

NGOẠI GIAO VĂN HÓA CỦA ẤN ĐỘ TRONG NHỮNG NĂM ĐẦU THẾ KỈ XXI NHÌN TỪ GÓC ĐỘ SỨC MẠNH MỀM

HỒ NGỌC DIỄM THANH*

TÓM TẮT

Trong quan hệ quốc tế, sức mạnh của mỗi quốc gia sẽ được xác định bằng nhiều nhân tố, trong đó không thể không kể tới vai trò của văn hóa. Có thể thấy, ngoại giao văn hóa đã được nhiều nước sử dụng như sức mạnh mềm trong các hoạt động đối ngoại, trong đó có Ấn Độ. Bài viết này nghiên cứu về những cơ sở lý luận và cách tiếp cận về ngoại giao văn hóa - sức mạnh mềm ở thế kỉ XXI, đồng thời đề cập các hoạt động triển khai chủ yếu của ngoại giao văn hóa Ấn Độ trong những năm đầu thế kỉ XXI nhìn từ góc độ sức mạnh mềm.

Từ khóa: ngoại giao, văn hóa, ngoại giao văn hóa, sức mạnh mềm, ngoại giao văn hóa của Ấn Độ.

ABSTRACT

India's cultural diplomacy in the early 21st century from the viewpoint of soft power

The development of a country is reflected not only in the hard power, but also in the soft power. The role of soft power in international relations is growing. Soft power plays a key role in building the comprehensive national power. Building soft power involves creating a positive image, increasing the country's influence in the international arena, and enhancing the link between foreign policy and domestic policy. As one of the countries with potential soft power besides the USA, Japan, and South Korea, India has been growing influence around the world in the 21st century. Thus, this article researches the soft power theory and assesses the India's cultural diplomacy in the early 21st century from the viewpoint of soft power.

Keywords: diplomacy, culture, cultural diplomacy, soft power, India's cultural diplomacy.

1. Mở đầu

Trong quan hệ quốc tế ngày nay, văn hóa ngày càng trở nên quan trọng vì văn hóa liên quan đến sức mạnh mềm trong sức mạnh tổng hợp của mỗi quốc gia. Sức mạnh mềm là sức mạnh vô hình, ảnh hưởng đến ý thức công chúng và dư luận quốc tế. Tất cả các quốc gia đều có

thể sử dụng văn hóa của mình như một sức mạnh mềm cho các hoạt động ngoại giao, nhằm đạt tới ba mục đích là an ninh, phát triển kinh tế và tăng cường ảnh hưởng. Có thể nói NGVH đã và đang trở thành một trong ba trụ cột chính của ngoại giao hiện đại bên cạnh ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế.

* ThS, Trường Đại học Sư phạm TPHCM; Email: hothanh0104@gmail.com

Với Ấn Độ - một đất nước có nền văn hóa lâu đời và rực rỡ vào bậc nhất thế giới, sức mạnh mềm của nó có những đặc điểm riêng, khác với các cường quốc trong thế giới đa cực đang hình thành, như: Mĩ, Trung Quốc, Nga, Nhật Bản và Liên minh châu Âu. Trong hai thập niên đầu của thế kỉ XXI, các hình thức triển khai sức mạnh mềm khác nhau và có những thay đổi nhất định tùy thuộc hoàn cảnh của đất nước và bối cảnh khu vực và quốc tế, song nhân tố văn hóa vẫn đóng vai trò trụ cột trong các nguồn lực tạo nên sức mạnh mềm của Ấn Độ. Văn hóa Ấn Độ thấm đẫm tinh thần nhân văn cao cả trong suốt 5000 năm lịch sử đã cống hiến cho loài người nhiều di sản có giá trị và chính những giá trị trường tồn ấy là sức mạnh to lớn để Ấn Độ phát triển sức mạnh mềm.

2. Lí luận về sức mạnh mềm và NGVH

2.1. Sức mạnh mềm trong quan hệ quốc tế ở thời kì toàn cầu hóa

2.1.1. Khái niệm sức mạnh mềm trong quan hệ quốc tế

Thuật ngữ *sức mạnh mềm* được nhắc đến lần đầu tiên vào năm 1973 trong cuốn *Power and Wealth: The Political Economy of International Power* (Quyền lực và thịnh vượng: Kinh tế chính trị học trong quyền lực quốc tế) của học giả Klaus Knorr – Giáo sư nghiên cứu kinh tế - chính trị học thuộc Trung tâm Nghiên cứu Quốc tế, Đại học Princeton (Mĩ) [8, tr.224]. Sau đó, khái niệm “sức mạnh mềm” đã được Giáo sư Joseph Samuel Nye, nguyên Hiệu trưởng Trường Quản trị công John F. Kennedy – Đại học

Harvard (Mĩ) tiếp tục nghiên cứu, định nghĩa và phát triển thành một luận thuyết nổi tiếng. Joseph S. Nye khẳng định: “*Sức mạnh mềm là một loại năng lực, nhờ đó có thể đạt được mục đích thông qua sức hấp dẫn chứ không phải ép buộc hay dụ dỗ. Sức hấp dẫn này đến từ các giá trị về văn hóa, chính trị và chính sách ngoại giao của một nước*” [7, tr.5-6]

Sau Joseph S. Nye, rất nhiều học giả trên thế giới đã quan tâm nghiên cứu và đưa ra một số khái niệm khác nhau về loại sức mạnh này. Đáng chú ý nhất là vào năm 2008, nhằm tạo cơ hội để tiếp nhận những quan niệm khác nhau về sức mạnh mềm, Đại học Johns Hopkins đã tổ chức hội thảo về sức mạnh mềm do giáo sư Michael J. Deane chủ trì. Nhiều giáo sư, học giả đến từ các trường đại học nổi tiếng của Mĩ đã đưa ra rất nhiều ý kiến khác nhau, bao gồm một số nội dung sau:

