quốc cần phải được cải cách. Trung Quốc đã xuất khẩu những thói quen xấu trong nước khi thi hành chính sách ngoại giao công chúng. Được giáo dục dưới khẩu hiệu “không có vấn đề nào là nhỏ trong công tác ngoại giao (ngoại sự vô tiểu sự)”, các nhà ngoại giao Trung Quốc có xu hướng quá thận trọng. Họ thiếu tính sáng tạo. Họ hầu như không biết gì về tiếp thị quốc tế nhưng lại có nhiều ý tưởng lỗi thời về tuyên truyền đối ngoại. Một nhà quan sát nước ngoài lưu ý, “Đại dịch SARS và cúm gia cầm gần đây cho thấy chính sách ngoại giao công chúng về cơ bản chỉ mang tính đối phó hơn là chủ động; phòng thủ, kín kẽ, có khả năng không trung thực, và hoàn toàn vì động cơ chính trị cá nhân, quá thận trọng và phản ứng chậm trước khủng hoảng được báo cáo ngày càng nhiều trên các phương tiện truyền thông nước ngoài” (Rawnsley 2007). Chịu ảnh hưởng văn hóa Nho giáo, những nhà ngoại giao và lãnh đạo Trung Quốc thường nói chậm làm nhanh. Họ cần khẩn trương cải thiện kỹ năng và tận dụng tối đa các phương tiện truyền thông và công nghệ hiện đại để tiến hành ngoại giao công chúng.

Thứ tư, ngoại giao công chúng Trung Quốc phải chịu gánh nặng khoảng cách văn hóa và ngôn ngữ to lớn trong giao tiếp với thế giới; rất khó để dịch diễn ngôn chính trị bằng tiếng Trung sang các ngôn ngữ khác. Ví dụ, chiến lược “thao quang dưỡng hối” (*taoguang yanghui* - ẩn mình) và “quan điểm khoa học về phát triển” (*kexue fazhan guan*) đều cần được hiểu theo cách của Trung Quốc. Cách dịch thẳng rất mơ hồ và khó hiểu. Các thuật ngữ Trung Quốc như *trỗi dậy hòa bình*, *thế giới hài hòa* và *cơ hội chiến lược* đều không có cách giải thích chính xác trong tiếng Anh. Cựu Trợ lý Bộ trưởng Ngoại giao Thẩm Quốc Phóng kể một câu chuyện hài hước nhấn mạnh khả năng dễ nhầm lẫn: một nhà thực vật học người Mỹ nộp đơn xin đến Trung Quốc để nghiên cứu về Hoa Đại Trại (Dazhai Flower) mà không nhận ra rằng Hoa Đại Trại thực ra là mô hình nông nghiệp được chính phủ Trung Quốc khuyến khích để khu vực Đại Trại “nở hoa” (flower), mở rộng lợi ích cho toàn Trung Quốc (Shen 2007). Thậm chí mô hình tư tưởng đằng sau ngôn ngữ còn quan trọng hơn. Trung Quốc cần giải thích cho thế giới chính xác Trung Quốc định làm gì sau khi “trỗi dậy” và đặc biệt Trung Quốc sẽ đối phó với sự bá quyền của Mỹ như thế nào. Điều này không thể thể hiện được trong cách diễn đạt của cụm từ *heping jueqi* (trỗi dậy hòa bình). Sự trỗi dậy tuyệt vời của dân tộc Trung Quốc có lẽ được người Trung Quốc ủng hộ nhưng làm cho các quốc gia láng giềng lo lắng về sự hồi sinh chế độ triều cống.

### 3. Quyền lực mềm và sự trỗi dậy hòa bình của Trung Quốc

Để hiểu được chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc, chúng ta cần phải nhìn xa hơn cấp độ ngoại giao và xem xét đại chiến lược của Trung Quốc. Phần còn lại tôi sẽ tập trung vào quyền lực mềm và sự trỗi dậy hòa bình của Trung Quốc.

Sự trỗi dậy của quyền lực mềm Trung Quốc thu hút sự quan tâm của toàn thế giới. Nhiều học giả đoán trước sự đối đầu giữa Trung Quốc và Mỹ trong cạnh tranh quyền lực mềm. Joseph Nye Jr. (2005) lo lắng chỉ ra sự suy giảm quyền lực mềm của Mỹ và sự gia tăng quyền lực mềm của Trung Quốc. Vài học giả thậm chí còn cảnh báo một Đồng thuận Bắc Kinh đang thay thế dần Đồng thuận Washington. Cái được gọi là Mô hình Trung Quốc là đề tài nóng trong suốt Hội nghị thượng đỉnh Trung Quốc - Châu Phi năm 2006.

