ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

Nguyễn Thị Thanh Hoa

QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC VÀ NHẬT BẢN (2003- 2024)

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUỐC TẾ HỌC

Hà Nội - 2026

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

Nguyễn Thị Thanh Hoa

QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC VÀ NHẬT BẢN (2003- 2024)

Chuyên ngành: Quan hệ quốc tế
Mã số: 9310601.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUỐC TẾ HỌC

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
1. PGS.TS. Phạm Văn Thủy
2. TS. Phạm Thị Yên

Hà Nội - 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận án tiến sĩ "Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003-2024)" là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu và dữ liệu nêu trong luận án có nguồn gốc rõ ràng. Những kết luận của luận án trung thực, khách quan và chưa từng được công bố trong bất kỳ một công trình nào khác.

Tác giả luận án

Nguyễn Thị Thanh Hoa

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, tôi vô cùng cảm ơn PGS.TS. Phạm Văn Thủy và TS. Phạm Thị Yên đã luôn đem lại cho tôi nhiều năng lượng tích cực trong suốt quá trình nghiên cứu. Những lời hướng dẫn, nhận xét cùng nguồn tài liệu của Thầy Cô đã chia sẻ rất hữu ích cho tôi hoàn thành được Luận án.

Đặc biệt, tôi xin gửi lời cảm kích chân thành đến GS.TS. Hoàng Khắc Nam, người đã đưa ra những quan điểm, kiến thức học thuật quý báu để tôi có thể phát triển được ý tưởng thành đề tài nghiên cứu trong Luận án. Trong quá trình học tập, tôi cũng rất trân trọng sự giảng dạy, hỗ trợ, quan tâm của Ban Chủ nhiệm và toàn thể Thầy/Cô giảng viên Khoa Quốc tế học, Phòng đào tạo thuộc Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội - nơi tôi theo học chương trình Nghiên cứu sinh tiến sĩ. Sự trân quý của tôi cũng xin được gửi đến Quỹ Nhật Bản - Japan Foundation, GS. Shigeto Sonoda thuộc Khoa Nhật Bản học Trường Đại học Tokyo, GS. Alexis Dudden khoa Nhật Bản học Trường Đại học Quốc gia Singapore, TS. Đào Minh Hồng thuộc khoa Quan hệ quốc tế trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP. Hồ Chí Minh, TS. Nguyễn Thị Hoài Châu thuộc khoa Nhật Bản học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TP. Hồ Chí Minh cùng rất nhiều thầy cô trong lĩnh vực quan hệ quốc tế đã cho tôi cơ hội được học hỏi, tham vấn ý kiến và thu thập được những tài liệu, dữ liệu khảo sát thực tế liên quan đến chủ đề Luận án. Đồng thời, tôi cũng cảm ơn Ban chủ nhiệm khoa Quan hệ quốc tế & Truyền thông, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh đã tạo điều kiện cho việc học tập của tôi.

Bên cạnh đó, tôi xin được tri ân những người bạn bè cùng khóa học như NCS Trần Mỹ Hải Lộc, NCS Trần Thị Thủy, những anh chị em NCS khóa QH 2022, những đồng nghiệp cùng những người bạn đã luôn tận tâm hỗ trợ việc nghiên cứu đề tài. Cuối cùng, tôi cảm ơn những những thành viên trong gia đình đã luôn động viên, đồng hành với tôi trong suốt quá trình hoàn thành luận án.

Tác giả luận án

Nguyễn Thị Thanh Hoa

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN
LỜI CẢM ƠN
MỤC LỤC 1
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT 4
DANH MỤC BẢNG, HÌNH 5
MỞ ĐẦU 6
1. Lý do chọn đề tài 6
2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu 9
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu 10
4. Cách tiếp cận và Phương pháp nghiên cứu 11
5. Nguồn tài liệu 14
6. Những đóng góp mới của đề tài 14
7. Bố cục của luận án 15
Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VỀ QUAN HỆ VĂN HÓA HÀN QUỐC - NHẬT BẢN (2003 - 2024) 17
1.1. Công trình liên quan đến lý thuyết về văn hóa trong Quan hệ quốc tế 17
1.2. Công trình về quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản nói chung 24
1.3. Công trình về chính sách văn hóa của Hàn Quốc 31
1.4. Công trình về chính sách văn hóa của Nhật Bản 34
1.5. Công trình về quan hệ văn hóa Hàn Quốc - Nhật Bản 40
1.6. Nhận xét, đánh giá 45
Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN & THỰC TIỄN 47
2.1. Cơ sở lý luận của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024) 47
2.1.1. Một số khái niệm nền tảng về văn hóa 47
2.1.2. Khái niệm chính sách văn hóa 53
2.1.3. Khái niệm về Ngoại giao văn hóa 54
2.1.4. Khái niệm về công nghiệp văn hóa 56
2.1.5. Khái niệm về quan hệ văn hóa 57

2.1.6. Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản dưới góc nhìn của các lý thuyết quan hệ quốc tế *58*
2.2. Cơ sở thực tiễn của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024) 68
2.2.1. Bối cảnh quốc tế và khu vực 2003 - 2024 ..... *68*
2.2.2. Bối cảnh kinh tế và xã hội của Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024) *73*
2.2.3. Quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản về an ninh - chính trị và kinh tế giai đoạn 2003 - 2024 ..... *75*
2.2.4. Chính sách văn hóa và hợp tác văn hóa song phương của Hàn Quốc và Nhật Bản 2003 - 2024 ..... *83*
2.3. Khung phân tích 96
Tiểu kết chương 2 ..... ***99***
Chương 3. THỰC TRẠNG QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC - NHẬT BẢN (2003 - 2024) **99**
3.1. Tổng quan về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024) ... 106
3.1.1. Xét từ góc độ ngoại giao văn hóa *106*
3.1.2. Xét từ góc độ thành tựu văn hóa *109*
3.2. Hợp tác trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024) ... 113
3.2.1. Về văn hóa truyền thống *113*
3.2.2. Về văn hóa đại chúng *122*
3.3. Xung đột trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024) ... 135
3.3.1. Về văn hóa truyền thống *135*
3.3.2. Về văn hóa đại chúng *137*
Tiểu kết chương 3 ..... ***147***
Chương 4. NHẬN XÉT VÀ DỰ BÁO VỀ QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC VÀ NHẬT BẢN **149**
4.1. Nhận xét về chiến lược phát triển văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 -2024) 149
4.2. Đánh giá về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024) 152
4.2.1. Xét về mặt hợp tác trong quan hệ văn hóa *153*
4.2.2. Xét về mặt xung đột trong quan hệ văn hóa *157*

4.3. Sự tác động của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024) 160
4.3.1. Sự tác động tới nhận thức về nhau giữa nhân dân hai quốc gia 160
4.3.2. Sự tác động của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản vào sự phát triển kinh tế mỗi quốc gia 170
4.3.3. Sự tác động của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản vào sự phát triển văn hóa mỗi quốc gia 176
4.4. Triển vọng của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong tương lai 180
4.5. Khuyến nghị cho Việt Nam 186
Tiểu kết chương 4 190
KẾT LUẬN 192
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN 197
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO 198
PHỤ LỤC

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

1. Tiếng Việt

STT	Từ viết tắt	Cụm từ đầy đủ
1	CNTD	Chủ nghĩa tự do
2	CNTTD	Chủ nghĩa tân tự do
3	CNKT	Chủ nghĩa kiến tạo
4	CNHT	Chủ nghĩa hiện thực

2. Tiếng Anh

STT	Từ viết tắt	Tên tiếng Anh đầy đủ	Nghĩa tiếng Việt
1	ACA	Agency for Culture Affairs	Cục văn hóa
2	DB	Diplomatic Bluebook	Sách xanh ngoại giao
3	KOCCA	Korea Creative Content Agency	Cơ quan sáng tạo nội dung Hàn Quốc
4	MCT	Ministry of Culture and Tourism	Bộ Văn hóa và Du lịch
5	MCPI	Ministry of Culture and Public Information	Bộ Văn hóa và Thông tin
6	MCST	Ministry of Culture, Tourism and Sport	Bộ Văn hóa, Du lịch và Thể thao
7	METI	Ministry of Economy, Trade and Industry	Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp
8	MOFA	Ministry of Foreign Affairs	Bộ Ngoại giao
9	JF	Japan Foundation	Quỹ Nhật Bản

DANH MỤC BẢNG, HÌNH

Bảng 2.1: Khung phân tích của Luận án 96
Bảng 3.1: Thống kê tóm tắt thông tin hoạt động hợp tác văn hóa trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 -2024) 107
Bảng 3.2: Album Nhật Bản hay nhất theo từng năm 123
Bảng 3.3: Doanh thu phòng vé phim hoạt hình Nhật Bản (Theo năm phát hành) ... 124
Bảng 3.4: Hợp tác Nhật Bản - Hàn Quốc về sản xuất phim hoạt hình (Anime) tiêu biểu 129
Bảng 4.1: So sánh Ưu, khuyết điểm của hai chính sách văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản 150
Bảng 4.2: Tóm tắt các thành tựu trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003- 2024) 171

Hình 2.1: Giá trị thương mại giữa Nhật Bản và Hàn Quốc từ năm 2004 - 2018 81
Hình 3.1: Khu phố Shin Okubo (Tokyo Koreatown), thuộc quận Shinjuku, Tokyo, Nhật Bản 127
Hình 4.1: Ấn tượng của người Nhật bản về Hàn Quốc (2003 - 2015) 161
Hình 4.2: Nhận thức của người Nhật Bản về mối quan hệ giữa Nhật Bản và Hàn Quốc (2003 - 2015) 162
Hình 4.3: Ấn tượng của người Hàn Quốc về Nhật Bản (2003 - 2015) 163
Hình 4.4: Nhận thức của người Hàn Quốc về mối quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2015) 164
Hình 4.5: Ấn tượng của hai quốc gia về nhau 2013 - 2023 165
Hình 4.6: Quan điểm về thực trạng quan hệ giữa Nhật Bản và Hàn Quốc (2019 - 2023) 166
Hình 4.7: Yếu tố tạo nên những ấn tượng tốt của người Hàn Quốc về Nhật Bản (2013 - 2024) 168
Hình 4.8: Nhận thức tích cực tính theo độ tuổi của người Hàn Quốc về việc cải thiện quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản (2021 - 2024) 169

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Cuối thế kỷ thứ 20, cấu trúc quyền lực toàn cầu đã có khuynh hướng dịch chuyển từ Tây sang Đông ngày càng rõ rệt (Christopher Layne, 2012, tr.21). Một số diễn biến trong quan hệ quốc tế đã thể hiện rõ điều đó, điển hình như chiến lược xoay trục sang châu Á - Thái Bình Dương của Mỹ, cạnh tranh giữa Mỹ và Trung Quốc trong lĩnh vực quân sự và kinh tế hay sự đe dọa hạt nhân tiềm ẩn từ Triều Tiên. Tất cả điều này đặt các quốc gia châu Á trước những thách thức về an ninh và lợi ích quốc gia.

Cùng với đó, xu hướng gia tăng cạnh tranh về sức mạnh quốc gia đặt trọng tâm vào sức mạnh cứng (hard power) bao gồm kinh tế, khoa học và công nghệ, quân sự đã có dấu hiệu suy giảm. Bước sang bối cảnh toàn cầu hóa đầu thế kỷ thứ 21, sức mạnh mềm (soft power) đã trở thành một nguồn lực mới trong việc xây dựng vị thế quốc gia trên thế giới bởi tính chất hợp thời và bền vững. Với việc tác động đến hệ thống giá trị, tạo sự hấp dẫn, lôi cuốn các nước khác tự nguyện thay đổi hành vi chính sách phù hợp thay cho việc áp đặt thông qua kinh tế và quân sự, nguồn lực này thật sự là công cụ hữu ích được nhiều quốc gia sử dụng trong quan hệ quốc tế hiện nay.