- Là loại sức mạnh phi đối kháng của sức thuyết phục, là sức mạnh của sự quyến rũ.
- Khiến những người khác muốn đi theo những gì mình làm, để từ đó làm mục tiêu của mình được hợp pháp (được công nhận).
- Thay đổi hành vi hoặc thái độ thông qua sự hấp dẫn và sức thuyết phục...
- Thông qua sự hấp dẫn của văn hóa và các giá trị mà quốc gia đạt được lợi ích trong chính sách đối ngoại chứ không phải bằng vũ lực hay các đòn bẩy, mua chuộc kinh tế.
- Đạt được các mục tiêu chính sách đối ngoại cụ thể dựa trên các biện pháp phi quân sự. [9]

2.1.2. Vai trò của sức mạnh mềm trong

quan hệ quốc tế

Không phải từ khi Giáo sư Joseph S. Nye đưa ra học thuyết thì sức mạnh mềm mới được vận dụng. Thực tế cho thấy sức mạnh mềm vẫn luôn có chỗ đứng và được vận dụng bằng cách này hay cách khác trong suốt chiều dài lịch sử quan hệ quốc gia. Và sau khi được nêu tên trở thành một luận thuyết và được nhiều người đón nhận, các quốc gia ngày một nhận ra tầm quan trọng của sức mạnh mềm trong đối ngoại. Cuối thế kỉ XX và những năm đầu thế kỉ XXI, thế giới đã chứng kiến sự lên ngôi của sức mạnh mềm trong nền chính trị quốc tế. Có thể tóm lược vai trò của sức mạnh mềm trong quan hệ quốc tế như sau:

(i) Sức mạnh mềm tuy là một khái niệm tương đối mới nhưng việc sử dụng nó cho các mục tiêu ảnh hưởng và phát triển đã được các quốc gia thừa nhận và quan tâm từ lâu. Đến thời điểm hiện tại, trên trường quốc tế, chúng ta đều thấy các quốc gia hay sử dụng sức mạnh mềm của mình để đạt được những mục tiêu của đất nước. Rõ ràng, việc tăng cường xây dựng sức mạnh mềm ra bên ngoài đang trở thành sự lựa chọn chiến lược của nhiều quốc gia lớn, nhỏ trên toàn thế giới.

(ii) Trong những năm gần đây, các quốc gia trên thế giới, đặc biệt là những cường quốc, ngày càng coi trọng vai trò của sức mạnh mềm trong việc tăng cường sức mạnh tổng hợp quốc gia. Do đó, công thức sức mạnh tổng hợp của từng quốc gia, không chỉ được tính bằng sức mạnh cứng nữa, mà còn được thể hiện ở sức mạnh mềm.

(iii) Sức mạnh mềm góp phần rất lớn

trong việc đưa vị thế và ảnh hưởng đến các quốc gia khác. Hiện nay, hầu hết các nước với nền kinh tế phát triển bậc nhất vẫn ưu tiên sử dụng sức mạnh mềm. Như vậy, sức mạnh mềm ngày càng trở thành công cụ quan trọng trong cạnh tranh quốc tế.

2.2. NGVH với tư cách là công cụ của sức mạnh mềm ở thế kỉ XXI

2.2.1. Khái niệm về NGVH

Ngoại giao văn hóa là một thuật ngữ để chỉ một hình thức ngoại giao với một loạt những phương sách làm cơ sở cho hoạt động thực tiễn một cách hiệu quả, trong đó nhân tố văn hóa chiếm vị trí chủ đạo. Xét thực tế, ngoại giao và văn hóa là hai lĩnh vực tuy riêng biệt nhưng lại có sự gắn bó chặt chẽ với nhau; trong đó, văn hóa vừa là nền tảng, vừa là công cụ, mục tiêu cho các hoạt động ngoại giao. Do đó, *ngoại giao văn hóa* có thể hiểu là sự vận dụng, phát huy văn hóa để làm tốt công tác ngoại giao, cũng là sử dụng ngoại giao để tôn vinh và bảo vệ văn hóa.

Đối với các nước, NGVH được tiếp cận ở nhiều góc độ khác nhau. Nhà nghiên cứu Simeo Adebolu (Anh) cho rằng: “*NGVH là một hình thức ngoại giao nhấn mạnh tới sự thừa nhận văn hóa và hiểu biết lẫn nhau như là một cơ sở của đối thoại*” [3]. Theo nhà nghiên cứu Milton C. Cummings Jr. (Mĩ) thì: “*NGVH là sự giao lưu những tư tưởng, trao đổi thông tin nghệ thuật, lối sống, hệ giá trị, truyền thống, tín ngưỡng và các phương diện khác nhau của văn hóa nhằm thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau*” [5, tr.1]. Theo Joseph S. Nye (Mĩ, cha đẻ của

thuyết Sức mạnh mềm), thì “*NGVH là một ví dụ hàng đầu về sức mạnh mềm hoặc khả năng thuyết phục thông qua văn hóa, giá trị và những tư tưởng trái với sức mạnh cứng, tức là chinh phục hoặc cưỡng ép thông qua sức mạnh quân sự*” [6, tr.153-171].

2.2.2. *NGVH với tư cách là công cụ của sức mạnh mềm*

NGVH đã có mặt lâu đời trong lịch sử ngoại giao trên thế giới và cả Việt Nam, sau khi Chiến tranh lạnh chấm dứt, NGVH được quan tâm nhiều hơn, là một trong những nét đặc trưng của ngoại giao thế kỉ XXI. Tại Hội nghị Văn hóa và Ngoại giao tổ chức ở Mỹ năm 2000, Tổng thống Mĩ Bill Clinton đã nhấn mạnh rằng: “*Văn hóa có sức thâm nhập mạnh, có thể đạt được mục tiêu mà các biện pháp chính trị và quân sự khó có thể đạt được*” [1, tr.317]. Vì vậy, NGVH đã trở thành xu hướng ngoại giao được ưa chuộng đối với các quốc gia, NGVH là chìa khóa mở cánh cửa quan hệ, là nhân tố đảm bảo các mục tiêu đối ngoại quốc gia hiệu quả nhất.