Chính phủ Trung Quốc khái niệm hóa những vấn đề này theo cách riêng của mình, được thể hiện trong cách nói về chiến lược trỗi dậy hòa bình hoặc phát triển hòa bình của Trung Quốc. Chiến lược trỗi dậy hòa bình nghĩa là Trung Quốc cố gắng vươn ra thế giới để gia tăng quyền lực. Trung Quốc đã rút ra từ nền tảng chính trong sự bá quyền của Hoa Kỳ một mô hình đơn giản: “đóng góp cho chính quốc gia của mình”, “đóng góp cho hòa bình khu vực”, và tạo ra “luật pháp cho thế giới”. Theo đuổi lợi ích hợp lý, theo đuổi một trật tự thế giới thỏa đáng và theo đuổi quyền lực thống trị hợp pháp đã trở thành các chủ đề chính trong “việc quản trị thế giới” của Mỹ.<sup>6</sup> Trung Quốc cũng đã rút ra được bài học lịch sử rằng nếu một quốc gia có được tính hợp lý, tính chính danh, và mục tiêu thích hợp cho lý do bá quyền thì quốc gia đó có thể đạt được bá quyền. Sự khác biệt hay mâu thuẫn giữa ba yếu tố này sẽ mang sự hủy diệt và tự chuốc lấy thất bại. Con đường trỗi dậy hòa bình của Trung Quốc là quá trình tìm kiếm quyền lực lập pháp hợp lý phù hợp với mục tiêu hòa bình. Thực ra, nếu ta xem xét đến môi trường khu vực trước khi Trung Quốc tăng trưởng, cách tiếp cận trong suốt thời kỳ trỗi dậy của Trung Quốc, và tác động sau khi Trung Quốc trỗi dậy thì sự đi lên của Trung Quốc không chỉ hợp lý mà còn chính đáng và hòa bình. Đây thật sự là sự trỗi dậy của hòa bình, do hòa bình và vì hòa bình (Wang 2004).

Nhưng tăng cường quyền lực mềm của Trung Quốc lại là nhiệm vụ của chính sách ngoại giao công chúng. Khi Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa được thành lập vào năm 1949, chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc chỉ tập trung vào tuyên truyền đối ngoại ở khối xã hội chủ nghĩa và các quốc gia đang phát triển ở châu Á, châu Phi và Mỹ Latinh. Trung Quốc đã tìm kiếm những đồng minh cùng chống lại “đế quốc Mỹ”. Chi nhánh của Tân Hoa Xã mọc lên khắp nơi trên thế giới. Trong nước, Trung Quốc phát hành một số tạp chí tiếng Anh, tiếng Nga, tiếng Nhật và tiếng Pháp: đầu tiên là *Nhân Dân Trung Quốc Báo* vào năm 1950, sau đó là Trung Quốc Kiến Thiết Báo (China Construction) 1951 và Bắc Kinh Chu Báo (Beijing Review) 1958. Đến tận bây giờ Bắc Kinh Chu Báo hàng tuần đã và

---

<sup>6</sup> Xem Yiwei Wang (2006, chương 16).

đang là đại diện để giới thiệu các lập trường của chính quyền Trung Quốc và phát hành tin tức chính trị, kinh tế và văn hóa về Trung Quốc.

Công tác tuyên truyền đối ngoại của Trung Quốc đã trưởng thành sau thời kỳ mở cửa và cải cách. Như Zhong và Wang (2006) đã tổng kết,

Trong quá khứ, chính phủ Trung Quốc đã tiến hành ngoại giao công chúng dù không chính thức sử dụng thuật ngữ này. Tiến trình thực tiễn ngoại giao công chúng của Trung Quốc có thể được chia thành 3 giai đoạn, các mục tiêu và nhiệm vụ trong mỗi giai đoạn là khác nhau. Giai đoạn đầu tiên là quảng bá một Trung Quốc mới và ủng hộ cách mạng thế giới. Giai đoạn thứ hai là mở rộng cải cách và tiến trình mở cửa ra thế giới, bảo vệ hòa bình thế giới. Giai đoạn thứ ba là bác bỏ quan niệm cho rằng Trung Quốc là một mối đe dọa và chủ trương phát triển hòa bình. Tóm lại, ý tưởng tuyên truyền dần dần bị loại bỏ và chính sách ngoại giao công chúng hiện đại đã được chấp nhận trong thực tiễn ngoại giao công chúng của Trung Quốc. Trung Quốc nên có biện pháp xây dựng hình ảnh quốc tế về một quốc gia hợp tác, thân thiện và có trách nhiệm, để tăng cường phát triển hòa bình (p.69).

Những năm gần đây, nhận thức về “mối đe dọa Trung Quốc” là trở ngại lớn cho việc phát triển hình ảnh quốc tế của Trung Quốc. Trên thực tế, nhận thức của nước ngoài về mối đe dọa Trung Quốc có mâu thuẫn với nhận thức của Trung Quốc về sự trỗi dậy/cơ hội của chính mình. Phó Chủ tịch Quỹ Henry Luce, Terrill E. Lautz, đã chỉ rõ điều này “Khi Trung Quốc yếu ớt và bị chia cắt, hình ảnh của Mỹ về Trung Quốc thường khá tích cực; khi Trung Quốc mạnh hơn và bắt đầu có khả năng phát triển ra bên ngoài, hình ảnh về Trung Quốc của Mỹ có xu hướng tiêu cực” (Lu 2003). Do đó, Trung Quốc nên thay đổi nhận thức của người khác về logic cho rằng kẻ mạnh nhất thiết phải đáng sợ, và giúp cộng đồng quốc tế học cách tin tưởng Trung Quốc. Điều này đòi hỏi Trung Quốc phải gánh vác tất cả trách nhiệm của một siêu cường và tham gia tích cực vào các vấn đề quốc tế.