Theo giáo sư Joseph Nye Jr (2004), sức mạnh mềm là xu thế thời đại, gồm ba yếu tố cốt lõi: văn hóa, tư tưởng chính trị và chính sách đối ngoại (Joseph Nye Jr., 2004). Như vậy, văn hóa là một đại diện tiêu biểu cho tính chất "mềm" cấu thành nên nguồn sức mạnh đó. Việc truyền đạt, phổ biến những giá trị vật chất, tinh thần mang đậm tính bản sắc văn hóa dân tộc ra khỏi phạm vi lãnh thổ là bước mở rộng tầm ảnh hưởng của mỗi quốc gia trên thế giới hiện nay. Tầm ảnh hưởng đó có liên quan đến việc xây dựng hình ảnh quốc gia và đóng góp vào sự phát triển kinh tế của các quốc gia thông qua quá trình thương mại hóa.

Là hai quốc gia phát triển tại khu vực Đông Á, cùng chung đặc điểm không có thế mạnh về quân sự, Nhật Bản và Hàn Quốc đã chủ trương tạo thế cân bằng khi chủ động củng cố quan hệ đồng minh với Mỹ. Cùng lúc, hai quốc gia cũng thiết lập những hợp tác liên quốc gia với Trung Quốc. Tất cả góp phần kiện toàn hệ thống

quan hệ đối tác trọng yếu nhằm nâng cao vị thế ngoại giao, đảm bảo an ninh quốc gia, kiềm chế nguy hại bất ổn từ Bắc Triều Tiên và thúc đẩy thương mại giúp tăng trưởng kinh tế. Cùng lúc, Hàn Quốc và Nhật Bản đều nỗ lực tận dụng văn hóa cho công cuộc phát triển ngành công nghiệp "mũi nhọn" hiện đại và mở rộng sức mạnh mềm trên thế giới đến cộng đồng quốc tế.

Nhờ sự sáng tạo có tính chiến lược, Hàn Quốc và Nhật Bản duy trì được tính đặc sắc riêng của mỗi nền văn hóa nội tại góp phần giữ vững vị thế cạnh tranh về lĩnh vực này. Nhật Bản luôn ưu tiên phát triển ổn định, bền vững đồng đều ở cả văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng. Một trong những cột mốc quan trọng trong chính sách văn hóa của Nhật Bản chính là "Chiến lược Ngoại giao văn hóa ở thế kỷ XXI" của Thủ tướng Koizumi được ban hành vào tháng 12/2005 trong đó chú trọng việc phát triển văn hóa thành một lĩnh vực "hấp thu sáng tạo", truyền bá những giá trị bản sắc quốc gia và đẩy mạnh hợp tác (Hạ Phi Lan, 2012). Trong khi đó, Hàn Quốc lại có sự ưu tiên văn hóa đại chúng hơn để tạo xu hướng toàn cầu, và giữ mức duy trì nhất định với văn hóa truyền thống. Chính phủ Hàn Quốc lại thông qua ngoại giao văn hóa để gia tăng tính tự tôn cũng như nâng cao vị thế quốc gia với tư cách là một nước phát triển và có vai trò quan trọng trên thế giới (Hwang, J.E., 2013). Sự thành công của Hàn Quốc trong việc tận dụng các giá trị văn hóa để nâng cao vị thế của mình trên thế giới khiến Nhật Bản cũng phải thay đổi cách nhìn về quốc gia láng giềng. Nhật Bản có thể được nhìn nhận "cái nôi" của công nghiệp văn hóa ở châu Á nhưng chính Hàn Quốc mới tạo được "sự bùng nổ" cho nền công nghiệp lĩnh vực này trên thế giới.

Với riêng mối quan hệ song phương, Hàn Quốc và Nhật Bản đều nhận thức được tầm quan trọng của việc thiết lập mối quan hệ đối tác để cùng tồn tại và phát triển trong bối cảnh quốc tế nhiều biến động. Tuy nhiên, cái bóng của quá khứ với những mâu thuẫn lịch sử, tranh chấp lãnh thổ vẫn luôn là trở ngại lớn trong tiến trình bình thường hóa quan hệ giữa hai nước. Những khoản viện trợ kinh tế, khoản vay ưu đãi không hoàn lại năm 1965 và việc bồi hoàn thay cho lời xin lỗi chính thức từ phía Nhật Bản về những nạn nhân "cưỡng bức lao động" (forced labour), "phụ nữ mua vui" cho lính Nhật (comfort women) năm 2015 vẫn không nhận được sự đồng thuận từ phía công chúng Hàn Quốc. Nhiều nhiệm kỳ tổng thống Hàn Quốc và nội các Nhật

Bản đã tích cực chủ động thương lượng, hòa giải, song việc cải thiện quan hệ giữa hai quốc gia vẫn còn tồn tại nhiều trở ngại. Đỉnh điểm của mâu thuẫn là cuộc thương chiến Nhật - Hàn năm 2019 đã tác động tiêu cực đến nền kinh tế mỗi quốc gia, phá vỡ sự giao thương song phương nhiều lĩnh vực khác và chuỗi cung ứng hàng hóa của một số quốc gia trên thế giới.

Trong bối cảnh chính trị và kinh tế hai nước nhiều biến động, quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản nổi lên như một "điểm sáng" được duy trì bất chấp những diễn biến thăng trầm của quan hệ song phương qua nhiều thời kỳ. Mối quan hệ này thể hiện được vai trò kết nối, tạo nên những chuyển biến tích cực trong nhận thức hai chiều từ Chính phủ, người dân mỗi quốc gia và góp phần hóa giải những mâu thuẫn chính trị còn tồn đọng theo phương thức hòa bình. Hợp tác văn hóa đã trở thành một phần không thể thiếu trong các Hội nghị thượng đỉnh song phương với sự đa dạng hình thức hướng đến đối tượng nhiều thế hệ người dân cả hai quốc gia. Nhờ việc thực thi tuân thủ cam kết, những thành tựu đáng kể đã đạt được đóng góp cho sự tăng trưởng kinh tế, du lịch và nền văn hóa của mỗi quốc gia.

Hiển nhiên, chính sự phát triển lớn mạnh bền vững của hai nền văn hóa lại tạo ra những hợp tác, xung đột và cạnh tranh đồng thời trong mối quan hệ này. Vì vậy, việc nghiên cứu quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản về những khía cạnh trên là chủ đề rất thú vị, đòi hỏi quá trình khám phá, phân tích kỹ lưỡng và những lập luận mang tính phản biện đúng đắn. Bên cạnh đó, những nghiên cứu về quan hệ giữa hai quốc gia này chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực an ninh, chính trị, kinh tế. Về văn hóa, các công trình chủ yếu khai thác vai trò của ngoại giao văn hóa của hai quốc gia trong các mối quan hệ đa phương nhằm gia tăng sức mạnh mềm. Một số nghiên cứu chú trọng các trường hợp (Case study) thể hiện thực trạng nhận thức văn hóa về nhau của người dân hai nước. Hầu hết các công trình đều thể hiện góc nhìn cấp độ nhân dân trong quan hệ văn hóa song phương, chưa bao quát được cả cấp độ nhà nước, thiếu các hình thức hợp tác cụ thể và được xem xét trong những khoảng thời gian ngắn hạn.

Vì những lý do trên, NCS quyết định lựa chọn chủ đề *"Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003-2024)"* làm đề tài cho luận án tiến sĩ của mình. Qua nghiên cứu này, tôi hy vọng có thể góp phần làm rõ những khía cạnh còn thiếu

tạo nên một bức tranh tổng thể rõ nét quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong gần hai thập niên đầu của thế kỷ 21. Công trình được thực hiện với mục tiêu đóng góp vào các nghiên cứu khoa học về quan hệ quốc tế, chú trọng lĩnh vực văn hóa của Nhật Bản và Hàn Quốc, và phù hợp trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh phát triển công nghiệp văn hoá cũng như nâng cao quan hệ đa phương về lĩnh vực này hiện nay.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục tiêu của luận án là làm rõ sự vận động của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024). Trên cơ sở đó, luận án làm nổi bật vai trò của văn hóa trong việc hàn gắn quan hệ giữa hai quốc gia, những tác động của quan hệ văn hóa vào sự phát triển kinh tế và chính nền văn hóa của mỗi quốc gia. Thông qua đó, luận án sẽ đưa ra dự báo về kịch bản của mối quan hệ song phương này trong tương lai cùng khuyến nghị cho Việt Nam trong hành trình xây dựng công nghiệp văn hóa, quảng bá thương hiệu cũng như cân bằng hợp tác văn hóa với cả Hàn Quốc và Nhật Bản.

Để đạt được những mục tiêu đó, NCS sẽ thực hiện những nhiệm vụ nghiên cứu cụ thể như sau:

Thứ nhất, nghiên cứu cơ sở lý luận gồm các lý thuyết, khái niệm, nội hàm có liên quan theo các cấp độ phân tích quan hệ quốc tế để hiểu rõ đặc điểm, sự biến chuyển trong quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia.

Thứ hai, phân tích các nhân tố tác động đến quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong giai đoạn 2003 - 2024, bao gồm các nhân tố quốc tế, khu vực và nhu cầu hợp tác của chính bản thân hai quốc gia.

Thứ ba, làm rõ diễn tiến và khía cạnh của quan hệ văn hoá hai nước thể hiện qua sự hợp tác, xung đột và cạnh tranh cùng lúc trong văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng.

Thứ tư, đánh giá vai trò của chủ thể (nhà nước, doanh nghiệp, cá nhân …) trong việc hợp tác văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản.

Thứ năm, dự báo những kịch bản của quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia trong tương lai gần và đưa ra một số khuyến nghị cho Việt Nam trong công cuộc

phát triển công nghiệp văn hóa cũng như phát huy vai trò của văn hóa trong hoạt động đối ngoại.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Về đối tượng nghiên cứu:

Luận án tập trung nghiên cứu về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản.

Về phạm vi nghiên cứu:

Phạm vi lĩnh vực: Luận án tập trung vào các hoạt động hợp tác, giao lưu giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong lĩnh vực văn hóa, tập trung vào khía cạnh văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng.

Phạm vi không gian: Việc nghiên cứu Luận án sẽ tập trung vào quốc gia Hàn Quốc và Nhật Bản trong bối cảnh khu vực Đông Á.

Phạm vi thời gian: Giai đoạn từ 2003-2024 được lựa chọn cho luận án. Mốc thời gian bắt đầu năm 2003 đánh dấu nhiều sự kiện quan trọng trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Đây là thời điểm bắt đầu nhiệm kỳ của Tổng thống Hàn Quốc Roh Moo-hyun (2003 - 2008), nhà lãnh đạo đất nước đầu tiên sinh ra sau thời kỳ Nhật Bản chiếm đóng Hàn Quốc, rất tích cực xóa bỏ định kiến "láng giềng gần nhưng xa" tồn tại nhiều thập kỷ. Nối tiếp với việc gỡ bỏ Lệnh cấm sản phẩm văn hóa Nhật Bản vào Hàn Quốc năm 1998 trước đó của người tiền nhiệm, chiến lược "Kỷ nguyên Đông Bắc Á" của tổng thống Roh với sự đồng thuận của Thủ tướng Koizumi Nhật Bản lúc bấy giờ đã mở ra trang mới cho mối quan hệ văn hóa hai bên. Việc hai quốc gia đồng tổ chức World Cup 2002 tiến đến việc thành lập Ủy ban trao đổi văn hóa Hàn Quốc - Nhật Bản đẩy mạnh các chương trình giao lưu về văn hóa, giới trẻ, giáo dục và du lịch. Bất chấp những bất đồng chính trị tồn đọng, chuyến viếng thăm Nhật Bản của Tổng thống Roh càng thắt chặt hơn mối quan hệ song phương lúc bấy giờ. Thời điểm 2003 cũng đánh dấu sự khởi đầu của làn sóng Hàn Quốc (Hallyu) tại Nhật với những phản ứng tích cực của khán giả Nhật dành cho phim truyền hình Bản tình ca mùa đông (Winter Sonata).

Mốc thời gian 2024 được lấy làm thời điểm kết thúc luận án cũng là lúc hai quốc gia đang bước vào "chương lịch sử mới" khi nối lại quan hệ ngoại giao con thoi phục hồi mối quan hệ đã bị đóng băng sau một thời gian từ cuộc thương chiến

2019. Việc tổng thống Yoon Suk Yeol (2022 - 2025) đưa ra giải pháp lập quỹ Seoul từ những công ty Hàn Quốc hưởng lợi từ thỏa thuận song phương 1965 bồi thường cho các nạn nhân ”phụ nữ mua vui” thay cho phía Nhật Bản là một động thái mới để giải quyết vấn đề lịch sử này. Năm 2024 cũng đánh dấu Hội nghị Thượng đỉnh ba bên Nhật-Trung-Hàn lần thứ 9 đẩy mạnh việc trao đổi văn hóa liên quốc gia thông qua các chương trình đẩy mạnh việc chia sẻ lịch sử và thấu hiểu lẫn nhau giữa thanh thiếu niên ba quốc gia. Những động thái này giúp quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản càng được thắt chặt.