Trên thế giới, mỗi quốc gia đều có quan điểm của riêng mình về lĩnh vực này, NGVH có thể là công cụ để tạo ảnh hưởng (các nước lớn như Hoa Kỳ, Trung Quốc...), là sự thúc đẩy kinh tế (các nước tầm trung như Hàn Quốc, Mexico, Australia...) hay vừa phát triển, vừa khẳng định sự tồn tại (các nước nhỏ như Thái Lan, Singapore, Malaysia...). Hiện nay, trong quan hệ quốc tế, xu thế “*đôi thoại, hợp tác cùng tồn tại hòa bình giữa các quốc gia*” đang là xu thế chủ đạo. Vì vậy, NGVH ngày càng được triển khai

như một công cụ hữu hiệu - một “*sức mạnh mềm*” của các quốc gia nhằm tăng cường hợp tác giữa các quốc gia cũng như khuất phục các quốc gia nhỏ, yếu hơn hiện đang đối đầu với mình.

3. Quá trình triển khai NGVH với tư cách là quyền lực mềm của Ấn Độ từ đầu thế kỉ XXI đến nay

3.1. Xuất khẩu sản phẩm điện ảnh (Bollywood)

Khi nhắc đến kinh đô điện ảnh thế giới Hollywood, người ta không thể bỏ quên Bollywood - ngành công nghiệp điện ảnh lớn nhất thế giới. Tên gọi Bollywood được ghép từ chữ Bombay (tên gọi cũ của thành phố Mumbai ngày nay) và Hollywood (ngành công nghiệp điện ảnh Hoa Kỳ). Thế kỉ XXI chứng kiến sự phổ biến rộng rãi của điện ảnh Bollywood. Những bộ phim của Bollywood thu hút khán giả ở mọi lứa tuổi. Trên phương tiện truyền thông toàn cầu, Bollywood đã được nhắc đến như nền công nghiệp 3,5 tỉ USD. Điều này đã giúp cho Ấn Độ trở thành một trong những quốc gia thu hút đầu tư nước ngoài nhiều nhất trên thế giới. Bollywood chính là xưởng phim lớn nhất thế giới trên phương diện số lượng sản xuất và lượt người xem: mỗi năm lại có nhiều hơn cả tỉ người xếp hàng mua vé để xem phim Bollywood hơn là phim Hollywood. Ngày nay, cứ mỗi năm Ấn Độ sản xuất hơn 1000 bộ phim nói tiếng Hindi và các ngôn ngữ khác, nhiều hơn hẳn lượng phim của Hollywood sản xuất. Hàng ngày, có 14 triệu người Ấn Độ xem các bộ phim của Bollywood. Hơn thế nữa, những bộ phim của Bollywood được

khán giả trên 70 quốc gia theo dõi.

Trong năm 2013, nền công nghiệp giải trí và truyền thông của Ấn Độ đã đạt mức 29 tỉ USD; đồng thời, tư liệu trên Youtube về Bollywood có nhiều hơn Hollywood, cho dù sự hiện diện trên toàn cầu của Hollywood đáng kể hơn Bollywood. Hàng năm, các bộ phim của Bollywood được tôn vinh tại ít nhất 6 hạng mục giải thưởng. Vào năm 2009, việc bộ phim *Slumdog Millionaire* (*Triệu phú khu ổ chuột*) giành được tới 8 giải Oscar và hàng loạt giải thưởng lớn nhỏ khác, trở thành một trong những tác phẩm về đất nước Ấn Độ thành công nhất mọi thời đại, đã thể hiện sự thừa nhận sức mạnh tiềm ẩn của nền công nghiệp điện ảnh Bollywood. Ngoài ra, *My Name Is Khan* (*Tên tôi là Khan*) - một bộ phim ra mắt năm 2010 về những trải nghiệm và nỗi buồn của một người đàn ông vô tội người Ấn Độ theo đạo Hồi sống ở Mỹ, người bị buộc tội trong một vụ khủng bố, được chiếu ở 64 quốc gia và được Tạp chí Foreign Policy xếp hạng là một trong những bộ phim hay nhất thuộc chủ đề ngày 9/11.

Chính sự thành công của nền điện ảnh Bollywood đã giúp nhiều người biết đến văn hóa truyền thống của Ấn Độ. Khi xem các thể loại phim Bollywood, khán giả thường bắt gặp các nghi lễ, lễ hội lớn ở Ấn Độ. Đặc biệt, ca hát và nhảy múa là một phần không thể thiếu trong các bộ phim. Nhiều người trở nên thích thú với các điệu nhảy Bollywood cực kỳ đẹp mắt được trình diễn thông qua các bộ phim. Nền công nghiệp điện ảnh Ấn hỗ trợ cho nền âm nhạc rất lớn khi những bài hát

trong phim chiếm hơn 70% thị phần âm nhạc nước này. Các ngôi sao nổi tiếng Bollywood như Aishwarya Rai, Amitabh Bachchan, Shah Rukh Khan, Madhuri Dixit-Nene... đã được dựng tượng sáp tại Bảo tàng Madame Tussauds ở thủ đô Luân Đôn (Anh).

Ngày nay, ngành công nghiệp sản xuất phim tiếng Hindi đã tự mình vươn xa ra tầm thế giới và bắt đầu được công nhận trong nền giải trí quốc tế. Bollywood đã trở thành một phần quan trọng của văn hóa không chỉ ở Ấn Độ, tiêu lục địa Ấn Độ mà còn lan rộng sang Trung Đông, một phần của châu Phi, một phần khu vực Đông Nam Á và cộng đồng người Nam Á trên toàn thế giới. Bollywood có lượng khán giả đông nhất tại các nước như Anh, Canada, Úc, Mỹ - nơi có một lượng lớn người nhập cư gốc Ấn. Nền công nghiệp và chính quyền Ấn Độ đã nhận ra và tận dụng quyền lực tiềm năng của văn hóa ở mức độ cao nhất, như lời của cựu thủ tướng Ấn Độ Manmohan Singh: "*Quyền lực mềm của Ấn Độ theo một cách nào đó được hiểu là một công cụ rất quan trọng trong chính sách đối ngoại. Những mối quan hệ văn hóa, nền phim ảnh của Ấn Độ - Bollywood - tôi có thể thấy khắp nơi ở Trung Đông, ở châu Phi, người ta cứ nhắc đến phim Ấn Độ suốt. Vì vậy, độ phổ biến của Bollywood sẽ gia tăng tầm ảnh hưởng của Ấn Độ trên thế giới. Quyền lực mềm ngày càng có vai trò quan trọng trong việc quyết định sức mạnh và vị thế quốc gia*" [13].