#### **4. Thực tiễn và chiến lược ngoại giao công chúng Trung Quốc**

Từ khi Chiến tranh Lạnh kết thúc, chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc đã theo đuổi 5 mục tiêu chính: (1) công khai mạnh mẽ hơn các tuyên bố và khẳng định của chính phủ Trung Quốc ra thế giới, (2) tạo ra một hình ảnh quốc gia đáng mong muốn, (3) đưa ra các bác bỏ đối với các báo cáo xuyên tạc về Trung Quốc ở nước ngoài, (4) cải thiện môi trường quốc tế xung quanh Trung Quốc, và (5) gây ảnh hưởng đến việc hoạch định chính sách của các quốc gia khác (Zhan 1998).

Nhận thức sai lầm về Trung Quốc đã hình thành trong một quá trình tương tác. Cả Trung Quốc lẫn cộng đồng quốc tế đều hiểu sai về vấn đề này. Cộng đồng quốc tế không hiểu được những điều kiện quốc gia, các bất hòa tư tưởng hoặc sự nghi ngờ của Trung Quốc; Trung Quốc không quan tâm nhiều đến phản ứng từ bên ngoài và không giới quảng bá chính

mình. Nhận thấy sự hiểu biết hạn hẹp của cộng đồng quốc tế, chính phủ Trung Quốc đã tích cực phát hành các sách trắng để giải thích lập trường chính sách của mình. Theo một sách trắng về Tiến bộ Nhân quyền của Trung Quốc năm 2004 thì:

Từ năm 1980, Trung Quốc đã tham gia 21 công ước quốc tế về nhân quyền, bao gồm “Công ước Quốc tế về quyền kinh tế, xã hội và văn hóa” và đã thông qua một loạt các biện pháp để thực hiện các nhiệm vụ được quy định trong các công ước và nộp đúng hạn báo cáo về việc thực hiện các công ước cho các cơ quan Liên Hiệp Quốc xem xét. Cùng với thái độ chân thành và có trách nhiệm, chính phủ Trung Quốc đang tích cực xem xét phê duyệt “Công ước Quốc tế về Quyền dân sự và Chính trị” (Permanent Mission 2004).

Những sách trắng như thế đã làm giảm những chỉ trích công khai của nước ngoài đối với chính phủ Trung Quốc và thúc đẩy hình ảnh quốc tế của Trung Quốc.

Dĩ nhiên, Trung Quốc vẫn phải đối mặt với nhiều thử thách để cải thiện hình ảnh của mình. Các quốc gia láng giềng của Trung Quốc, như Ấn Độ, Hàn Quốc, và Việt Nam, vẫn bị ảnh hưởng nặng nề bởi những ký ức về chiến tranh và chế độ triều cống. Ở nước ngoài, người Trung Quốc giúp nâng cao đồng thời làm tổn thương hình ảnh Trung Quốc. Trở ngại lớn nhất xuất phát từ ý thức hệ. Joshua Kurlantzick, tác giả của cuốn sách *Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World* (có tựa tiếng Trung là *Mị lực Công Thế: Trung Quốc Nhuyễn Thực Lực Như Hà Cải Biến Thế Giới –NHD*), viết trong một bài báo liên quan rằng “Mặc dù có ảnh hưởng mềm đến các quốc gia khác, Trung Quốc vẫn là một quốc gia chuyên chế” (Kurlantzick 2007). Một nhà quan sát khác về chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc, Ingrid d’Hooghe, cũng nhận thấy hạn chế trong chính sách này: “Ngoại giao công chúng không thể thay đổi hình ảnh Trung Quốc, nơi mà nhân quyền (bị) vi phạm” (2005). Tương tự, nhà báo chuyên mục của tờ *Financial Times* Guy de Jonquieres (2007) bình luận,

Tầm quan trọng của “quyền lực mềm” Trung Quốc được đánh giá quá cao. Hầu hết các đàm phán ngoại giao của Bắc Kinh trên toàn thế giới đều được thúc đẩy chủ yếu bởi nhu cầu kinh tế, nhất là mục tiêu tìm kiếm nguồn cung an toàn về năng lượng và nguyên liệu thô. Việc Trung Quốc vượt mặt Mỹ là do sự sao lãng của Mỹ hơn là kỹ năng tiếp thị chính trị rõ ràng của Bắc Kinh. Quyền lực mềm thật sự hiệu quả được dựa trên sự phóng chiếu của lý tưởng, nguyên tắc và giá trị quốc gia lõi cuốn về bản chất. Cho dù chính quyền Bush có lãng phí những tài sản quý giá này quá tay đến mức nào, tôi cho rằng hầu hết những người châu Á, nếu được lựa chọn, sẽ vẫn chọn giấc mơ Mỹ- mặc dù đã bị hoen mờ- hơn là chọn sự ép buộc hà khắc, chủ nghĩa vật chất và sự nghèo nàn về tinh thần của Trung Quốc đương đại.

Các học giả Trung Quốc cũng đã lặp lại nhận xét của các học giả phương Tây. Ví dụ, Diêm Học Thông (2007) gần đây đã chỉ ra rằng “cốt lõi của quyền lực mềm không phải là sức mạnh văn hóa mà là sức mạnh chính trị, tức là khả năng huy động của chính phủ bao gồm khả năng huy động chính trị bên trong lẫn bên ngoài, phụ thuộc vào uy tín của chính phủ”.