4. Cách tiếp cận và Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng cách tiếp cận các cấp độ phân tích trong QHQT Hệ thống quốc tế, Liên quốc gia, Quốc gia và Cá nhân. Với cấp độ *Hệ thống quốc tế*, trước sự vận hành chung của hệ thống kinh tế - chính trị toàn cầu với sự nổi lên sức mạnh mềm hiện nay, Hàn Quốc và Nhật Bản sử dụng văn hóa để củng cố thêm vị thế trên thế giới dựa trên định hướng tạo mối quan hệ đối xứng trong riêng lĩnh vực này. Cả hai quốc gia đẩy mạnh quan hệ văn hóa góp phần hóa giải các vấn đề lịch sử, ngăn ngừa xung đột trong quan hệ song phương, để đóng góp vào sự bình ổn an ninh - chính trị, kinh tế trên thế giới.

Với cấp độ *Liên quốc gia*, vì những lợi ích chung khu vực, Hàn Quốc và Nhật Bản đều thiện chí nâng cấp quan hệ ba bên Hàn - Hoa Kỳ - Nhật để cùng đối phó với mối đe dọa vũ khí hạt nhân khó lường ở Triều Tiên. Điều này tạo điều kiện cho Hàn Quốc và Nhật Bản ổn định quốc gia, tiếp tục đẩy mạnh việc xây dựng thương hiệu sức mạnh mềm văn hóa. Hai quốc gia Hàn Quốc và Nhật Bản cũng đã cùng Trung Quốc thực thi sáng kiến ”Đô thị văn hóa Á Đông” từ năm 2012 với tiêu chí mỗi năm ấn định ba thành phố tiêu biểu thành biểu tượng văn hóa của mỗi quốc gia nhằm tăng cường giao lưu, phổ biến các giá trị dân tộc đặc trưng, riêng biệt với nhau.

Với cấp độ *Quốc gia*, thực tế, chính sách của Nhật Bản đối với Hàn Quốc từ lúc bình thường hóa quan hệ vẫn luôn ưu tiên giảng hòa, gia tăng hợp tác vì sự phát triển bền vững trong tương lai cho mỗi quốc gia. Tuy nhiên, chính sách Hàn Quốc đối với Nhật Bản có rất nhiều chuyển biến, nguyên nhân tiềm ẩn vẫn là tự tôn dân

tộc về vấn đề lịch sử quá lớn, khiến cho nỗ lực thắt chặt quan hệ với Hàn Quốc của nhà lãnh đạo trong mỗi nhiệm kỳ đều bị chi phối. Văn hóa truyền thống chú trọng hợp tác nghiên cứu lịch sử chung, trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân, thanh niên, địa phương. Trong khi đó, văn hóa đại chúng được định hướng phát triển trở thành ngành công nghiệp gia tăng lợi ích kinh tế của mỗi quốc gia. Với bản sắc riêng, sự hợp tác cả hai lĩnh vực góp phần gia tăng sự hiểu biết lẫn nhau giữa nhân dân hai nước. Giao lưu văn hóa luôn hiện hữu trong chính sách đối ngoại của Hàn Quốc, Nhật Bản và được đón nhận từ hai bên bất chấp những căng thẳng an ninh - chính trị và kinh tế.

Với cấp độ *Cá nhân*, trong giai đoạn 2003 - 2024, khi văn hóa được khai thác triệt để về tính kinh tế-chính trị, chính sách phát triển và hợp tác văn hóa của mỗi quốc gia cũng biến chuyển theo từng Nhà lãnh đạo với những lý tưởng, quan điểm riêng. Thực tế, phía khơi mào cho tính chất bất ổn định trong quan hệ toàn diện giữa hai quốc gia, ảnh hưởng đến cả lĩnh vực văn hóa, thường xuất phát từ phía Hàn Quốc, khi Tổng thống ở mỗi nhiệm kỳ đều phải đóng vai trò trung gian hài hòa giữa vấn đề lịch sử và lợi ích song phương.

Để đảm bảo tính chất khách quan, thuyết phục cho luận án, NCS sử dụng một số phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn nói chung cùng phương pháp nghiên cứu QHQT nói riêng nhằm làm rõ vấn đề nghiên cứu.

Phương pháp phân tích tổng hợp giúp nêu bật được đặc điểm của bối cảnh lịch sử, chính sách phát triển, hợp tác văn hóa của mỗi quốc gia, mối quan hệ liên quốc gia về an ninh, chính trị, kinh tế để nêu lên được bức tranh toàn cảnh về các động thái của cả Hàn Quốc và Nhật Bản trong việc sử dụng văn hóa để củng cố và cạnh tranh vị thế về văn hóa trên thế giới.

Phương pháp so sánh để nêu bật sự khác biệt về chính sách văn hóa nói riêng cũng như chính sách hợp tác văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản với các quốc gia nhìn chung. Trong quan hệ văn hóa song phương, với mục đích cùng cách nhìn nhận có những phần giống và khác nhau tạo nên hành vi thực thi hợp tác khác nhau của cấp lãnh đạo song song sự nhận thức khác biệt ở cấp độ người dân hai nước về nhau.

Phương pháp lịch sử: để nắm bắt được bối cảnh lịch sử theo cách nhìn nhận đồng đại và lịch đại và phân kỳ để nhận xét khách quan về diễn biến quan hệ hai nước khi bắt đầu bình thường hóa quan hệ, tập trung vào giai đoạn 2003-2024. Thông qua đó, những thành tựu trong việc hợp tác và cạnh tranh trong quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia sẽ được miêu tả rõ nét theo tiến trình lịch sử.

Phương pháp nghiên cứu chính sách tập trung làm rõ chính sách phát triển văn hóa và chính sách hợp tác văn hóa của mỗi quốc gia. Việc nghiên cứu chính sách này sẽ giúp rút ra những điểm cốt lõi kèm những thay đổi phù hợp với sự chuyển biến của bối cảnh khu vực và thế giới. Từ đó, các dự báo về hành vi của mỗi quốc gia trong quan hệ quốc tế cũng được rõ ràng hơn.

Phương pháp chuyên gia: Trong thời gian thực hiện Luận án, tác giả đã tiến hành nghiên cứu một số quan điểm của các học giả kết hợp với phỏng vấn chuyên gia trong ngành Quan hệ quốc tế, Chính trị học, Nhật Bản học, Hàn Quốc học. Điều này giúp kế thừa, tham khảo việc đánh giá quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia giúp cho việc dự đoán xu hướng phát triển của mối quan hệ này trong tương lai thực tế, khoa học hơn.

Phương pháp khảo sát: Bảng khảo sát câu hỏi được thiết kế với ba hạng mục nhận thức, thái độ, hành vi trong quan hệ văn hóa song phương phân chia làm hai loại: dành cho người Hàn Quốc và dành cho người Nhật Bản. Với tổng cộng 27 câu hỏi trắc nghiệm kèm phương án Câu trả lời ”khác” đáp ứng được việc thu thập ý kiến từ góc nhìn của người dân hai nước. Dữ liệu này góp phần cho việc đánh giá được các yếu tố chi phối quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản.

Phương pháp nghiên cứu trường hợp (Case-Study): Việc phân tích sâu một vài trường hợp điển hình về hợp tác, xung đột, cạnh tranh điển hình ở cả hai thể loại văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng giúp nêu bật được thực trạng tiếp nhận văn hóa lẫn nhau của hai quốc gia ở cả cấp độ Chỉnh phủ và người dân. Những ví dụ này minh chứng cho những chuyển biến trong quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia.

Ngoài ra, một số phương pháp khác như Phương pháp dự báo, Phương pháp nghiên cứu tài liệu, Phương pháp diễn dịch quy nạp cũng được sử dụng góp phần bảo đảm về tính khoa học và thực tiễn cho Luận án.

5. Nguồn tài liệu

NCS sử dụng đa dạng các tài liệu trong nước và quốc tế dưới nhiều hình thức, như giáo trình, bài báo, luận án với những thông tin tiền đề, nền tảng liên quan đến đề tài và được phân chia thành nhiều nhóm tài liệu khác nhau:

Nhóm 1: Các giáo trình, sách giáo khoa chuyên ngành, sách chuyên khảo, sách tham khảo của các học giả Việt Nam và quốc tế có nội dung liên quan đến đề tài.

Nhóm 2: Các bài viết, công trình nghiên cứu, các báo cáo khoa học của các chuyên gia, tác giả, trong và ngoài nước được đăng tải trên các tạp chí chuyên ngành uy tín trong và ngoài nước; các đề tài từ các Viện nghiên cứu.

Nhóm 3: Các bài báo, tư liệu, thống kê, thông báo và tin tức của cơ quan Chính phủ, Bộ ngoại giao, Bộ tài chính và Kinh tế, Sách xanh ngoại giao của Hàn Quốc, Nhật Bản, Việt Nam, cơ quan đại diện của Hàn Quốc và Nhật Bản tại Việt Nam phục vụ cho việc tìm hiểu, phân tích đề tài. Các bài viết, thông tin cập nhật trên các trang báo chí, truyền thông đáng tin cậy của Hàn Quốc, Nhật Bản, Việt Nam cùng các thông tin của các cơ quan thông tấn báo chí quốc tế phù hợp với mục đích của luận án.

6. Những đóng góp mới của đề tài

Những nghiên cứu về quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản cho đến hiện tại rất đa dạng, mang tính khoa học và ứng dụng cao, chú trọng vào quan hệ kinh tế, an ninh chính trị, hay chỉ nhắc đến một phần rất nhỏ về văn hóa. Tiếp bước vào lĩnh vực này, luận án được thực hiện với mong muốn đóng góp về mặt khoa học và thực tiễn như sau:

Về mặt khoa học: Luận án đưa ra một bức tranh toàn cảnh về mối quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong lĩnh vực văn hóa ở cả hai góc độ hợp tác và cạnh tranh, nhà nước và nhân dân trong giai đoạn 2003 - 2024. Thông qua việc phân tích đặc điểm, yếu tố cốt lõi mang tính cập nhật của quan hệ văn hóa hai quốc gia dưới lăng kính của các lý thuyết học thuật cùng cách tiếp cận nhiều cấp độ trong quan hệ quốc tế, những đặc điểm, chuyển biến cũng như vai trò của mối quan hệ này sẽ được thể hiện rõ nét trong tổng thể quan hệ chung của hai quốc gia.

Về mặt thực tiễn: Với những luận điểm nêu trên, luận án sẽ là một tài liệu tham khảo mang tính cập nhật cho việc giảng dạy, nghiên cứu những lý luận có liên

quan trực tiếp và gián tiếp đến đề tài Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Trong thời đại quan hệ của các quốc gia hòa chung dòng chảy "đối thoại hơn đối đầu", quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản có đóng góp rất thực tiễn vào chính trị, kinh tế và cả chính sự phát triển nền văn hóa nội tại của mỗi quốc gia.

Thông qua quá trình nghiên cứu, học tập, NCS nhận thấy một số khoảng trống hiện nay có liên quan đến đề tài bao gồm: *Thứ nhất,* sự thiếu vắng một nghiên cứu trong khoảng thời gian dài hạn về quan hệ văn hóa hai quốc gia; *Thứ hai,* sự tổng hợp chuyển biến trong hợp tác và cạnh tranh văn hóa hai bên; *Thứ ba,* sự phân tích về quan hệ văn hóa theo cấu trúc hai chiều giữa Hàn Quốc và Nhật Bản; *Thứ tư,* những kịch bản có thể xảy ra về sự hợp tác và cạnh tranh văn hóa giữa hai quốc gia. Thông qua đó, Luận án được thực hiện để giải quyết các vấn đề nêu trên khi cung cấp một công trình nghiên cứu trong thời gian hơn hai thập kỷ 2003 - 2024 nêu bật được đặc điểm, thay đổi điển hình trong quan hệ văn hóa hai chiều giữa Hàn Quốc với Nhật Bản, ngược lại Nhật Bản với Hàn Quốc qua nhiều hình thức hợp tác cụ thể. Đồng thời, những biện pháp nhằm giảm bớt xung đột trong quá trình tiếp nhận và hợp tác văn hóa giữa hai quốc gia cũng sẽ được đề xuất.