3.2. Khôi phục và truyền bá các giá trị Phật giáo

Hơn một ngàn năm sau khi Phật giáo suy giảm và tưởng chừng như đã biến mất ở Ấn Độ, Phật giáo đã trở lại vùng đất sinh ra mình và trở thành một phần không thể thiếu của các hoạt động ngoại giao phục vụ cho sức mạnh mềm của đất nước này. Phật giáo ngày càng trở nên phổ biến với hình ảnh là một tôn giáo hòa bình. Điều này đã giúp nó trở thành một công cụ hữu ích của quyền lực mềm mà một số nước châu Á như Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc triệt để sử dụng trong chính sách đối ngoại của họ.

Vào thời cận đại, sự lan rộng của Phật giáo ở châu Á không phải chỉ nhờ vào việc phổ biến các giáo điều. Đây cũng là một công cụ mà vua chúa sử dụng để mở rộng sự ảnh hưởng của họ ra ngoài biên giới và đồng thời là phương tiện chuyên chở các ý tưởng, phong cách nghệ thuật và kiến trúc, triết lí và phong cách sống. Thông qua Phật giáo, các vương quốc ở châu Á thời kì cận đại có sự giao thoa tương tác qua lại với nhau. Các vương quốc đã có cơ hội tiếp xúc nhau qua những vấn đề liên quan đến Phật giáo, như việc gửi các nhà truyền giáo đến một vương quốc khác hay tiếp đón các nhà truyền giáo đến vương quốc của họ, nhận hay tặng các di vật có liên quan... Hoặc khi các vị vua gây chiến chỉ nhằm đạt được quyền kiểm soát các di vật hay di tích liên quan đến Phật giáo thì Phật giáo ở các vương quốc này cũng có rất nhiều cơ hội để tiếp xúc với nhau. Bản dịch các kinh Phật thường là do các nhà sư từ nhiều nước khác nhau cùng hợp tác và việc tặng các bản dịch hay các di vật này là một công cụ ngoại giao có giá trị

trong thời kì cận đại. [14, tr.16]

Trong những thập kỉ gần đây, sự hồi sinh của Phật giáo ở châu Á là công cụ của chính sách ngoại giao quyền lực mềm. Nguyên tắc nối không với bạo lực là nguyên tắc chủ đạo của Phật giáo, điều này giúp cho Phật giáo trở thành một nguồn lực mạnh mẽ của quyền lực mềm trong thời kì hiện nay bởi nó đem hình ảnh của một đất nước yêu chuộng hòa bình đến với thế giới. Bên cạnh đó, có rất nhiều tín đồ đạo Phật ở Nam Á, Đông Nam Á và Đông Á nên cũng rất dễ hiểu khi người ta sử dụng đạo Phật để tiếp cận với các nước ở các khu vực kể trên.

Là những cường quốc đang đà phát triển mạnh, Ấn Độ và Trung Quốc đều đang giành nhau về sức ảnh hưởng ở châu Á và xa hơn nữa. Vũ khí mà họ mang theo trong cuộc chiến này không chỉ là sức mạnh cứng mà đặc biệt là sức mạnh mềm với việc dùng Phật giáo như một công cụ đầy quyền năng. Ông Seshadri Chari – thành viên của ban điều hành BJP, một trong những nhà tổ chức chính của lễ Phật Đản ở Thủ đô New Delhi khẳng định: “*Ấn Độ sở hữu một kho tàng Phật giáo, vì thế chúng ta nên sử dụng lợi thế này*” [2]. Ông cho rằng kế hoạch của chính phủ Modi sẽ tạo ra những bước đi lớn về mặt ngoại giao. Ông Chari còn cho rằng: “*Phật giáo tạo ra lợi thế kép cho Ấn Độ. Ngoài việc trở thành đòn bẩy cho hoạt động ngoại giao trong khu vực thì Phật giáo cũng còn là một điểm mấu chốt để thu hút khách du lịch. Ngay cả các nhà lãnh đạo thế giới cũng có thể đến tham quan các trung tâm Phật giáo như Bodhgaya và Sarnath*”

[2]. Khác với Trung Quốc, nước đã sử dụng Phật giáo như là một nguồn lực sức mạnh mềm ngay từ những năm 50, chỉ những năm gần đây, Ấn Độ mới nghiêm túc sử dụng Phật giáo trong các chính sách đối ngoại. Nguyên Ngoại trưởng Ấn Độ, ông Krishnan Srinivasan nhận định: “*Phật giáo ở châu Á là một trong những vốn quý to lớn nhất của chúng tôi, một yếu tố đặc biệt trong sức mạnh mềm của chúng tôi*” [4]. Phật giáo có thể được xem như một nguồn của sức mạnh mềm Ấn Độ nhằm tạo sự ảnh hưởng ở các quốc gia châu Á, đặc biệt là Nam Á và Đông Nam Á thông qua việc tổ chức các diễn đàn, hội nghị Phật giáo; tăng cường quan hệ với các nước; tổ chức các tour du lịch hành hương và thực hiện các chuyên công du chính thức nước ngoài.

❖ *Tổ chức các diễn đàn, hội nghị Phật giáo*

Nhận thấy tiềm năng của Phật giáo sẽ là một cơ hội đối với chính sách đối ngoại, Trung Quốc nhanh chóng đưa ra ý kiến đòi quyền giám hộ Phật giáo trên thế giới như việc triệu tập Diễn đàn Phật giáo Thế giới (WBF) lần đầu tiên vào năm 2006, Diễn đàn WBF lần thứ hai - năm 2009, Diễn đàn WBF thứ ba - năm 2012 và gần đây nhất là Diễn đàn WBF thứ tư vào năm 2015. Đồng thời, năm 2014, Trung Quốc xúc tiến tuyên truyền Phật giáo bằng việc tổ chức Đại hội Liên hữu Phật giáo Thế giới lần thứ 27 (The 27th General Conference of the World Fellowship of Buddhists). Đáp trả việc này là vào năm 2011, Đại hội Phật giáo toàn cầu lần đầu tiên đã được tổ chức tại New Delhi (Ấn Độ) với sự tham dự của

các học giả Phật giáo như Đức Đạt Lai Lạt Ma cùng hơn 800 đại biểu, quan sát viên của 40 nước trên thế giới. Sau đó, vào năm 2012, Ấn Độ và Myanmar đã đồng tổ chức một hội nghị quốc tế kéo dài ba ngày về di sản văn hóa Phật giáo ở Yangon.