Để thực hiện đúng chính sách ngoại giao công chúng, Trung Quốc cần rút ra bài học lịch sử, tìm hiểu các tư tưởng, môi trường, nguồn lực và thách thức đối với ngoại giao công chúng, đồng thời đưa ra một chiến lược ngoại giao công chúng có hệ thống mang đậm màu sắc Trung Quốc. Các nét chính có thể bao gồm:

1. *Mục tiêu:* Một Trung Quốc tự tin, đáng tin cậy, hợp tác và yêu hòa bình là các mục đích cơ bản đối với chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc. Về lâu dài, điều này phục vụ mục tiêu phát triển quốc gia của Trung Quốc để trở thành “một quốc gia giàu mạnh, dân chủ và văn minh và có trách nhiệm” (Wen 2007). Chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc nên tích cực phối hợp với chiến lược phát triển quốc gia và dần dần thay đổi hình ảnh của Trung Quốc trong mắt cộng đồng quốc tế từ tiêu cực đến trung lập rồi tích cực.
2. *Phương tiện:* Chìa khóa cho chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc là thành lập một chính phủ lõi cuốn và dân chủ. Các tổ chức chính quyền của Trung Quốc ở nước ngoài nên bảo vệ quyền lợi pháp lý cho mọi công dân Trung Quốc đầu tiên; thứ hai, nên khởi xướng các hoạt động quảng bá hình ảnh thông qua trao đổi và phát tin về văn hóa, tận dụng các phương tiện truyền thông địa phương để đưa tin tức về Trung Quốc và các chương trình khác với sự giúp sức của người Trung Quốc, du học sinh Trung Quốc và các công ty xuyên quốc gia đầu tư vào Trung Quốc. Ví dụ, các hoạt động “Trung Quốc sáng tạo” và chuyển giao văn hóa giúp hình thành một hình ảnh Trung Quốc đầy sức sống, dân chủ, mở cửa và nhân văn để xây dựng Thương hiệu Trung Quốc.
3. *Tiêu điểm:* Nếu xét đến lời nhận xét của Liu Kang rằng “ngày nay, hình ảnh quốc tế của Trung Quốc về cơ bản bị truyền thông Mỹ làm cho xấu xa hóa” (Global Times 1999) thì chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc nên tập trung vào giới truyền thông ở Hoa Kỳ và Châu Âu, những người tạo nên phần lớn công luận của thế giới, để xóa bỏ ảnh hưởng xấu của “truyền thông gây thù hận” (hate media). Trung Quốc nên tận dụng sân chơi đa phương, nhất là Liên Hiệp Quốc, để đưa ra tiếng nói của mình, học cách giao tiếp tốt với các tổ chức phi chính phủ và xã hội dân sự thế giới; phá bỏ nghịch lý vốn có của ngoại giao công chúng và biến khó khăn bị động của các vấn đề trong nước thành tham gia tích cực vào các vấn đề quốc tế, thông qua đó tạo dựng hình ảnh Trung Quốc mới như là một siêu cường có trách nhiệm.
4. *Tổ chức:* Trung Quốc cần phải tích hợp các nguồn lực ngoại giao, bổ nhiệm thứ trưởng ngoại giao phụ trách ngoại giao công chúng và quan hệ công chúng càng sớm càng tốt; thống nhất và phối hợp hoạt động ngoại giao công chúng trong hệ thống ngoại giao Trung Quốc. Trung Quốc nên thành lập một Cục Thông tin Nhà nước chịu trách nhiệm về việc trao đổi thông tin quốc tế. Đồng thời, Trung Quốc nên tiếp tục tận dụng các chủ thể phi nhà nước như Hiệp hội hữu nghị nhân dân Trung Quốc với nước ngoài (CPAFFC)

### **Kết luận: Từ quyền lực mềm đến trời dậy mềm**

Khó khăn và thách thức đối với Trung Quốc trong nâng cao hình ảnh quốc tế của mình đòi hỏi chính phủ Trung Quốc phải có những bước đi tích cực và hiệu quả trong ngoại giao công chúng và coi việc thi hành chính sách ngoại giao công chúng như là trọng tâm trong chiến

lược quốc gia. Thách thức lâu dài cho sự thành công của chính sách ngoại giao công chúng Trung Quốc là giữ cân bằng giữa xu hướng mang tính Trung Quốc và các xu hướng Mỹ hóa/phương Tây hóa. Nghĩa là Trung Quốc nên thể hiện bản thân theo cách của riêng mình nhưng đồng thời cũng phải theo cách mà thế giới có thể hiểu và muốn nghe. So với Hoa Kỳ, Trung Quốc cần một chiến lược ngoại giao công chúng lâu dài và hiệu quả và cần phải trau dồi kỹ năng tận dụng truyền thông và các phương tiện hiện đại để thi hành chính sách ngoại giao công chúng của mình.

Sự trỗi dậy của Trung Quốc đã đạt đến giai đoạn chuyển tiếp từ một thương hiệu đơn giản “Sản xuất tại Trung Quốc” sang một khái niệm năng động “tạo ra/khởi đầu ở Trung Quốc”. Sự phát triển của Trung Quốc nhanh chóng làm nổi bật tầm quan trọng của tiêu chuẩn Trung Quốc, nhãn hiệu Trung Quốc và quyền lực tài chính của Trung Quốc, tất cả đều gia tăng gánh nặng cho chính sách ngoại giao công chúng của Trung Quốc. Nhu cầu của các doanh nghiệp cũng cho thấy tiềm năng to lớn trong việc phát triển các nghiên cứu mới và thực tiễn mới đối với ngoại giao công chúng Trung Quốc.