Bên cạnh đó, với tư cách là hai quốc gia rất thành công trong việc tận dụng ngành công nghiệp văn hóa làm đối trọng trong quan hệ lĩnh vực này, việc nghiên cứu chính sách văn hoá và chính sách hợp tác văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ cung cấp bài học kinh nghiệm cho những bước tiến cho ngành công nghiệp văn hóa còn non trẻ ở Việt Nam hiện nay.

7. Bố cục của luận án

Ngoài phần Mở đầu và Kết luận, luận án bao gồm các chương sau:

Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

Trong chương này, luận án tập trung nghiên cứu các tài liệu có liên quan đến quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong nước và ngoài nước. Thông qua quá trình tổng hợp, phân tích, đánh giá những tài liệu này, dựa trên những kết quả đã được chứng minh, tác giả đúc kết lại những thông tin có thể kế thừa và những khoảng trống mà luận án có thể bổ sung. Từ đó, việc tiếp tục nghiên cứu để đưa ra những điểm mới, đóng góp cho chủ đề về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ mang tính thiết thực.

Chương 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN CỦA QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC VÀ NHẬT BẢN

Với chương 2, luận án nêu lên những cơ sở lý luận gồm các khái niệm, lý thuyết về "văn hóa", "ngoại giao văn hóa", "quan hệ văn hóa", "sức mạnh mềm", "chủ nghĩa tự do", "chủ nghĩa tân tự do", "chủ nghĩa kiến tạo", "chủ nghĩa hiện thực", "tinh thần dân tộc" giúp NCS làm rõ được các yếu tố nền tảng thúc đẩy cũng như kìm hãm sự hợp tác trong quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia. Việc tìm hiểu về cơ sở thực tiễn theo các cấp độ Hệ thống quốc tế, Liên quốc gia, Quốc gia và Cá nhân đem đến cái nhìn chân thật về những nhân tố tác động trực tiếp và gián tiếp đến sự hình thành và biến chuyển của mối quan hệ này.

Chương 3: THỰC TRẠNG QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC - NHẬT BẢN (2003 - 2024)

Chương này tập trung phân tích thực trạng và sự biến động trong quan hệ văn hoá giữa Hàn Quốc và Nhật Bản bao gồm cả những thay đổi trong chính sách, thành tựu và những khó khăn trong giai đoạn 2003-2024. Dựa trên việc thực thi chính sách này, thông qua cách nhìn dưới hai góc độ Chính phủ và nhân dân được phân tách thành hai giai đoạn, những đặc điểm chính, quá trình chuyển biến sẽ được nhìn nhận rõ nét. Thông qua đây, sự hợp tác, xung đột và cạnh tranh trong mối quan hệ này sẽ được lý giải.

Chương 4: NHẬN XÉT VÀ DỰ BÁO VỀ QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC VÀ NHẬT BẢN

Và cuối cùng, với sự kế thừa của các chương nêu trên, dựa trên những lý thuyết cùng những thông tin nền tảng được trình bày ở Chương 2, tác giả đưa ra quan điểm cá nhân về những đóng góp của quan hệ văn hóa vào những mục đích sau: hàn gắn quan hệ hai quốc gia, đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế mỗi nước, phát triển văn hóa bản địa và củng cố vị thế Hàn Quốc và Nhật Bản trên thế giới. Bên cạnh cơ hội đó, dựa trên bối cảnh quan hệ quốc tế hiện tại, khi lợi ích quốc gia, định hướng chung về tương lai được thống nhất giữa những nhà lãnh đạo, những thách thức đi kèm với triển vọng trong việc xây dựng và gìn giữ mối quan hệ này cũng có thể xảy ra song song cùng nhau.

Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

Cho đến hiện tại, đã có nhiều công trình, bài viết nghiên cứu về quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản từ lúc bình thường hóa quan hệ vào năm 1965. Nhìn chung, các nghiên cứu đều đi sâu vào các lĩnh vực an ninh, chính trị và kinh tế, trong khi thông tin về văn hóa-xã hội còn hạn chế, chủ yếu được đề cập một phần trong bức tranh chung về quan hệ giữa hai quốc gia. Nhiều tài liệu viết về văn hóa với vai trò sức mạnh mềm được chú trọng phân tích dựa theo góc nhìn xã hội học, cụ thể về những ảnh hưởng, tác động của văn hóa đại chúng của cả Hàn Quốc và Nhật Bản đến công chúng của nhau, cũng như thị trường toàn cầu. Những công trình này cung cấp kiến thức nền tảng cho Luận án.

1.1. Công trình liên quan đến lý thuyết về văn hóa trong Quan hệ quốc tế

Trong hầu hết những tư liệu đã được nghiên cứu, sức mạnh mềm về văn hóa chủ yếu được phân tích dưới góc nhìn đa dạng của một số lý thuyết, điển hình như Chủ nghĩa tự do (CNTD), Chủ nghĩa tân tự do (CNTTD), Chủ nghĩa kiến tạo (CNKT). Quan điểm của CNTD cũng được thể hiện thông qua sự giao lưu, hợp tác với các sự kiện trao đổi văn hóa truyền thống, giao lưu hỗ trợ gìn giữ các di sản văn hóa kết hợp với du lịch qua lại giữa người dân Hàn Quốc và Nhật Bản. Bên cạnh đó, Chủ nghĩa tân dự do với sự cởi mở, tôn trọng sự sáng tạo con người đã tạo điều kiện cho chính đại chúng, tổ chức, tư nhân tham gia vào việc sáng tạo nội dung mới, đầu tư, sản xuất, phân phối và cả truyền thông cho các sản phẩm văn hóa đại chúng. Sự tương tác, các chính sách đối ngoại của Hàn Quốc và Nhật Bản luôn gắn liền với hành vi và bản sắc của họ theo đúng góc nhìn của CNKT. Bên cạnh đó, tinh thần dân tộc vốn luôn hướng đến việc giữ gìn bản sắc, sắc tộc, các giá trị văn hóa của quốc gia nên chịu sự ảnh hưởng của những vấn đề lịch sử còn tồn đọng giữa hai quốc gia.

Công trình *Cultural Impact on International Relations (Tác động của văn hóa lên quan hệ quốc tế)* (2002) của tác giả Yu Xintian đánh giá về văn hóa như một thước đo mới trong quan hệ quốc tế. Mối liên quan mật thiết giữa văn hóa với văn minh nhân loại, sự đa dạng của văn hóa đương thời, giá trị định hướng làm nên

vai trò quan trọng của lĩnh vực hiện nay. Văn hóa ảnh hưởng rất lớn đến những thành quả đạt được của các quốc gia vì sự đóng góp quan trọng vào tinh thần, đạo đức, các điều kiện hợp tác kinh tế giữa các Chính phủ, nhân dân. Những chức năng khác của văn hóa còn thể hiện ở tính chất kiến tạo nên những cấu trúc kinh tế-xã hội, định hướng đến những quyết định quan trọng về sự phát triển đất nước. Đặc biệt, tính tương đồng và bổ trợ giữa các nền văn hóa tạo một nền tảng quan trọng cho việc hài hòa trong quan hệ quốc tế. Xu hướng phát triển đa cực của thế giới đã đòi hỏi các quốc gia xây dựng nên những chiến lược riêng phù hợp với cả môi trường bên trong và bên ngoài. Văn hóa là một công cụ với tên gọi "sức mạnh mềm" không thể thiếu trong việc góp phần củng cố sự độc lập, giảm bớt những bất hòa, hài hòa các yếu tố về đạo đức, tôn giáo.

Bức tranh chung về quyền lực với nhiều góc nhìn và khái niệm khác nhau đã minh chứng một số giới hạn mà ngay cả những quốc gia lớn, điển hình như siêu cường Hoa Kỳ cũng đối mặt. Khác với trước đây, sức mạnh cứng với hai lĩnh vực cụ thể về quân sự và kinh tế không còn làm tốt việc khẳng định vị thế quốc gia. Người nhìn nhận ra vai trò mới nổi của sức mạnh mềm góp phần vào nền chính trị thế giới là Joseph S. Nye Jr. với công trình *Soft power, The means to success in world politics (Sức mạnh mềm, phương thức đem lại thành công cho chính trị thế giới)* (2004). Công trình nêu bật giá trị của sức mạnh mềm, trong đó văn hóa là một nhân tố quan trọng, tùy thuộc vào những điều kiện cụ thể. Văn hóa được xem là yếu tố tương đối ổn định, có thể phát huy được tính hữu ích khi được chú trọng trong các chính sách quốc gia, được thương mại hóa, đem về lợi ích kinh tế. Nối tiếp với việc nghiên cứu trên, trong *The Future of Power-Public affairs (Tương lai của ngoại giao công chúng) (2011),* tác giả tiếp tục đưa ra nhiều luận cứ cho thấy sức mạnh mềm đóng vai trò quan trọng trong thời đại thông tin khi những câu chuyện truyền thông về giá trị cuộc sống có sự tác động mạnh đến các chiến lược phát triển quốc gia. Khác hẳn với sức mạnh cứng (hard power) có tác dụng thúc đẩy, sức mạnh mềm có tác dụng lôi kéo thông qua sự hợp tác để tạo nên sự thu hút tích cực nhằm đạt được kết quả ưu việt. Văn hóa là một trong những nguồn lực cơ bản của sức mạnh mềm và thật sự phát huy được tác dụng khi tạo nên sự thu hút khi phù

hợp với bối cảnh xã hội. Công trình tiếp tục phân tích sâu vào trường hợp của Hoa Kỳ, với sự phát triển ảnh hưởng đến thế giới trong thời đại mới bằng cách kết hợp sức mạnh cứng vốn là thế mạnh trước kia với sức mạnh mềm hiện tại để tạo nên một khái niệm về sức mạnh thông minh (smart power).

A Cultural Theory of International Relations (2008) của Richard Ned Lebow xét đến CNTD và CNHTđã đưa ra những quan niệm chung về sức mạnh và ảnh hưởng thông qua việc đưa ra những lợi ích cùng với việc đe dọa hoặc kết hợp cả hai cùng nhau. Tuy nhiên, dưới góc nhìn về văn hóa, sự củng cố sức mạnh luôn song song với bản năng cân nhắc của chủ thể đó về sự tổn thất hoặc lợi ích đạt được để có những hành động thích ứng. Với CNKT nhìn nhận rằng sự tương tác giữa các chủ thể với nhau luôn gắn liền với hành vi và bản sắc của họ. Một số bằng chứng thực nghiệm đã cho thấy bản sắc con người không chỉ có một mà thay đổi dựa trên mối quan hệ với những cá nhân, nhóm người, tổ chức khác nhau. Văn hóa tạo nên một bản sắc theo nghĩa kép, vì bản sắc vốn sẽ quyết định nên lợi ích, lợi ích quyết định nên hành vi và chiều ngược lại.

Tác giả Lương Văn Kế (2009) qua bài viết *Toàn cầu hóa văn hóa - nội dung và hậu quả* đã nêu bật sự tương quan giữa các cấp độ của toàn cầu hóa văn hóa bao gồm: bản địa hóa văn hóa, khu vực hóa văn hóa và toàn cầu hóa văn hóa. Từ đó, một thuật ngữ mới được hình thành là Glocality nghĩa là Tính toàn cầu - địa phương biểu thị cho sự sáng tạo và tương tác về tính sáng tạo giữa toàn cầu hóa và tính địa phương. Thông qua quá trình toàn cầu hoá văn hóa, một số chuẩn mực trở thành quy tắc vận hành cho hệ thống chính trị ở các quốc gia, khu vực, toàn cầu và quy định nên quy tắc ứng xử giữa các quốc gia với nhau. Một quan điểm được ghi nhận của nhà nghiên cứu Baber cho rằng sức mạnh văn hóa đại chúng gắn liền với các sản phẩm hàng hóa được tiêu thụ toàn cầu, điển hình từ Mỹ thời điểm này, sẽ tạo sức ảnh hưởng lớn với các nền văn hóa khác trên thế giới. Tuy nhiên, khi quốc gia đó không còn giữ vững sự thống trị về kinh tế thì luôn phải cạnh tranh với sự vươn lên của các cường quốc mới dẫn đến những xung đột văn hóa.