❖ *Tăng cường quan hệ với các nước*

Nhằm tránh sự gia tăng ảnh hưởng của Trung Quốc, các nhà hoạch định chính sách Ấn Độ đã tăng cường quan hệ với các nước láng giềng của Ấn Độ như Pakistan, Bangladesh, Sri Lanka, Nepal và Myanmar, cũng như hợp tác với Trung Quốc, Nhật Bản và Singapore.

Tháng 5 năm 2012, Thủ tướng Ấn Độ Manmohan Singh cúng dường một pho tượng Phật bằng sa thạch cao 4,8 mét cho chùa Shwedagon trong chuyến thăm Myanmar. Tiếp theo đó là tháng 8 năm 2012, Ấn Độ đã đưa các thánh vật Kapilavastu lưu giữ trong bảo tàng quốc gia ở New Delhi đến giới thiệu ở nhiều vùng của Sri Lanka, thu hút sự chú ý của đông đảo Phật tử ở đảo quốc này. Tháng 02 năm 2011, để chào mừng năm thứ 2.600 Đức Phật thành đạo, Ấn Độ đã đồng ý cho Sri Lanka mượn các mảnh xương của Đức Phật - còn gọi là xá lợi Kapilavastu - cho một cuộc trưng bày triển lãm xá lợi. Đây sẽ là lần đầu tiên trong nhiều thập kỉ, các mảnh xương này - được bảo quản tại Viện Bảo tàng Quốc gia - được đưa ra khỏi Ấn Độ. Vào năm 2013, Ấn Độ tiếp tục cho Sri Lanka mượn bốn mảnh xương của Đức Phật cho một tour du lịch kéo dài hai tuần ở đất nước này. Rõ ràng, thông qua việc trưng bày các thánh vật cũng như cho mượn

các di vật của Đức Phật, Ấn Độ đã nỗ lực tạo ảnh hưởng của mình ở Sri Lanka – một trong những quốc gia Phật giáo lâu đời nhất từ thời đế quốc Mauryan, dưới sự trị vì của vua Ashoka.

Trong tất cả các sáng kiến về sức mạnh mềm liên quan đến đạo Phật của Ấn Độ thì dự án xây dựng Trường Đại học Nalanda là có tiềm năng lớn nhất cho việc tăng sự thu hút và sức ảnh hưởng của Ấn ở châu Á và trên thế giới. Mặc dù ý tưởng xây dựng trường đại học là của Ấn Độ và được đặt ở Ấn nhưng đây là một nỗ lực hợp tác to lớn của rất nhiều quốc gia (gồm Trung Quốc, Nhật Bản và Singapore) với những hỗ trợ về mặt tiền quỹ, chuyên môn, và cơ sở hạ tầng. Thành viên của nhóm cố vấn, của hội đồng quản trị, giảng viên và sinh viên của trường đại học này đến từ nhiều nước khác nhau. Trường Đại học Nalanda *“nổi lên như là một công cụ đặc lực hỗ trợ sức mạnh mềm ở hai cấp bậc: một là cho khu vực châu Á trong mối quan hệ với phương Tây và hai là cho Ấn Độ trong mối quan hệ với khu vực châu Á”* [11].

Ấn Độ và Trung Quốc cũng hợp tác với nhau, cụ thể là: năm 2006, Trung Quốc giúp Ấn Độ khôi phục lại Nhà tưởng niệm ngài Huyền Trang ở Nalanda và Ấn Độ thì giúp Trung Quốc xây dựng một ngôi đền Phật giáo theo phong cách Ấn trong Khu đền quốc tế Bạch Mã ở Lạc Dương. Sự hợp tác này được kì vọng sẽ thúc đẩy sự trao đổi giao lưu và hợp tác trong các lĩnh vực khác cho mối quan hệ song phương Ấn - Trung.

Chính sách ngoại giao thông qua Phật giáo của Ấn Độ còn được hình

thành bởi vấn đề về người Tây Tạng. Việc bảo hộ cho Đức Đạt Lai Lạt Ma và những người theo đạo của ông ở Ấn Độ đã nâng cao hình ảnh và ảnh hưởng của Ấn không chỉ ở trong lòng các Phật tử Tây Tạng và châu Á, mà còn ở cả phương Tây. Kết quả là, hàng nghìn người phương Tây đến Ấn Độ vì vừa quan tâm đến Phật giáo Tây Tạng và Đức Đạt Lai Lạt Ma cũng như cảm thông với những người Tây Tạng.

❖ *Tổ chức các tour du lịch hành hương*

Đối với Ấn Độ, loại hình du lịch tâm linh với các tour hành hương thực sự là nhân tố chính yếu trong việc tái cân bằng quyền lực ở khu vực Đông Nam Á và Đông Á. Các hoạt động ngoại giao liên quan đến Phật giáo hiện đang được coi là một công cụ có sức thuyết phục cao trong chính sách đối ngoại. Chính phủ Ấn đang đẩy mạnh hoạt động của các địa điểm có di sản Phật giáo đã từng bị lãng quên trong quá khứ đồng thời đầu tư nhiều hơn vào những địa điểm như vậy để bảo tồn và phát huy thế mạnh của chúng. Sự phát triển nhanh chóng của các tour du lịch hành hương trong và ngoài nước đã gợi trí tò mò cho du khách về các nơi Bihar, Madhya Pradesh, Maharashtra và Orissa cũng như thể hiện nỗ lực của chính phủ Ấn mang hình ảnh của một đất nước rộng lớn, sặc sỡ và lôi cuốn đến với mọi người dân trên thế giới.