Tổng cộng, ngoại giao công chúng đóng ba vai trò trong sự trỗi dậy của Trung Quốc: (1) Bằng cách chuyển từ “tuyên truyền đối ngoại” sang ngoại giao công chúng, nó có thể tạo ra một môi trường quốc tế đồng cảm và hài hòa và là chất xúc tác cho sự trỗi dậy của Trung Quốc. (2) Bằng cách tạo ra hình ảnh quốc tế của Trung Quốc trong thế kỷ XXI, ngoại giao công chúng có thể là tấm gương cho sự trỗi dậy của Trung Quốc, phản ánh sức hấp dẫn và sự tử tế của Trung Quốc. (3) Bằng cách xây dựng quyền lực mềm và biến sự trỗi dậy của Trung Quốc từ cứng rắn sang mềm dẻo (trỗi dậy về các chuẩn tắc, không chỉ về thị trường, trỗi dậy về giá trị, không chỉ về hàng hóa), chính sách ngoại giao công chúng có thể là chất bôi trơn cho sự trỗi dậy của Trung Quốc.

Sự phát triển hóa bình của Trung Quốc bao gồm cả nhiệm vụ trẻ hóa lẫn hiện đại hóa. Ngoại giao công chúng là cách để thúc đẩy hình ảnh quốc gia và quyền lực mềm. Mục tiêu của Trung Quốc không phải là lấy lại uy thế dưới thời triều cống mà là đưa triết học và tư tưởng của mình vào mục tiêu phát triển quốc gia. Các nhà tư tưởng Trung Quốc cổ đại xem “quy tắc đạo đức” như là giá trị chính trị then chốt. Từ đó, Trung Quốc sẽ tự tin để triển khai thành công chính sách ngoại giao công chúng, hình thành hệ thống quyền lực mềm của riêng mình và bằng cách đó làm phong phú nhận thức về quyền lực quốc gia của mình và hoàn thành quá trình chuyển tiếp lịch sử từ quyền lực mềm sang trỗi dậy mềm.

Cũng như sự trỗi dậy của Trung Quốc cơ bản hưởng lợi từ toàn cầu hóa, sự trỗi dậy của quyền lực mềm Trung Quốc cơ bản cũng hưởng lợi từ sự đa dạng của thế giới được dẫn dắt bởi sự đồng trỗi dậy của nhóm BRIC (Brazil, Nga, Ấn Độ, Trung Quốc). Thế giới đang trong giai đoạn chuyển đổi. Trong quá trình này, Mỹ trong vai trò siêu cường duy nhất có thể bị cho là đã chuyển trách nhiệm sang người khác, và Trung Quốc có thể được xem là đối tượng của niềm hi vọng bởi sự trỗi dậy nhanh chóng của mình. Hình ảnh Trung Quốc đang ngày càng được cải thiện khi tổ chức sáu vòng đàm phán sáu bên về vấn đề hạt nhân của Triều Tiên trong khi hình ảnh của Mỹ bị hủy hoại nghiêm trọng do xâm lược Iraq và thất



bại trong việc tạo ra sự ổn định ở đó. Tuy nhiên, thật ngây thơ khi cho rằng sự gia tăng quyền lực mềm của Trung Quốc làm suy giảm quyền lực mềm của Mỹ. Thật ra, các nhà chỉ trích toàn cầu hóa đã phê phán cả Hoa Kỳ và Trung Quốc là những người thúc đẩy chính lẫn nước hưởng lợi chính từ toàn cầu hóa (Dombey & Pignal 2007). Chắc chắn có sự cạnh tranh lành mạnh giữa hai quốc gia này, nhưng đồng thời, Trung Quốc và Hoa Kỳ cũng có thể hợp tác xây dựng một thế giới hài hòa để hai bên cùng có lợi. Trung Quốc nên học cách trở thành một thành viên có trách nhiệm trong hệ thống quốc tế và đạt được sự gia tăng quyền lực mềm bền vững theo cách có thể làm hài lòng hay ít nhất đạt được sự chấp nhận của cộng đồng thế giới.

### **Tài liệu tham khảo**

- Dombey, Daniel, and Stanley Pignal. 2007. Europeans see US as threat to peace. *Financial Times*, July 3.
- The Economist*. 2006. China in Africa: Never too late to scramble. October 28.
- Global Times*. 1999. Shaping China's international image: Dialogue between Liu Kang and Li Xiguang. August 6, p. A. 11.
- Hang, Xiaolin. 2004. Interview of Zhou Hanmin on Shanghai World Expo 2010. *The Bund*. December 12. <http://www.east124.com/epublish/gb/paper79/20021023/class007900001/hwz593846.htm>.
- Hooghe, Ingrid D. 2005. Public diplomacy in the People's Republic of China. In *The new public diplomacy: Soft power in international relations*, ed. J. Melissen, 88-105. New York: Palgrave Macmillan.
- . 2007. The rise of China's public diplomacy. Presented at the Netherlands Institute of International Relations, Clingendael, July.
- Hu, Jintao. 2007. Hold high the great banner of socialism with Chinese characteristics and strive for new victories in building a moderately prosperous society in all respects. Report to the Seventeenth National Congress of the Communist Party of China, October 15. [http://www.chinadaily.com.cn/china/2007-10/25/content\\_6225977.htm](http://www.chinadaily.com.cn/china/2007-10/25/content_6225977.htm).
- Jonquière, Guy de. 2007. A ringside view of history in the making. *Financial Times*, March 28.
- Kurlantzick, Joshua. 2007. China's charm offensive in Southeast Asia. *Current History* 105 (692): 270-76.