Một bài viết khác cũng nêu rõ mối quan hệ giữa sức mạnh mềm và địa chính trị, thông qua chính sách và ngoại giao văn hóa Nhật Bản của tác giả Nissim

Kadosh Otmazgin với *Geopolitics and Soft Power: Japan's Cultural Policy and Cultural Diplomacy in Asia (Địa chính trị và Sức mạnh mềm: Chính sách văn hóa và Ngoại giao văn hóa của Nhật Bản)* (2012), Tạp chí Asian Pacific Review. Chính sách văn hóa của Nhật Bản chú trọng thúc đẩy vị trí địa chính trị của quốc gia với sự thay đổi rõ rệt từ những năm 1990 với mục đích hướng đến kinh tế và ngoại giao với nhiều sự biến động và thay đổi, điển hình là việc chuyển đổi từ chính sách văn hóa hướng nội, thận trọng sang việc hỗ trợ xuất khẩu với giá cả bình ổn. Một chiến lược nổi bật thể hiện rõ được vai trò sức mạnh mềm trong ngoại giao văn hóa của Nhật Bản chính là Cool Japan bắt đầu được khởi xướng năm 2005 để quảng bá về hình ảnh thân thiện của nước Nhật đến với cộng đồng thế giới. Sự đầu tư kỹ lưỡng, tận dụng văn hóa truyền thống, năng lực sáng tạo và công nghệ cũng như gia tăng tự do trao đổi văn hóa để nâng cao vị thế toàn cầu nhận được sự đồng lòng ủng hộ của một số nhà chính trị học, tầng lớp trí thức cùng nhân dân trong nước.

Tác giả Erik Pajtinka với bài nghiên cứu *Cutural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations (Ngoại giao văn hóa lý thuyết và Thực tiễn của Quan hệ quốc tế hiện đại)* (2014), Tạp chí Political Sciences cung cấp một cái nhìn toàn cảnh từ góc độ lịch sử hình thành nên lý thuyết Ngoại giao văn hóa đến những định nghĩa ở nhiều góc độ khác nhau về nhiệm vụ, vai trò cũng như ảnh hưởng khách quan đến các đối tượng trong ngoại giao văn hóa. Qua đó, công trình cũng nêu rõ một số khái niệm để phân biệt rõ hơn về những thuật ngữ có liên quan đến ngoại giao văn hóa, trong đó nổi bật là quan hệ văn hóa. Quan hệ văn hóa bao quát quy mô rộng hơn không chỉ là đối tượng nhà nước mà còn bao gồm những đối tượng phát sinh khác, độc lập với nhà nước. Cụ thể, ngoại giao văn hóa trên nền tảng chính sách văn hóa đối ngoại đóng vai trò là công cụ quan trọng để điều chỉnh quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia, và sâu xa hơn làm hỗ trợ thêm cho những mục đích ở lĩnh vực khác trong tương lai, như quốc phòng hay kinh tế.

Quan điểm của Nicolae Hanes và Adriana Andrei về văn hóa với vai trò là sức mạnh mềm thông qua bài viết *Cuture as soft power in International Relations (Văn hóa với vai trò sức mạnh mềm trong quan hệ quốc tế)* (2015) nhấn mạnh tính chuyển động, có liên quan thiết yếu đến kinh tế và chính trị tạo dựng nên sức mạnh

quốc gia. Với mỗi quốc gia, văn hóa trong quan hệ quốc tế tạo nên sự hội tụ và xung đột, thông qua một số tác động như "la bàn định hướng" cho các quyết định của lãnh đạo, là "kiến trúc sư" tạo dựng niềm tin xã hội cơ cấu lại toàn bộ nền kinh tế, xã hội, tổ chức quân sự của đất nước ảnh hưởng đến hành vi và quan điểm của cộng đồng thế giới. Biểu hiện của văn hóa trong quan hệ quốc tế thường thông qua phương tiện hữu hình như chính trị, kinh tế và hệ thống quân sự vốn luôn chú trọng sự hợp tác vì những lợi ích chung cũng góp phần làm hạn chế bớt những xung đột.

A Constructivist Approach to Popular Culture and Foreign Policy: The Case of Turkey and Valley of Wolves: Ambush (Tiếp cận văn hóa đại chúng và Chính sách đối ngoại: Trường hợp Thổ Nhĩ Kỳ và Thung lũng sói: Phục kích) của tác giả Umut Yukaruc (2017) nhấn mạnh về mối liên hệ chặt chẽ giữa tác phẩm văn hóa đại chúng điển hình của Thổ Nhĩ Kỳ và chính trị đất nước. Qua đó, tác giả chỉ ra được văn hóa là một yếu tố cấu thành quan trọng trong CNKT bắt đầu được chú ý trong quan hệ quốc tế. Trong đó, văn hóa đại chúng qua những sản phẩm cụ thể đã chứng tỏ được sự liên hệ với chính trị thế giới, được tái hiện những chi tiết về diễn ngôn cùng chính sách đối ngoại của quốc gia chủ thể. Ngược lại, chính trị cũng tác động mạnh mẽ đến việc thể hiện các nội dung văn hóa. Nếu truyền hình hay báo in được đánh giá là đại diện bậc cao nhất cho chính trị thì văn hóa đại chúng là biểu hiện của bậc hai thông qua việc thể hiện các câu chuyện chính trị có chút hư cấu, thông qua các biểu tượng, dấu hiệu, kiến thức và ý nghĩa của chính trị quốc tế. Với góc nhìn của CNKT, bản sắc của một quốc gia có thể quyết định nên chính sách đối ngoại của một quốc gia. Tuy nhiên, yếu tố bối cảnh, cụ thể sự thay đổi trong chủ thể chính trị nội các mới hay trong quan hệ với các quốc gia khác làm nên tính động cho bản sắc quốc gia này. Văn hóa đại chúng là sự thể hiện cụ thể hơn một diễn ngôn của Chính phủ về các chuẩn mực, niềm tin, ý tưởng và bản sắc của một tiến trình chính trị thực tiễn của quốc gia đó.

Cũng phải kể đến thông tin hữu ích từ bài viết *The effect of Cultural Diplomacy on Public Perception in Asia (Sự ảnh hưởng của ngoại giao văn hóa lên nhận thức công chúng ở châu Á)* (2018), của tác giả Joseph R. Johnson, đề cập đến hai mặt tiêu cực và tích cực của chiến lược về quan hệ văn hóa đến các quốc gia

nhập khẩu các sản phẩm lĩnh vực này và những nguyên nhân đi kèm. Với ngoại giao văn hóa thông qua nhạc Pop, sự gia tăng về những sản phẩm tương ứng gắn liền với sự phát triển của tinh thần dân tộc. Tuy nhiên, những kết quả thu nhập được về những lợi ích kinh tế tích cực cùng việc nuôi dưỡng ý thức bản sắc quốc gia đáng được ghi nhận hơn hẳn những tác động tiêu cực đến từ dư luận nước ngoài.

Học giả Youna Kim trong sách *The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama (Sức mạnh mềm của Làn sóng Hàn Quốc: trường hợp Parasite, BTS và Phim truyền hình)* (2022) đã nhấn mạnh văn hóa đại chúng tập trung vào phim truyền hình, âm nhạc, phim điện ảnh đã tạo dựng nên vị thế của Hàn Quốc trên toàn thế giới. Sự thành công của Parasite, BTS cùng những bộ phim truyền hình tác động đáng kể, tạo nên niềm tin lan tỏa với những cộng đồng người hâm mộ sống trong thời đại công nghệ nhờ việc kiến tạo nên bản sắc riêng. Văn hóa với vai trò là sức mạnh mềm đã tạo cơ hội cho Hàn Quốc nâng cao khả năng cạnh tranh với nền văn hóa vốn đã đi trước thịnh hành trước đó như Mỹ, Nhật Bản, hay Trung Quốc. Sự tham gia của Chính phủ đã góp phần khiến Làn sóng Hàn Quốc mang tinh thần dân tộc với mức độ phổ biến lớn đã dấy lên những phong trào chống đối cùng thái độ thù địch từ Nhật Bản, Trung Quốc, Đài Loan và một số quốc gia Đông Nam Á.

Sức mạnh mềm cũng được tác giả Kadir Aden Dirir qua bài viết *Japan and South Korea's Implication of Soft Power: Cultural Aspects, Education, and Foreign Aid Diplomacy (Ảnh hưởng của sức mạnh mềm của Nhật Bản và Hàn Quốc: Khía cạnh văn hóa, Giáo dục và Ngoại giao việc trợ nước ngoài)* (2022) nhìn nhận rõ nét trên việc thực thi của Nhật Bản và Hàn Quốc về ba chính sách bao gồm Văn hóa, Giáo dục và Trợ cấp nước ngoài đến các quốc gia châu Á. Sức mạnh mềm thật sự hữu ích với những quốc gia không phát huy sức mạnh về quân sự. Xét riêng về văn hóa, tiềm năng về nguồn lực này chỉ thật sự có tác dụng khi phải liên tục đầu tư, sáng tạo và sản xuất thành phẩm. Và những biểu hiện của các ngành công nghiệp văn hóa của hai quốc gia Hàn Quốc và Nhật Bản đã thật sự đóng góp rất lớn vào nền kinh tế quốc gia đưa họ đến gần với vị trí "bá quyền về văn hóa" trên thế giới. Toàn cầu hóa đã khiến những sản phẩm văn hóa đại chúng làm nên thương hiệu hai quốc gia, tạo nên sự hấp dẫn thu hút số lượng lớn khách nước ngoài đến du lịch với

lý do để trải nghiệm nơi lãnh thổ của thần tượng K-pop hay nhân vật phim hoạt hình Anime họ yêu thích.

Nhật Bản cũng là một quốc gia nêu cao tinh thần tự chủ dựa trên một số thế mạnh về kinh tế, công nghệ, và cả văn hóa. Thông qua bài viết *Japan's strategic automomy in the Indo - Pacific from a soft power perspective: Prospects of Vietnam - Japan Realtions* của tác giả Phạm Thị Yên và đồng nghiệp, văn hóa được xem như một trong những yếu tố về sức mạnh mềm để kết nối con người, đẩy mạnh việc củng cố hình ảnh tích cực ở khu vực. Điều này xuất phát từ quan điểm của Nhật Bản muốn tạo nên một "châu Á rộng lớn hơn" nơi con người, tri thức, hàng hóa được giao lưu, trao đổi minh bạch trên một nền tảng tự do và thịnh vượng. Sự tự chủ chiến lược của Nhật Bản cũng vì vậy sẽ giúp quốc gia này mở rộng quan hệ với nhiều quốc gia trong khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương trong tương lai khi quốc gia này tăng cường cam kết với khu vực về sức mạnh, lợi ích và bản sắc dân tộc.

Nhìn chung, đứng dưới góc nhìn của một số Lý thuyết về văn hóa trong quan hệ quốc tế, tác giả Richard Ned Lebow với dưới góc nhìn của CNTD và hiện thực cho rằng sự củng cố quyền lực, cụ thể ở đây là văn hóa luôn song song với việc cân nhắc của chủ thể quốc gia về sự tổn thất hoặc lợi ích đạt được để có những hành động thích ứng. Riêng dưới quan điểm CNKT, ông cùng với Umut Yukaruc cho rằng văn hóa tạo nên một bản sắc theo nghĩa kép, vì bản sắc vốn sẽ quyết định nên lợi ích, lợi ích quyết định nên hành vi và chiều ngược lại. Nói cách khác, bản sắc có thể quyết định nên chính sách đối ngoại của một quốc gia. Văn hóa đại chúng dưới phân tích sâu sắc của tác giả Umut chỉ đứng sau báo chí chính thống trong việc cụ thể hóa các diễn ngôn của Chính phủ về các chuẩn mực, niềm tin, ý tưởng và bản sắc của tiến trình phát triển chính trị của quốc gia đó.