❖ *Thực hiện các chuyến công du chính thức nước ngoài*

Dưới sự lãnh đạo của chính phủ mới, “Chính sách hướng Đông” của Ấn Độ đã chuyển thành “Hành động phía

Đông”, thể hiện sự chủ động hơn của Ấn Độ trong tăng cường quan hệ giữa hai cực tăng trưởng trong một châu Á đang nổi lên. Ấn Độ đã sử dụng Phật giáo để thu hút cũng như tạo ảnh hưởng ở các quốc gia trong và ngoài khu vực. Điều này được phản ánh trong một loạt các chuyến thăm cấp cao ở những tháng đầu tiên trong nhiệm kỳ cầm quyền của Thủ tướng Narendra Modi. Ngay sau khi nhậm chức, thủ tướng Modi đã có chuyến công du chính thức nước ngoài ở hai quốc gia Phật giáo láng giềng là Bhutan và Nepal – nơi Đức Phật ra đời. Tiếp theo là các chuyến công du chính thức đến Nhật Bản, Myanmar và Trung Quốc – ba quốc gia Phật giáo khác ngoài khu vực Nam Á truyền thống của Ấn Độ. Trong các chuyến thăm ngoại giao chính thức của mình, Thủ tướng Modi cũng đã đến thăm các ngôi chùa và tu viện Phật giáo. Ông khẳng định: *“Trong tất cả các chuyến đi nước ngoài của tôi, tôi luôn dành một ngày để đến thăm một ngôi chùa Phật giáo”*. Trong chuyến thăm Nhật Bản vào tháng 8 năm 2014, ông đã dâng lời cầu nguyện cùng với người dân và khách du lịch tại Toji và Kinkakuji – hai ngôi chùa Phật giáo cổ nổi tiếng tại đất nước này. Tương tự, trong chuyến thăm Sri Lanka vào tháng 3 năm 2015, Modi đã đến gặp mặt các tu sĩ Phật giáo tại chùa Mahabodhi ở thủ đô Colombo - Sri Lanka và cầu nguyện dưới cây bồ đề linh thiêng ở thành phố Anuradhapura. Vào tháng 5 năm 2015, trong chuyến thăm 3 ngày tới Trung Quốc để tăng cường hợp tác kinh tế giữa hai nước, Thủ tướng Modi đã đến thăm tháp Đại Nhật

và tượng pháp sư Huyền Trang thuộc thành phố Tây An, vốn là quê hương của Chủ tịch Tập Cận Bình. Ngoài ra, Ngoại trưởng Ấn Độ Sushma Swaraj chọn Myanmar là điểm đến đầu tiên trong chuyến công du nước ngoài của mình trong tháng 8 năm 2014.

Như vậy, thông qua các hoạt động “ngoại giao Phật giáo”, Ấn Độ hi vọng có thể kết nối với người dân ở các khu vực có ảnh hưởng truyền thống của Ấn Độ trong lịch sử: Nam Á, Đông Á và đặc biệt là Đông Nam Á. Vì thế, ngoại giao Phật giáo là một công cụ hiệu quả trong việc triển khai sức mạnh mềm của Ấn Độ đối với các khu vực kể trên. Tầm quan trọng của Phật giáo trong nguồn lực sức mạnh mềm của quốc gia càng được khẳng định trong bài phát biểu của Thủ tướng Modi: *“Người ta nói rằng thế kỉ XXI sẽ là thế kỉ của châu Á và không có tranh cãi gì về điều này... Nếu không có Đức Phật thì thế kỉ này sẽ không thể là thế kỉ của châu Á”* [12]. Thật vậy, chính phủ Modi đang cố gắng thúc đẩy việc xây dựng Ấn Độ thành trung tâm của Phật giáo thế giới và đang nỗ lực mở rộng quyền lực mềm của Ấn Độ bằng cách sử dụng mối liên kết đối với Đức Phật trong chính sách đối ngoại cả về chính trị lẫn kinh tế.

3.3. *Phổ biến nghệ thuật Yoga*

Thông qua các chính sách và các hoạt động ngoại giao, Thủ tướng Narendra Modi đã nỗ lực không ngừng để mang đến thế giới hình ảnh về một đất nước Ấn Độ - một người chơi mang tầm quốc tế cũng như cố gắng tái khẳng định thương hiệu Ấn Độ với một truyền thống về triết học và tôn giáo lâu đời thông qua

các chính sách đối ngoại. Với mục đích này, yoga trở thành phương tiện nhằm thúc đẩy hình ảnh về một nhà lãnh đạo tinh thần mang tính toàn cầu, một Vishwa Guru hay một “Guru” (nhà lãnh đạo/ bậc thầy tôn giáo) của thế giới. Tháng 9 năm 2014, trong Đại hội đồng Liên hiệp quốc, với mục tiêu biến yoga thành một hiện tượng toàn cầu, Thủ tướng Modi đã phát biểu rằng “yoga là một món quà của Ấn Độ cho thế giới” và ông đã thực hiện thành công cuộc vận động nhằm đưa ngày 21 tháng 6 trở thành ngày Quốc tế Yoga. Đồng thời, cũng trong năm 2014, Thủ tướng Modi thành lập Bộ Yoga và Y học truyền thống với mục đích đẩy mạnh quảng bá truyền thống và văn hóa Ấn ra thế giới. Cơ quan này có nhiệm vụ quảng bá môn yoga, ayurveda (y học cổ truyền của người Hindu), thiên nhiên liệu pháp, unani (một liệu pháp chữa bệnh ở khu vực Trung Đông và Nam Á), Siddha (một trường phái tu tập của người Ấn thông qua yoga)... Sự thừa nhận của quốc tế đối với yoga thực sự cũng là sự thừa nhận những nỗ lực của thủ tướng Modi, lấy yoga làm công cụ trong các hoạt động ngoại giao để củng cố quyền lực mềm của Ấn Độ.