- Li, Zhaoxing. 2005. Foreign Minister Li Zhaoxing gives year-end interview to *People's Daily*. *People's Daily*, December 20. <http://www.fmprc.gov.cn/eng/zxxx/t227889.htm>.
- Lu, Yi. 2004. *The general introduction to diplomacy*. Beijing, China: World Affairs Press.
- Lu, Yong. 2003. Chinese political image in the eyes of Americans. *Washington Observer Weekly*, July 30.
- Marx, Karl. 1852. The Eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte. In *Works of Marx & Engels 1852*. <http://www.marxists.org/archive/marx/works/1852/18th-brumaire/ch07.htm>.
- Ministry of Foreign Affairs of the People's Republic of China. 2004. Academic Seminar on China's Public Diplomacy. <http://www.fmprc.gov.cn/eng/wjdt/wshd/t80368.htm>.
- Nye, Joseph S. 2005. The rise of China's soft power. *Wall Street Journal Asia*, December 29.
- Pan, Esther. 2006. China's soft power initiative. May 18. Council on Foreign Relations. <http://www.cfr.org/publication/10715/#5>.
- People's Daily*. 2004. The 10th Conference of Chinese diplomatic envoys stationed abroad held in Beijing. August 30. <http://www1.fmprc.gov.cn/eng/zxxx/t155418.htm>.
- Permanent Mission of the People's Republic of China to the United Nations Office at Geneva and Other International Organizations in Switzerland. 2004. White paper on China's progress in human rights. <http://www.china-un.ch/eng/bjzl/t193099.htm>.
- Ramo, Joshua Cooper. 2007. *Brand China*. London: Foreign Policy Centre. <http://fpc.org.uk/fsblob/827.pdf>.
- Rawnsley, Gary D. 2007. A survey of China's public diplomacy. May 2. Los Angeles: University of Southern California Center on Public Diplomacy. [http://uscpublicdiplomacy.com/index.php/newsroom/pdblog\\_detail/070502\\_a\\_survey\\_of\\_chinas\\_public\\_diplomacy/](http://uscpublicdiplomacy.com/index.php/newsroom/pdblog_detail/070502_a_survey_of_chinas_public_diplomacy/).
- Rumi, Aoyama. 2004. Chinese Diplomacy in the Multimedia Age: Public Diplomacy and Civil Diplomacy. December, pp. 1-60. Available from [http://dspace.wul.waseda.ac.jp/dspace/bitstream/2065/800/1/20050307\\_aoyama\\_eng1.pdf](http://dspace.wul.waseda.ac.jp/dspace/bitstream/2065/800/1/20050307_aoyama_eng1.pdf).
- Shen, Guofang. 2007. Speech at Center for American Studies, Fudan University, on March 22. <http://www.iis.fudan.edu.cn/view.php?id=194>.
- Wang, Dashan. 2007. The craze of Confucius Institute is in urgent need of a soft landing. *Global Times*, January 18.
- Wang, Yiwei. 2004. The dimensions of China's peaceful rise. *Asia Times*, May 14.

- . 2005. Chinese tradition of thinking power. Paper presented at the 46th annual ISA Convention, Honolulu, HI, March 1-5.
- . 2006. *Why is Pax Americanna impossible: Comparing Chinese ancient world order with today's American world order*. "Global Encounters" series of Lexington Books. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Wen, Jiabao. 2007. Our Historical Tasks at the Primary Stage of Socialism and Several Issues concerning China's Foreign Policy. March 4. <http://www.fmprc.gov.cn/chn/zxxx/t300993.htm>.
- Yan, Xuetong. 2007. The core of soft power is political power. *Global Times*, May 22.
- Zhan, Kun. 1998. Luelun Duiwai Xuanchuan de Jiu Da Guanxi [Nine relationships in foreign propaganda]. In propaganda. In Duiwai Xuanchuan Gongzuo Lunwen Ji [Collection of papers on foreign propaganda]. Beijing: Wuzhou Media Press, 1998, p. 73.
- Zhao, Tingyang. 2005. *Tianxia system (all under heaven): Introduction of the philosophy of world institutions*. Nanjing, China: Jiangshu Higher Education Publishing House.
- Zhong, Longbiao, and Jun Wang. 2006. The evolution of content and means of Chinese public diplomacy. *Diplomatic Review* 3, pp. 64-69.
- Zhou , Qipeng, and Chuang Yang, eds. 1990. *Diplomacy abroad*. Beijing: Chinese People's Public Security University Press.

----

## GIỚI THIỆU DỰ ÁN NGHIENCUUQUOCTE.NET

### Mục đích

*Nghiencuuquocte.net* là một dự án phi chính trị, phi lợi nhuận nhằm mục đích phát triển nguồn học liệu chuyên ngành nghiên cứu quốc tế bằng tiếng Việt và thúc đẩy việc học tập, nghiên cứu các vấn đề quốc tế tại Việt Nam.

### Lý do ra đời

Trong khi số người học tập và nghiên cứu về các vấn đề quốc tế ở Việt Nam ngày càng gia tăng thì việc tiếp cận các tài liệu mang tính học thuật của thế giới về lĩnh vực này còn rất hạn chế vì hai lý do: Thứ nhất, các tài liệu này thường phải trả phí mới tiếp cận được, trong khi các trường đại học và viện nghiên cứu của Việt Nam hầu như không có chi phí trang trải. Thứ hai, các tài liệu này chủ yếu được xuất bản bằng tiếng Anh, khiến nhiều sinh viên, nhà nghiên cứu, và đặc biệt là quang đại độc giả quan tâm đến các vấn đề quốc tế nói chung, gặp khó khăn trong việc tiếp thu, lĩnh hội. *Nghiencuuquocte.net* ra đời với hi vọng sẽ góp phần khắc phục được các vấn đề trên.