Với các lý thuyết và cách tiếp cận khác, văn hóa đều có đặc điểm chung dưới vai trò sức mạnh mềm hàm chứa cả hai xu hướng hợp tác và xung đột trong mối quan hệ giữa các quốc gia. Văn hóa biểu hiện cho sức mạnh mềm đã được lựa chọn như được sử dụng như công cụ để xây dựng hình ảnh quốc gia, gia tăng sự hiểu biết lẫn nhau, tạo động lực hợp tác quốc tế. Xét về mặt tích cực, văn hóa tác động mạnh đến các chính sách quốc gia với những chiến lược thương mại hóa, xây dựng hình

ảnh đất nước, củng cố vị thế đất nước. Những biểu hiện của các ngành công nghiệp văn hóa của hai quốc gia Hàn Quốc và Nhật Bản đã thật sự đóng góp rất lớn vào nền kinh tế quốc gia đưa họ đến gần với vị trí "bá quyền về văn hóa" trên thế giới. Các phương tiện truyền thông đa phương tiện góp phần đẩy mạnh những sự hợp tác, giao lưu cả văn hóa truyền thông và văn hóa đại chúng. Ngoại giao văn hóa trên nền tảng chính sách văn hóa đối ngoại đóng vai trò là công cụ quan trọng để điều chỉnh quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia, và sâu xa hơn làm hỗ trợ thêm cho những mục đích ở lĩnh vực khác trong tương lai, như quốc phòng hay kinh tế.

1.2. Công trình về quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản nói chung

Bài viết *Japan and Korea: A Turbulent History (Nhật Bản và Hàn Quốc: Lịch sử hỗn loạn)* của tác giả Kwan-young Kim (1999) miêu tả về mối quan hệ Hàn Quốc và Nhật Bản là những quốc gia tuy rất gần nhau về địa lý nhưng lại có nhiều cản trở về nhiều mặt. Là một trong những quốc gia có những lợi ích quan trọng với bán đảo Triều Tiên nhưng dấu ấn về sự cai trị khắc nghiệt giai đoạn 1910-1945 đã ngăn cản việc Nhật Bản tham gia vào các vấn đề an ninh, kinh tế và chính trị với Hàn Quốc. Thời kỳ thuộc địa đã khiến Hàn Quốc kiệt quệ, kém phát triển với dấu tích của những rạn nứt, xung đột lý tưởng, bản sắc dân tộc. Điều này vẫn là một yếu tố luôn tồn tại trong mối quan hệ của hai quốc gia sẵn sàng nổi lên thành những thách thức trong tiến trình bình thường hóa quan hệ hai quốc gia. Vai trò của Nhà nước Trung ương, các nhà lãnh đạo chính trị, chủ nghĩa cộng sản, tinh thần dân tộc cũng những phong trào phản kháng vũ trang xuất hiện như một điều tất yếu thời hậu thuộc địa.

Tác giả William E. James (2001) với bài viết *Trade relations of Korea and Japan: Moving from Conflict to Cooperation? (Quan hệ thương mại của Hàn Quốc và Nhật Bản: Chuyển biến từ xung đột sang hợp tác)* đề cập đến ngoại giao thương mại quốc tế giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đã đạt được một bước phát triển mới. Việc ký kết Hiệp định thương mại tự do song phương đem đến một số lợi ích cho hai quốc gia. *Thứ nhất,* củng cố vị thế của các quốc gia Đông Á với các đối tác phương Tây lớn trong Tổ chức thương mại quốc tế. *Thứ hai,* tăng cường khả năng cạnh tranh toàn cầu của Hàn Quốc và Nhật Bản. *Thứ ba,* việc ký kết FTA mang lại vỏ

bọc chính trị cho việc cải cách cơ cấu trong nước của hai quốc gia. Tuy nhiên, những năm cuối thế kỷ XX, khối lượng xuất khẩu của Hàn Quốc sang Nhật Bản tương đối thấp tuy gần nhau nhưng quy mô kinh tế khá chênh nhau. Để gia tăng hiệu quả hợp tác, hai quốc gia nỗ lực tìm kiếm điểm chung trong các Hiệp ước đa phương như WTO, OECD, APEC, tập trung chống bán phá giá, tuân thủ quy tắc xuất xứ hàng hóa, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cũng như những biện pháp đầu tư. Hàn Quốc và Nhật Bản trong bối cảnh cải thiện, hòa giải được những vấn đề lịch sử sẽ có khả năng cùng nhau phát triển nên một đồng minh chủ nghĩa khu vực mới, góp phần củng cố sự thịnh vượng thông qua việc đóng góp phúc lợi kinh tế của Đông Á và mở rộng toàn cầu.

Unraveling the Japan-South Korea "virtual alliance, Asian Survey (Giải mã liên minh ảo Nhật - Hàn thông qua Khảo sát người châu Á) của tác giả Gilbert Rozman & Shin-wha Lee (2006) dựa trên quan điểm chủ nghĩa dân túy và chủ nghĩa xét lại lịch sử của cả hai quốc gia để phân tích bản sắc chính trị dân tộc ở mỗi quốc gia giao thoa với chính trị quốc tế. Cột mốc Hàn Quốc bắt đầu mở cửa để nhập khẩu văn hóa Nhật Bản, chính sách hướng đến tương lai của hai quốc gia, World Cup 2002 đồng đăng cai thành công, "làn sóng Hàn Quốc" càn quét Nhật Bản cùng những cuộc đàm phán an ninh thường xuyên để tăng kết nối với Hoa Kỳ. Thử thách rõ nét trong quan hệ hai quốc gia được minh chứng qua việc khi các mối quan hệ kinh tế và văn hóa kéo hai nước lại gần nhau thì các vấn đề chính trị lại kéo Nhật Bản và Hàn Quốc ra xa. Khi những nhà lãnh đạo hai quốc gia quyết tâm đẩy mạnh nền tảng tinh thần dân tộc mỗi quốc gia, những vẫn còn đó những dấu tích của chủ nghĩa dân túy đã ảnh hưởng nhiều đến chính sách đối ngoại của hai quốc gia. Điểm chung duy nhất là nỗ lực tạo thế cân bằng với Bắc Triều Tiên trong khuôn khổ an ninh mới là lý do thuyết phục hai quốc gia xích lại gần nhau. Những nỗ lực không cứu vãn được tình trạng xuống cấp của mối quan hệ song phương, thông qua sự việc sách giáo khoa lịch sử gây tranh cãi, đền Yasukuni tại Nhật Bản và vụ tranh chấp đảo Takeshima/Dokdo, từ năm 2005. Khác hẳn với những người lớn tuổi, giới trẻ Hàn Quốc lại thiên về việc ủng hộ hai quốc gia hợp tác chặt chẽ vì những lợi ích kinh tế và an ninh khu vực.

Seok Hee Yoon (2015), *Relationship between Japan & Korea, A diachronic survey in search of a pattern, University of Canterbury (Mối quan hệ giữa Nhật Bản và Hàn Quốc, thông qua Khảo sát dài hạn tìm kiếm hình mẫu, Đại học Cantebury)* miêu tả mối quan hệ chặt chẽ giữa hai quốc gia trải dài từ trước Công nguyên cho đến thời điểm hiện tại trong các lĩnh vực chính trị, quân sự, xã hội, kinh tế và đặc biệt là văn hóa. Nhật Bản được đánh giá là quốc gia đạt được thành công trong việc hiện đại hóa, tạo dựng nền độc lập mà không bị phương Tây xâm chiếm. Chính sách thuộc địa của Nhật Bản đối với Hàn Quốc trên danh nghĩa là tăng cường an ninh và phúc lợi cho các quốc gia Đông Á nhưng được áp dụng rất khắc nghiệt thể hiện rõ sự phân biệt dân tộc trong hệ thống pháp luật, sản xuất, thương mại và văn hóa để đạt được mục đích đồng hóa. Hiệp ước bình thường hóa Quan hệ 1965 ngay từ đầu đã không thống nhất về các điều khoản: Nhật Bản xem khoản tiền trợ cấp là cho sự hợp tác kinh tế giữa hai quốc gia, trong khi Hàn Quốc xác định là khoản bồi thường cho sự chiếm đóng của Nhật Bản. Những tranh cãi về vấn đề "phụ nữ mua vui", bồi hoàn tài sản, tranh chấp lãnh thổ giữa cả hai phía tổ chức cá nhân và Chính phủ cản bước xây dựng mối quan hệ hai quốc gia. Chỉ đến năm 1998 với Tuyên bố chung hướng đến thế kỷ XXI, hai quốc gia mới chính thức trở thành đối tác của nhau trong quan hệ song phương. Một điều đáng chú ý trong mối quan hệ của hai quốc gia chính là sự đổi ngôi về ảnh hưởng gây nên những sự cạnh tranh: Trước thế kỷ thứ IXX, Bắc Triều Tiên tiếp giáp với Trung Quốc nên đã tiếp thu văn hóa, công nghệ nhanh chóng, sau đó ảnh hưởng sang Nhật Bản. Sau thế kỷ XX, Nhật Bản chịu ảnh hưởng đầu tiên từ phương Tây và từ đó ảnh hưởng ngược lại về Hàn Quốc. Điều này là nền tảng về chiến lược giữ vị trí vượt trội về văn hóa luôn tồn tại trong quan hệ hai quốc gia.

Tác giả Trần Quang Minh (2017) với công trình *Đối sách của Nhật Bản, Hàn Quốc trước sự trỗi dậy và điều chỉnh chiến lược phát triển của Trung Quốc* nêu bật sự trỗi dậy và điều chỉnh chiến lược của Trung Quốc với Nhật Bản và Hàn Quốc tác động đến các quốc gia này ở phương diện kinh tế lẫn chính trị và an ninh. Với những điều kiện đặc thù khác nhau, Nhật Bản và Hàn Quốc đã thực thi những chính sách khác nhau. Nhật Bản thực hiện chiến lược theo tiêu chí "đẩy

mạnh cạnh tranh và phòng vệ cứng" trong khi Hàn Quốc chủ trương hành động "điều tiết" và "phòng vệ hàng rào". Nhật Bản duy trì quan hệ vừa hợp tác, vừa cạnh tranh để giải quyết những thách thức cả về kinh tế lẫn an ninh và chủ quyền. Hàn Quốc thúc đẩy hợp tác kinh tế, theo đuổi mục tiêu thống nhất bán đảo Triều Tiên với Trung Quốc nhưng cũng cân bằng trong quan hệ mở rộng hợp tác về an ninh và ngoại giao với Mỹ.

Bài viết *Japan-South Korea relations - a download spiral: more than "just" historical (Quan hệ Nhật Bản - Hàn Quốc: Lốc xoáy mạnh, không chỉ bởi vì lịch sử)* của tác giả Sakaki, Alexandra (2019) cũng nhấn mạnh vào tranh chấp giữa Hàn Quốc và Nhật Bản liên quan đến việc bồi thường cho các cựu chiến binh bị cưỡng bức lao động. Sự ngờ vực ngày càng cao dẫn đến sự rạn nứt gia tăng trong mối quan hệ giữa hai quốc gia ảnh hưởng đến các cân quyền lực của bộ ba đồng minh Nhật Bản-Hoa Kỳ-Hàn Quốc. Mối quan hệ song phương trở nên căng thẳng và thiếu tin tưởng đến mức độ hai quốc gia không còn thừa nhận là đối tác có những giá trị lợi ích chung. Tranh chấp Hàn Quốc-Nhật Bản khiến châu Âu e ngại vì ảnh hưởng đến thông tin tình báo quân sự về Triều Tiên.

Một số bài viết cũng rất hữu ích cho việc nghiên cứu *Japan & Korea: A fragile relationship (Nhật Bản và Hàn Quốc: Mối quan hệ dễ đỗ vỡ)*, của tác giả Haruko Satoh (2020) phân tích về những cột mốc điển hình trong mối quan hệ hai nước. Việc bình thường hóa quan hệ năm 1965 đưa hai quốc gia tiến gần đến quá trình cải thiện quan hệ, cùng nhau trở thành đồng minh của Hoa Kỳ để đối trọng với các quốc gia có nền kinh tế mạnh lúc bấy giờ. Tuy nhiên, một số động thái của nhà lãnh đạo liên quan đến các vấn đề lịch sử làm xói mòn niềm tin tưởng lẫn nhau của hai quốc gia. Điển hình như những chuyến thăm đền thờ Yasununi của Thủ tướng Nhật Bản đến 6 lần từ 1972, phong trào phản đối vấn đề "phụ nữ mua vui" tiếp nối với Thỏa thuận đền bù năm 2015 hay tranh giành lãnh thổ đảo Dokdo/Takeshima, thương chiến Nhật-Hàn 2019. Trung Quốc và Hoa Kỳ có ảnh hưởng lớn đến đến việc định hình cách Nhật Bản và Hàn Quốc đối xử với nhau ở mọi cấp độ: kinh tế, chính trị, an ninh và xã hội. Nhật Bản và Hàn Quốc nhờ vào những cơ hội đầu tư và thương mại ngày càng tăng với Trung Quốc mà thoát khỏi

những thời kỳ trì trệ của cuộc khủng hoảng kinh tế 1997. Tuy nhiên, ưu sách của Trung Quốc về biển Đông lại thật sự là mối đe dọa với hai quốc gia. Quan hệ Nhật Bản và Hàn Quốc phụ thuộc nhiều vào thiện chí giải quyết quá khứ xuất phát từ cả hai nhà lãnh đạo.