Ngày Quốc tế Yoga lần đầu tiên được Ấn Độ tổ chức vào ngày 21 tháng 6 năm 2015 tại phố Rajpath thuộc thủ đô New Delhi. Trong dịp này, thủ tướng Modi đã tham gia và thực hiện một số tư thế yoga cùng với gần 36.000 người thuộc 152 quốc gia. Theo nguồn tin tại Ấn Độ, lễ kỉ niệm Ngày Quốc tế Yoga lần thứ nhất diễn ra tại 251 thành phố của 191 nước trên toàn thế giới, trong đó có

Việt Nam.

Không chỉ có Thủ tướng Modi, mà các quan chức cấp cao chính phủ Ấn Độ như Tổng thống Pranab Mukherjee, Ngoại trưởng Sushma Swaraj, Bộ trưởng Môi trường Prakash Javadekar, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp Harish Rawat, Thống đốc Krishan Kant Paul... cũng đã hưởng ứng Ngày Quốc tế Yoga đầu tiên và đã có những hành động thiết thực nhằm biến yoga thành dấu ấn văn hóa xuất khẩu của Ấn Độ.

Nhân dịp Liên hiệp quốc tuyên bố Ngày Quốc tế Yoga, Tổng thống Ấn Độ Pranab Mukherjee đã phát biểu rằng: “*Yoga là một bộ môn nghệ thuật, khoa học và triết lí sống*”. Tổng thống Mukherjee cho biết chính phủ Ấn Độ đã khuyến khích nghiên cứu về yoga và thành lập các trung tâm được trang bị tốt để dạy yoga. Ông tin tưởng rằng việc Liên hiệp quốc tuyên bố Ngày Quốc tế Yoga sẽ góp phần phổ biến yoga trên toàn cầu và tạo điều kiện cho mọi người được hưởng lợi ích từ di sản vô giá này của Ấn Độ.

Tại trụ sở Liên hiệp quốc, Ngoại trưởng Ấn Độ Sushma Swaraj đã tham gia Ngày Quốc tế Yoga đầu tiên ở New York cùng với Tổng thư kí Liên hiệp quốc Ban ki-Moon, Chủ tịch Đại hội đồng Liên hiệp quốc khóa 69, Sam Kutesa, nhà lãnh đạo tinh thần Ấn Độ Sri Sri Ravi Shankar và một số nhà ngoại giao khác. Ngoại trưởng Sushma Swaraj nhắc lại rằng “*Quyết định thành lập ngày quốc tế Yoga của Liên Hiệp Quốc đã cho thấy sự đánh giá cao của thế giới đối với Ấn Độ cũng như đánh dấu sự gia tăng*

quyền lực mềm tại đất nước này” [11]. Trong một thế giới luôn bị vây quanh bởi bạo lực và xung đột như hiện nay, Ngoại trưởng cho rằng việc luyện tập yoga chính là một liều thuốc giải độc hoàn hảo để ngăn chặn những khuynh hướng tiêu cực và đem nhân loại đến với sự bình yên. “Toàn bộ thế giới là một gia đình, và chúng ta có thể đoàn kết thế giới bằng yoga. Vào thời điểm khi mà các cuộc xung đột sắc tộc và bạo lực cực đoan đang đe dọa làm mất ổn định xã hội, thì yoga sẽ có thể ngăn chặn những điều xấu xa đó để đưa chúng ta tới sự hòa hợp và hòa bình” [11].

Bộ trưởng Môi trường Prakash Javadekar cho biết yoga chính là quyền lực mềm của Ấn Độ. Ông đã lập ra một ban điều hành yoga tại trụ sở của Viện Nghiên cứu Công nghiệp rừng. Trong bài phát biểu ngắn gọn của mình, Bộ trưởng Javadekar kêu gọi mọi người hãy yêu quý yoga và làm cho nó trở thành một thói quen hàng ngày của họ để đạt được sức khỏe thể chất và tinh thần. Ông nói: *“Thủ tướng Narendra Modi đã làm cho khoảng hai tỉ người Ấn Độ ngày hôm nay cảm thấy tự hào vì yoga đã được biết đến trên phạm vi toàn cầu với hơn 170 quốc gia ủng hộ và luyện tập yoga. Đây chính là quyền lực mềm của Ấn Độ” [15].*

Trong khi đó, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp Harish Rawat đã khánh thành một hội thảo cấp nhà nước về yoga tại Parade Ground và công bố kế hoạch cho việc xúc tiến yoga hơn nữa. Ông cũng biểu diễn một vài động tác yoga nhẹ nhàng để đánh dấu sự kiện này. Bộ trưởng Rawat cho biết mặc dù yoga đã là một phần

trong đời sống của Ấn Độ từ hàng ngàn năm nay, nhưng bây giờ yoga mới chính thức được chấp nhận trên toàn cầu thông qua Ngày Quốc tế Yoga.

Việc người Ấn luyện tập từ xưa bộ môn yoga nhận được sự mến mộ của toàn thế giới và đã trở thành một nguồn sức mạnh mềm của Ấn Độ. Những người đã phổ biến yoga ở châu Âu và Mĩ nổi bật phải kể đến là Paramhansa Yogananda, BKS Iyengar, K. Pattabhi, và TKV Desikachar. Việc các trung tâm yoga phát triển nở rộ ở nhiều nơi trên thế giới như ở Mĩ, Úc, hầu hết các nước ở châu Âu, nhiều quốc gia ở Nam Mĩ, châu Phi và một số quốc gia châu Á thực sự là một minh chứng xác thực cho độ phổ biến yoga. Rất nhiều người nổi tiếng của Hollywood và Bollywood cũng tập yoga. Ngày nay, yoga không chỉ trở thành một phần trong chương trình giảng dạy và học tập ở một số viện giáo dục ở Ấn Độ mà còn ở Mĩ và châu Âu. Hiện nay, trên thế giới có khoảng 40 triệu người luyện tập yoga và có hơn 600 trung tâm yoga hoạt động ở 40 nước. Chỉ riêng ở Mĩ có hơn 20 triệu người tập yoga và số tiền mỗi năm người Mĩ chi cho môn tập nâng cao sức khỏe này lên tới hơn 10 tỉ USD.