### Hoạt động chính

Hoạt động chính của *Nghiencuuquocte.net* là biên dịch sang tiếng Việt và xuất bản trên website của mình các nguồn tài liệu mang tính học thuật bằng tiếng Anh về lĩnh vực quan hệ quốc tế, bao gồm chính trị quốc tế, kinh tế quốc tế, và luật pháp quốc tế.

Các tài liệu này chủ yếu là các bài báo trên các tạp san quốc tế, các chương sách, hoặc các tài liệu tương ứng, đã được xuất bản bởi các nhà xuất bản, các trường đại học và viện nghiên cứu có uy tín trên thế giới.

Dự án ưu tiên biên dịch và xuất bản:

- Các bài viết mang tính nền tảng đối với lĩnh vực nghiên cứu quốc tế;
- Các bài viết có nhiều ảnh hưởng trong lĩnh vực này;
- Các bài viết liên quan trực tiếp hoặc có ảnh hưởng, hàm ý gián tiếp đến Việt Nam;
- Các bài viết được đồng đạo đọc gia quan tâm.

Sau khi dự án hoạt động ổn định, số lượng các bài dịch có chất lượng tăng lên, *Nghiencuuquocte.net* có thể tính tới việc hợp tác với các đối tác để biên soạn các tuyển tập bài dịch theo từng chủ đề nhất định và phát hành dưới dạng sách in hoặc ebook.

### Quy trình biên dịch và xuất bản

Ban biên tập chịu trách nhiệm tuyển lựa (và xin phép các nhà xuất bản nếu cần) các bài viết để giao cho các cộng tác viên dịch. Các cộng tác viên cũng có thể chủ động đề xuất lên Ban Biên tập các bài viết mà mình muốn dịch. Sau khi có sự đồng ý của Ban Biên tập, cộng tác viên sẽ tiến hành biên dịch.

Các cộng tác viên hoặc các cá nhân khác nếu đã dịch sẵn một bài viết/ chương sách nào đó cũng có thể gửi đến Ban Biên tập (kèm bản gốc tiếng Anh) để xem xét. Nếu đề tài phù hợp và chất lượng đạt yêu cầu, bài viết có thể được hiệu đính và xuất bản.

Sau khi nhận được bản dịch, Ban Biên tập sẽ kiểm tra bước đầu chất lượng bài dịch. Nếu chất lượng không đạt (ví dụ sai quá nhiều, khó có thể hiệu đính, biên tập được một cách hiệu quả) thì bài dịch sẽ bị từ chối và trả lại người dịch. Trong trường hợp chất lượng thỏa đáng, bài dịch sẽ được chuyển tới các cộng tác viên phù hợp để kiểm định và hiệu đính. Sau khi hiệu đính, Tổng Biên tập sẽ kiểm tra lại lần cuối. Nếu đạt yêu cầu, bài dịch sẽ được xuất bản trên website dự án.

Tổng Biên tập là người quyết định cuối cùng về việc lựa chọn bài dịch, người dịch, người hiệu đính, cũng như việc chuyển hiệu đính và xuất bản các bài viết.

### Xuất bản các bài dịch đã được công bố

Ban biên tập hoan nghênh các cộng tác viên đóng góp các bài dịch đã được hiệu đính và xuất bản ở các nơi khác. Trong trường hợp đó, các cộng tác viên đảm bảo việc công bố các bài dịch đó trên *Nghiencuuquocte.net* đã được cho phép bởi các bên liên quan.

### Yêu cầu đối với bản dịch

Để được xem xét xuất bản, bản dịch phải đảm ứng các yêu cầu sau:

- Dịch sát và đầy đủ bài viết nguyên gốc. Trong trường hợp vì lý do đặc biệt mà cộng tác viên muốn bỏ một phần nào đó của bài viết gốc thì phải thông báo và được sự đồng ý của Ban Biên tập.
- Ngôn ngữ tiếng Việt trong sáng, dễ hiểu. Hạn chế tối đa lỗi chính tả.
- Trong trường hợp có các thuật ngữ, đoạn văn người dịch cảm thấy khó hiểu hoặc dịch chưa chuẩn, người dịch cần đánh dấu (highlight) các thuật ngữ, đoạn văn đó để tiện cho việc hiệu đính biên tập.
- Giữ toàn bộ nguồn tài liệu tham khảo như trong bản gốc (footnote, endnote, bibliography). Các footnote, endnote có chứa thông tin bổ sung cần được dịch. Tuy nhiên, để tiện cho việc truy nguồn tài liệu tham khảo của người đọc, người dịch giữ nguyên tiếng Anh (không dịch sang tiếng Việt) các nguồn tài liệu tham khảo của bài viết gốc.
- Bài dịch phải được đánh máy bằng font chữ Unicode, cỡ 12 pt, cách dòng 1,5, file MSWord 2003, 2007, 2010 (không gửi bản pdf).
- Bài dịch phải sử dụng Bìa bài dịch theo mẫu thống nhất. Download template bìa bài dịch tại đây: [Template Bìa bài dịch](#)
- Tên file: Tên người dịch + Tên bài viết gốc bằng tiếng Anh.
- Bài dịch sau khi hoàn thành gửi về địa chỉ: [nghiencuuquocte@gmail.com](mailto:nghiencuuquocte@gmail.com).