Tác giả Yul Sohn (2020) trong bài viết *Korea-Japan Relations in Crisis: People want a change (Quan hệ Hàn Quốc và Nhật Bản trong cơn khủng hoảng: Người dân cần một sự thay đổi)* miêu tả tóm tắt về cuộc thương chiến năm 2019 giữa hai quốc gia sau khi vấn đề lịch sử liên quan "cưỡng bức lao động" đã không được giải quyết thỏa đáng dưới góc nhìn của Hàn Quốc năm 2018. Nhật Bản loại Hàn Quốc khỏi danh sách trắng các quốc gia được ưu tiên thương mại cùng lúc với việc Hàn Quốc tẩy chay những sản phẩm Nhật Bản. Động thái chấm dứt Thỏa thuận về hệ thống thông tin an ninh quân sự tổng thể (GSOMIA) của Chính phủ Hàn Quốc cũng khiến căng thẳng an ninh song phương và khu vực gia tăng. Hậu quả gây nên, *thứ nhất*, ấn tượng của người Hàn Quốc, tập trung ở thế hệ trẻ giảm mạnh với người Nhật Bản; *thứ hai*, trào lưu chống Hàn gia tăng ở Nhật Bản; *thứ ba,* phần lớn người dân hai quốc gia đều phản đối việc thực thi những chính sách ưu đãi từ Chính phủ lẫn nhau; *thứ tư,* Hàn Quốc yêu cầu một giải pháp mới về vấn đề cưỡng bức lao động. Khủng hoảng giữa hai quốc gia bắt nguồn từ hậu quả của những tranh chấp lịch sử chưa được giải quyết thỏa đáng khiến người dân hai nước mệt mỏi trước sự đối đầu kéo dài giữa Chính phủ hai nước. Việc này khiến cho quan hệ Hàn Quốc-Nhật Bản có nguy cơ bị phá hủy trước sự đối kháng, trả đũa qua lại.

Công trình nghiên cứu *Điều chỉnh chính sách chính trị, xã hội của Nhật Bản trong giai đoạn Shinzo Abe cầm quyền lần thứ hai* của tác giả Phan Cao Nhật Anh (2020) nêu rõ một loạt sự điều chỉnh chính sách của Thủ tướng Shinzo Abe trước bối cảnh sự trỗi dậy của Trung Quốc, vai trò suy giảm của Mỹ, tình hình khó lường của Triều Tiên cũng như nguy cơ đe dọa hoạt động khủng bố. Những vấn đề liên quan đến kinh tế - xã hội như nền kinh tế trì trệ, thảm hoạ sóng thần 2011, tình trạng dân số già hóa cũng khiến lãnh đạo Nhật Bản đối mặt với nhiều thử thách. Mục đích đặt ra lúc bấy giờ chú trọng việc tăng cường sức mạnh quốc gia thông qua việc chấn chỉnh tình hình trong nước và quan hệ quốc tế. Trong đó, Thủ tướng Abe cũng thúc đẩy

việc nối lại quan hệ giải quyết những vấn đề lịch sử, tranh chấp lãnh thổ với quốc gia láng giềng Hàn Quốc. Cuộc gặp thượng đỉnh năm 2015 tại Seoul giữa Thủ tướng Abe và Tổng thống Park Geeun-hye đánh dấu 50 năm bình thường hóa quan hệ hai nước thông qua gói hỗ trợ tài chính chữa trị tâm lý cho nạn nhân "phụ nữ mua vui" đã làm quan hệ hai quốc gia có dấu hiệu ấm lên. Điều này thúc đẩy sự đồng thuận hợp tác an ninh của hai quốc gia trước nguy cơ đe dọa hạt nhân từ Triều Tiên thể hiện qua việc nhất trí ký kết Hiệp điện thông tình tình báo và an ninh chung (GSOMIA).

Japaneses public sentiment on South Korea - Public Opinion and International Relations (Tâm lý người Nhật Bản về những quan điểm mối quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản và Quan hệ quốc tế) của các tác giả Tetsuro Kobayashi và Atsushi Tago (2022) phân tích kỹ lưỡng về những nhân tố mới ảnh hưởng và tạo nên những sự chấp nhận thức thời về mối quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Những nguyên đơn kiện cáo vì không đồng tình với những Hiệp định, Hiệp ước năm 1965 và 2015, người khởi xướng phong trào phản đối những đặc quyền dành cho những người Hàn Quốc sống tại Nhật Bản, những cá nhân đăng bài chống lại người Hàn trên các phương tiện thông tin xã hội hàng ngày tạo nên bức tranh chung về tình cảm của người Nhật Bản dành cho người dân đất nước láng giềng đan xen giữa ủng hộ và phản đối. Một số khía cạnh điển hình có liên quan trực tiếp đến mối quan hệ của hai quốc gia bao gồm: việc xin lỗi và bồi thường cho nạn nhân "phụ nữ mua vui" và "lao động cưỡng bức" không những đảm bảo được tính nhân văn, trách nhiệm xã hội đối với Hàn Quốc mà còn cần thiết với chính đất nước này. Trào lưu "Ghét-Hàn Quốc" xuất hiện song song mâu thuẫn về chính trị gia tăng giữa hai nước thông qua một số sách được viết dựa theo cảm xúc kích động, bỏ qua lý giải hợp lý, thuyết phục. Đa số tác giả của tác phẩm nguồn gốc đa dạng từ Trung Quốc, Đài Loan hay thậm chí từ Hàn Quốc đến Nhật Bản nhập tịch, thu hút được lượng khán giả là nam giới từ 30-50 tuổi, nên không thể kết luận là hiện tượng đại diện chính thống cho dư luận Nhật Bản. Chỉ những người có quan điểm chống Hàn Quốc góp phần truyền bá những thông điệp ủng hộ quan điểm này.

Tác giả Phillip Sandblom (2024) cũng đưa ra một số luận điểm khách quan về mối quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản dưới hai nhiệm kỳ Tổng thống Moon Jae-in

(2017 - 2022) và Yoon Suk-yeol (2022 - 2025) trong bài viết *South Korea - Japan relations under two presidents (Quan hệ Hàn Quốc và Nhật Bản dưới hai đời tổng thống)*. Nếu Tổng thống Moon có động thái đối đầu với quốc gia láng giềng vì cho rằng Chính phủ Nhật Bản tiếp tục bày bỏ sự thờ ơ với vấn đề lịch sử còn tồn động thì chính quyền Yoon lại cố gắng hòa giải để cải thiện mối quan hệ song phương này. Cuộc thương chiến giữa hai quốc gia đạt đến đỉnh điểm năm 2019 gây nhiều tổn thất về cán cân thương mại đôi bên cùng việc lũng đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu. Chính quyền Yoon tiếp quản dưới thực trạng khủng hoảng quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản đã cố gắng tháo gỡ những tranh chấp mục đích bình thường hóa quan thương mại và trao đổi các giá trị chung Nhật Bản dưới thời Thủ tướng Kishida. Điều quan trọng là cùng nhau giải quyết những vấn đề an ninh nảy sinh từ những sự kiện toàn cầu thời gian này, thông qua việc thúc đẩy hợp tác ba bên Nhật - Hoa Kỳ - Hàn song song với Nhật - Trung Quốc - Hàn tạo thế cân bằng về quyền lực ở Đông Á, phương thức để Hàn Quốc tăng cường sức mạnh để giải quyết vấn đề Bắc Triều Tiên.

Dựa trên các nghiên cứu trên cập nhật đến năm 2024 phạm vi toàn cầu, văn hóa vừa là nền tảng giải quyết các vấn đề chính trị nhưng đôi khi chứa đựng những nguy cơ ảnh hưởng đến chính trị. Văn hóa đại chúng có sự gắn liền với chính trị thông qua việc tái hiện lại các diễn ngôn, chính sách đối ngoại của những quốc gia chủ thể, thông qua truyện tranh, phim hoạt hình, sách giáo khoa Nhật Bản và phim truyền hình, điện ảnh Hàn Quốc. Tác giả Phillip Sandblom và Haruko Satoh cùng chung quan điểm khi nhìn nhận nền tảng xây dựng nên bản sắc quan hệ chính trị giữa hai quốc gia được hình thành dựa trên tinh thần dân tộc và chủ nghĩa dân túy. Thực tế đã chứng minh chính quan hệ trong lĩnh vực kinh tế và văn hóa đã kéo hai quốc gia lại gần nhau hơn so với việc kéo hai quốc gia ra xa của các vấn đề chính trị. Bổ sung cho điều này, Gilbert Rozman & Shin-wha Lee thông qua cuộc khảo sát đã chứng minh riêng giới trẻ Hàn Quốc lại lại ủng hộ việc hợp tác giữa hai quốc gia để đạt được mục đích kinh tế và an ninh khu vực. Động thái của những nhà lãnh đạo hai quốc gia liên quan rất mật thiết đến việc giải quyết vấn đề lịch sử tồn đọng và mở ra những dấu hiệu khả quan cho mối quan hệ hai quốc gia.

Với mức độ nhận thức về nhau giữa hai quốc gia, các tác giả Tetsuro Kobayashi và Atsushi Tago, Sakaki, Alexandra, Yul Sohn, Seok Hee Yoon đưa ra một số dẫn chứng về xung đột trong mối quan hệ hai quốc gia như những vụ kiện không đồng tình với điều khoản trợ cấp, bồi thường theo Hiệp ước 1965, 2015, những bài báo chống người Hàn trên các trang thông tin xã hội của người Nhật Bản dựa trên những cảm xúc kích động, bỏ qua lý giải hợp lý. Cùng đó, thương chiến năm 2019 bắt nguồn từ vấn đề "cưỡng bức lao động" không được giải quyết thỏa đáng dưới góc nhìn của Hàn Quốc đã khiến thế hệ trẻ người Hàn vốn ưu tiên kinh tế và an ninh cũng giảm mạnh thiện chí, song song với trào lưu chống Hàn dâng cao ở Nhật Bản đã khiến quan hệ hai nước ở cả cấp Chính phủ lẫn nhân dân chưa có những bước tiến rõ rệt.

1.3. Công trình về chính sách văn hóa của Hàn Quốc

Ethnic Nationalism in Korea-Genealogy, Politics & Legacy (Tinh thần dân tộc ở Hàn Quốc: Phả hệ, Chính trị và Di sản) (2006) của Gi-Wook Shin tập trung giải thích nguồn gốc và đặc điểm chính trị của Hàn Quốc. Sự trỗi dậy của Nhật Bản, phương Tây vào đầu thế kỷ XIX đã tạo động lực cho Hàn Quốc tìm cách định vị lại đất nước dựa trên bản sắc đó. Tinh thần dân tộc dựa trên huyết thống, tổ tiên và luôn đóng vai trò quan trọng trong nền chính trị và quan hệ đối ngoại. Người dân Hàn Quốc trong mọi hoàn cảnh đều thể hiện lòng tự hào về dân tộc, bản sắc và sự tự tin. Tính dân tộc của Hàn Quốc dựa trên cơ sở huyết thống, cụ thể đồng lòng dành tình yêu thương, cho mọi người gốc Hàn bất kể đang sinh sống, lập nghiệp tại những quốc gia khác. Bản sắc dân tộc được hình thành từ bản sắc tập thể hay sự phân biệt giữa chủng tộc và và dân tộc hóa, diễn ra trên nhiều khía cạnh chống chủ nghĩa thực dân, nội chiến, chủ nghĩa độc tài, dân chủ hóa và toàn cầu hóa. Tinh thần dân tộc là một trong những nền tảng mà Hàn Quốc đã sử dụng để tiếp cận toàn cầu hóa với cấu trúc đa tầng. Cụ thể, *tầng một,* người dân Hàn Quốc ra sức từ chối những yếu tô gây hại cho di sản văn hóa của họ, nhưng vẫn tiếp thu những ưu việt của văn minh nước ngoài; *tầng hai,* Chính phủ ra sức quảng bá xuyên quốc gia văn hóa dân tộc và di sản. Tuy nhiên, vẫn có những góc nhìn trái ngược nhau, một là chính tinh thần dân tộc văn hóa đã trở thành một lực cản quá trình toàn cầu hóa, đối

lập lại cho thấy rằng Chính phủ và đa số người dân Hàn Quốc đều tìm được cách hòa hợp giữa quá trình toàn cầu hóa và các mục tiêu dân tộc chủ nghĩa, thông qua sự xuất hiện của chủ nghĩa khu vực và chủ nghĩa châu Á.