Yoga trở thành một hiện tượng toàn cầu về mặt thương mại. Ví dụ, các đĩa DVD hướng dẫn tập yoga “Yoga Inferno” của Jillian Michaels, hay sách dạy yoga “Slim Calm Sexy Yoga” của hướng dẫn viên dạy yoga để người học có thân hình như người mẫu Tara Stiles có số lượng phát hành rất lớn trên toàn thế giới.

4. Kết luận

Trên cơ sở tiếp cận lí thuyết, sức mạnh mềm (Soft Power) là khả năng đạt được điều mình mong muốn thông qua sức hấp dẫn của các giá trị (chủ yếu là văn hóa), chứ không phải bằng mua chuộc hay ép buộc, nên nó phải trải qua một quá trình, phải có thời gian. Đặc biệt, chính sách sử dụng “sức mạnh mềm” chỉ được triển khai hiệu quả khi bản thân quốc gia đó tạo ra được những giá trị đích thực, nhất là về văn hóa, được nhiều người thừa nhận, mến mộ và chia sẻ. Có thể nói, trong thời đại ngày nay, các quốc gia dù phát triển hay đang phát triển, đều phải vận dụng NGVH như một công cụ hữu hiệu của sức mạnh mềm để khẳng định hình ảnh của đất nước mình trong cộng đồng quốc tế.

Là một trong những cái nôi của nền văn minh cổ đại, Ấn Độ - với một bề dày về văn hóa và lịch sử - ngày càng có ảnh hưởng sâu rộng tới các nước trong khu vực và trên toàn thế giới. Những nỗ lực trong NGVH (xuất khẩu sản phẩm điện ảnh (Bollywood), khôi phục và truyền bá các giá trị Phật giáo, phổ biến nghệ thuật yoga) đã tạo hiệu quả rõ nét trong việc

xây dựng và phát triển sức mạnh mềm của Ấn Độ. Việc tồn tại các hạn chế là điều không thể tránh khỏi nhưng phải thừa nhận rằng Ấn Độ đã thành công trong việc tạo nên sức hấp dẫn cho riêng mình.

Đối với Việt Nam, có thể thấy rằng nước ta có rất nhiều tiềm năng để gia tăng ảnh hưởng sức mạnh mềm trong khu vực như tinh thần tự chủ, độc lập dân tộc; chính sách phát triển kinh tế và nền văn hóa đặc sắc, đa dạng. Như vậy, để phát huy sức mạnh mềm của đất nước, Việt Nam cần phải tăng cường NGVH bởi NGVH là một trong những công cụ quan trọng nhất tạo nên sức mạnh mềm của một quốc gia. Bên cạnh đó, cần quan tâm và đầu tư thích đáng vào việc xây dựng thương hiệu quốc gia, tận dụng hiệu quả sức mạnh của công nghệ thông tin và truyền thông... Tất cả những chiến lược trên sẽ giúp đẩy mạnh và phát triển sức mạnh mềm Việt Nam một cách toàn diện và hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Vũ Dương Huân (2010), *Ngoại giao và công tác ngoại giao*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
2. Aurora, B. V. (2015), “PM Narendra Modi keen on projecting India as a ‘soft power’, uses Buddha connect in foreign policy”, *The Economic Times*. http://articles.economictimes.indiatimes.com/2015-05-05/news/61833609_1_pm-narendra-modi-president-xi-jinping-hiuen-tsang, truy cập ngày 5 tháng 5 lúc 4:12.
3. Adebolu, S. (2007), “Cultural Diplomacy: Introduction to an Essential Part of Diplomatic Relations”. http://internationalaffairs.suite101.com/article.cfm/cultural_diplomacy, truy cập ngày 9/5/2010

4. Bhaumik, S. (2013), “China and India use Buddha for regional karma”, *Al Jazeera*. <http://www.aljazeera.com/indepth/features/2013/01/2013171148400871.html>, truy cập ngày 11 tháng 1 lúc 16:18.
5. Cummings, M. (2003), *Cultural Diplomacy and the US Government: A Survey*, Center for Arts and Culture, Washington
6. Joseph S. Nye (1990), “Soft Power”, *Foreign Policy*, No. 80, Twentieth Anniversary (Autumn, 1990).
7. Joseph S. Nye (2004), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, New York.
8. Knorr, K. (1973), *Power and Wealth: The Political Economy of International Power*, Basic Books, New York.
9. Michael J. Deane (2008), *Soft Power Workshop*, The Johns Hopkins University, August 13. http://www.jhuapl.edu/ourwork/nsa/workshop_files/soft_power_ga.pdf
10. Muni, S. D. (2010), “Nalanda: a soft power project”, *The Hindu*. <http://www.thehindu.com/opinion/lead/nalanda-a-soft-power-project/article604248.ece>, truy cập ngày 31 tháng 8 lúc 15:36.
11. NDTV (2015), “UN's Decision to Mark Yoga Day Shows India's Soft Power: Sushma Swaraj”. <http://www.ndtv.com/india-news/uns-decision-to-mark-yoga-day-shows-indias-soft-power-sushma-swaraj-774031>, truy cập ngày 22 tháng 6 lúc 12:13]
12. Pethiyagoda, K. (2015), “Modi deploys his culture skills in Asia”, *Brookings India*. <http://www.brookings.in/in-focus/modi-deploys-his-culture-skills-in-asia/>, truy cập ngày 9 tháng 6.
13. Sign, Manmohan (2008), “PM's address to IFS Probationary Officers”. <http://archivepmo.nic.in/drmanmohansingh/speech-details.php?nodeid=666>, truy cập ngày 11 tháng 6.
14. Tansen Sen (2012), “The Spread of Buddhism to China: A Re-examination of the Buddhist Interactions between Ancient India and China”, *China Report*, vol.48 (11).
15. The Economic Times (2015), “Yoga is India's soft power, says Prakash Javadekar”. http://articles.economictimes.indiatimes.com/2015-06-21/news/63671818_1_international-yoga-day-yoga-session-asanas, truy cập ngày 21 tháng 6 lúc 15:38.

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 26-3-2016; ngày phản biện đánh giá: 30-5-2016;
ngày chấp nhận đăng: 27-8-2016)