### Thời hạn hoàn thành bản dịch

Vì đây là một dự án dựa trên sự đóng góp tự nguyện, Ban Biên tập không yêu cầu thời hạn cụ thể đối với việc hoàn thành các bản dịch. Tuy nhiên, Ban Biên tập hi vọng sẽ nhận được bản dịch trong thời hạn 45 ngày kể từ ngày bản gốc được gửi cho người dịch. Thông thường các bản bài gốc tiếng Anh sẽ có độ dài từ 20-35 trang (bao gồm endnote, footnote, bibliography).

### Cộng tác với *Nghiencuuquocte.net*

Do đây là một dự án phi lợi nhuận mới ở giai đoạn đầu và chưa có tài trợ nên chúng tôi kêu gọi sự tham gia tình nguyện của các cộng tác viên ở cả hai công đoạn biên dịch và hiệu đính. Nếu bạn quan tâm và muốn trở thành cộng tác viên của dự án, vui lòng điền vào mẫu đơn đăng ký tại: <http://nghiencuuquocte.net/dang-ky-cong-tac/>

Các cộng tác viên đăng ký, tùy vào quyết định của Ban Biên tập, có thể sẽ được đưa vào danh sách cộng tác viên luân hoặc sẽ được gửi một đoạn trích từ một bài báo/chương sách (khoảng 1-2 trang) để dịch thử. Nếu đạt yêu cầu, chúng tôi sẽ đưa các bạn vào danh sách cộng tác viên và sẽ gửi bài cho các bạn biên dịch/ hiệu đính khi có bài phù hợp với chuyên môn của bạn hoặc theo

đăng ký chủ động của bạn. Lưu ý: Việc bạn được gửi bài để dịch cũng như việc bạn nộp bài đã dịch không đảm bảo chắc chắn bài dịch của bạn sẽ được hiệu đính, biên tập và xuất bản.

Lợi ích của việc trở thành cộng tác viên của *Ngheencuuquocte.net*:

- Rèn luyện và nâng cao khả năng tiếng Anh, nhất là kỹ năng dịch thuật;
- Mở rộng hiểu biết về các lĩnh vực nghiên cứu quốc tế;
- Đóng góp vào sự phát triển của cộng đồng học tập và nghiên cứu quốc tế tại Việt Nam;
- Được cấp giấy chứng nhận cộng tác viên (có thể đưa vào hồ sơ xin học bổng, xin việc làm) nếu đóng góp từ 2 bài dịch trở lên.
- Được nhận thù lao trong trường hợp dự án xin được tài trợ hoạt động hoặc bài dịch được sử dụng trong các ấn phẩm phát hành có thu phí.

### **Bản quyền bài dịch**

Bản quyền đối với bản dịch được xuất bản cùng được chia sẻ bởi người dịch, người hiệu đính (nếu phải hiệu đính) và trang *Ngheencuuquocte.net*. Trong trường hợp bản dịch phát sinh doanh thu (ví dụ được đưa vào các giáo trình, tập bài đọc, hoặc các ấn phẩm khác được phát hành có thu phí như sách in hoặc ebook), thì sau khi trừ các chi phí biên soạn, in ấn, phát hành, lợi nhuận thu được sẽ được chia theo tỉ lệ: Người dịch: 40% (hoặc 75% nếu không phải hiệu đính); Người hiệu đính: 35%, trang *Ngheencuuquocte.net*: 25%.

Trang *Ngheencuuquocte.net* chịu mọi phí tổn trong trường hợp phải trả phí cho nhà xuất bản để bài viết được phép dịch sang tiếng Việt.

### **Đăng tải, phát hành lại bài dịch từ *ngheencuuquocte.net***

Việc đăng tải lại trên các trang mạng các bài dịch đã công bố trên website dự án phải ghi rõ nguồn và dẫn link tới bài viết gốc trên *ngheencuuquocte.net*.

Trong trường hợp in ấn hoặc sử dụng các bài viết cho mục đích thương mại, các bên liên quan phải nhận được sự cho phép bằng văn bản của Ban Biên tập *ngheencuuquocte.net*.

Dù nỗ lực tối đa trong nguồn lực cho phép để đảm bảo chất lượng của các bài dịch, *ngheencuuquocte.net* không chịu trách nhiệm về độ tin cậy, chính xác của các bài dịch cũng như những hậu quả có thể phát sinh từ việc trích dẫn, sử dụng lại nội dung của các bài dịch đó dưới bất kỳ hình thức nào.

### **Miễn trừ trách nhiệm**

Trong khi trân trọng sự đóng góp của các cộng tác viên, *Ngheencuuquocte.net* và Ban Biên tập không thể chịu bất cứ trách nhiệm nào đối với các tổn thất, thiệt hại về vật chất, tinh thần, thời gian, sức khỏe... có thể xảy ra đối với các cộng tác viên trong quá trình tiến hành cộng tác với dự án.

### **Liên lạc**

Mọi trao đổi xin vui lòng gửi tới: Lê Hồng Hiệp Email: [ngheencuuquocte@gmail.com](mailto:ngheencuuquocte@gmail.com).