Shin Seung Jin, *Strategic directions for the activation of cultural diplomacy to enhance the country image of the Republic of Korea (Định hướng chiến lược về việc khởi động ngoại giao văn hóa để nâng cao hình ảnh quốc gia của Hàn Quốc)* (2008) phân tích việc Hàn Quốc kế thừa những chiến lược ngoại giao văn hóa của một số quốc gia phương Tây và Nhật Bản. Hàn Quốc với chiến lược "Korean Wave" đã sử dụng văn hóa như một công cụ để tạo dựng hình ảnh đặc trưng nhằm gia tăng sự hiểu biết lẫn nhau và tạo động lực hợp tác quốc tế. Sự kết hợp của một số tổ chức Chính phủ như Bộ ngoại giao, Bộ Quốc phòng, Bộ văn hóa, Thể thao và Du lịch cùng một số phòng ban trọng điểm đã thúc đẩy mạnh mẽ ngoại giao văn hóa dài hạn với các chương trình giao lưu văn hóa, thể thao, giáo dục, chia sẻ kinh nghiệm về bảo tồn di sản văn hóa, bản sắc văn hóa ra thế giới. Đặc biệt, các sản phẩm văn hóa đại chúng, trung tâm dạy tiếng Hàn và những chiến dịch thu hút khách du lịch được đầu tư phát triển. Song song, để quảng bá triệt để vào các thị trường nước ngoài, các kênh truyền thông về văn hóa Hàn Quốc như website đa ngôn ngữ, mạng xã hội được chú ý đầu tư bảo đảm nhu cầu của những thế hệ kỹ thuật số.

Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy (Làn sóng Hàn Quốc với vai trò là công cụ cho Ngoại giao văn hóa thế hệ mới) (2012), của tác giả Gunjoo Jang, Won K. Paik với nội dung về bản chất làn sóng Hàn Quốc tạo nên hiện tượng trên thế giới với những sản phẩm điển hình như phim truyền hình, điện ảnh, âm nhạc, trò chơi điện tử, ẩm thực, du lịch, ngôn ngữ. Các sản phẩm văn hóa Hàn Quốc chính là sự hợp nhất giữa văn hóa truyền thống cùng văn hóa phương Tây, phần lớn là Hoa Kỳ, là biểu hiện của một dạng văn hóa được lai tạo và bản địa hóa thành công. Cụ thể, phim truyền hình Hàn Quốc trở nên phổ biến diện rộng vì sự phù hợp với đa dạng tiêu chí người xem: thư giãn và vui vẻ với người Mỹ, giản dị lãng mạn với người châu Âu, phù hợp với định hướng lối sống mà người châu Á ưa chuộng hay người Trung Đông hài lòng vì nội dung nhiều cảm xúc và không có yếu tố tình dục. Khi văn hóa tạo nên một tác động nhất định,

Hàn Quốc cũng dần tự chủ hơn trong mối quan hệ với các quốc gia khi họ dần thắt chặt mối quan hệ với Trung Quốc và bớt phụ thuộc vào Hoa Kỳ. Nhìn chung, Làn sóng Hàn Quốc đóng góp đáng kể vào việc phá vỡ ấn tượng tiêu cực về quốc gia, thay thế bằng hình ảnh tự tin, đậm bản sắc dân tộc. Một khi những mục tiêu về kinh tế và chính trị cũng ngày càng lớn mạnh thêm nhờ điều này thì những phản ứng ngược lại là điều tất yếu.

Với tài liệu *Cultural Policy in South Korea, Making a new Patron State (Chính sách văn hóa ở Hàn Quốc định hình nhà nước bảo trợ mới)* (2019), tác giả Hye-Kyung Lee đã giới thiệu về chính sách văn hóa của Hàn Quốc theo góc nhìn lịch sử với sự phát triển tập trung vào 3 giai đoạn 1910-1945 dưới sự cai trị của Nhật Bản, 1961-1988 thời kỳ chế độ độc tài quân sự của Nhật Bản và từ những năm 1990 nền dân chủ đương đại đã chứng kiến sự biến hóa liên tục không tránh khỏi những tranh cãi. Nền chính trị, kinh tế, xã hội đa dạng và phức tạp của Hàn Quốc đã tác động rất lớn đến chính sách văn hóa của quốc gia này. Trong đó, vai trò của nhà nước chi phối rất lớn đến đời sống văn hóa, sáng tạo nghệ thuật của người dân Hàn Quốc và quan trọng hơn là đưa văn hóa lên thành một lĩnh vực có giá trị kinh tế mang quy mô toàn cầu. Nếu như chính sách văn hóa của các quốc gia phương Tây như Pháp, Anh chú trọng đảm bảo tính sáng tạo thẩm mỹ, tính tự chủ coi trọng về nhân học kéo theo sự đa dạng về văn hóa thì các quốc gia châu Á như Hàn Quốc, Nhật Bản hay Indonesia ưu tiên các giá trị văn hóa truyền thống vốn rất chú trọng bảo tồn khuôn mẫu cũng như các di sản văn hóa và đặt nặng việc kiểm duyệt sáng tạo cá nhân liên quan đến văn hóa. Đối với Hàn Quốc, các chuyên gia hoạch định văn hóa đều hướng đến việc sử dụng văn hóa để truyền bá hệ tư tưởng của nhà nước.

The State's Roles in the Development of Cultural Industries: Korean Cultural Industry Policies from 1993 to 2021(Vai trò của Nhà nước trong sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa: Chính sách công nghiệp văn hóa Hàn Quốc từ 1993 - 2021) (2021) của tác giả Taeyoung Kim nêu bật vị trí của nhà nước trong việc phát triển các ngành nghề trong nền công nghiệp văn hóa Hàn Quốc. Dưới tác động của toàn cầu hóa tân tự do, nhà nước vẫn luôn có những định hướng riêng trong việc sử dụng các sản phẩm văn hóa trở thành những công cụ quản lý dân

cư và gây ảnh hưởng nhất định ở nước ngoài. Với những chiến lược phát triển thức thời, Hàn Quốc đã khẳng định được ví trí quan trọng trong việc phát triển nền công nghiệp văn hóa trên thị trường thế giới với sự hoạt động hiệu quả của các doanh nghiệp văn hóa. Thông qua việc thành lập tổ chức Quỹ công hỗ trợ trực tiếp từ khâu sản xuất cho đến quảng bá được ủy thác cho tư nhân quản lý cũng như huy động nguồn vốn tư nhân, hoạt động kinh doanh văn hóa đã trở nên cạnh tranh trên thị trường toàn cầu. Sự phổ biến các sản phẩm văn hóa đã giúp cho Hàn Quốc gia tăng sức mạnh mềm khẳng định vị thế chính trị và kinh tế trên thế giới của mình. Tuy nhiên có rất nhiều ý kiến cho rằng chỉ là cách thức mang tính chất ngắn hạn, còn được gọi là "chủ nghĩa công cụ" ít nhiều đàn áp các sản phẩm văn hóa.

Một bài viết của tác giả Hoàng Hải Hà và Lương Ngân Hà (2024) với tiêu đề *Ngoại giao văn hóa và Sức mạnh mềm của quốc gia tầm trung: Trường hợp Hàn Quốc* làm rõ các hoạt động cụ thể của chính sách ngoại giao văn hóa phát huy vai trò quảng bá hình ảnh, tăng cường sự công nhận của cộng đồng quốc tế cũng như nâng cao vị thế của một quốc gia tầm trung trên thế giới. Đại diện tiêu biểu là Làn sóng Hallyu đã chứng tỏ được sự thu hút đặc trưng góp phần thức đẩy các hợp tác văn hóa đa phương, tạo nên lợi ích kinh tế và ngoại giao đồng hành cho các bên. Trong bối cảnh sự cạnh tranh gia tăng cùng vòng xoáy chính trị diễn biến phức tạp, sự đổi mới và mở rộng ngoại giao văn hóa rất cần thiết để Hàn Quốc có thể duy trì và phát huy sức mạnh mềm trong quan hệ quốc tế hiện đại.

1.4. Công trình về chính sách văn hóa của Nhật Bản

Tác giả Aurelijus Zykas với bài viết *Traditional and popular cultural discourses within the post-war development of Japan's cultural diplomacy (Diễn ngôn về văn hóa đại chúng và truyền thống về sự phát triển hậu chiến tranh trong ngoại giao văn hóa của Nhật Bản)* (2011) miêu tả nội dung về quá trình hình thành và phát triển, những thách thức cũng như cách thức truyền thông của ngoại giao văn hóa Nhật Bản từ sau 1945. Đặc trưng của công nghiệp văn hóa Nhật Bản chính là sự kết hợp khôn khéo giữa văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng trong thế kỷ thứ XXI để bảo tồn sức mạnh mềm quốc gia. Văn hóa truyền thống được khai thác triệt để từ những năm 1970, trở thành tiền đề hình thành nên văn hóa đại chúng xuất hiện

từ những năm 1990. Trong khoảng thời gian cuối thế kỷ thứ XX, Nhật Bản thậm chí đã phát triển thành một chủ thể văn hóa toàn cầu quan trọng, tuy nhiên thị trường trong nước và việc bảo tồn di sản văn hóa vẫn được ưu tiên hơn. Chiến lược Cool Japan chính thức năm 2012 đổi mới định hướng thị trường quốc tế, phổ biến văn hóa đại chúng mạnh mẽ trong chính sách ngoại giao văn hóa đầu thế kỷ XXI tạo nên sự bứt phá. Cụ thể, thông qua đó, Nhật Bản đã cải thiện hình ảnh, tăng trưởng mạnh về kinh tế góp phần nâng cao vị thế chính trị quốc gia, tạo nên đối trọng cạnh tranh với Hàn Quốc, Anh và Pháp.

Chính sách văn hóa của Nhật Bản chú trọng giữ gìn các di sản, xây dựng thương hiệu cũng như sự hấp dẫn về quốc gia được tác giả Natsuko Akagawa miêu tả rõ nét qua tài liệu *Heritage Conservation in Japan's Cultural Diplomacy-Heritage, national identity and national interest (Gìn giữ di sản văn hóa trong ngoại giao văn hóa Nhật Bản - Di sản, Bản sắc và lợi ích quốc gia)* (2015). Bản sắc dân tộc và tinh thần dân tộc đã tạo nên những di sản văn hóa để xây dựng Nhật Bản trở thành một quốc gia văn hóa. Bảo tồn di sản văn hóa được sử dụng như một phương tiện ngoại giao văn hóa khi Nhật Bản tích cực tham gia vào hệ thống di sản quốc tế, trong đó có sự chấp nhận đa dạng hóa việc giao thoa văn hóa giữa phương Đông và phương Tây. Chính sách ngoại giao văn hóa thông qua những hỗ trợ ODA cho bảo tồn di sản, điển hình là trường hợp bảo tồn di sản vật thể và phi vật thể ở Việt Nam là một ví dụ điển hình về cũng thể hiện được người Nhật Bản là những công dân toàn cầu đầy trách nhiệm về lĩnh vực này. Với tầm nhìn sẽ trở thành một câu nối giữa phương Đông và Tây tạo nên một "nền văn hóa thế giới", Nhật Bản chú trọng việc bảo tồn di sản sẽ bao gồm bảo tồn về bản sắc dân tộc, tinh thần dân tộc và lợi ích cho các quốc gia. Trong đó, di sản trong một xã hội Nhật Bản cụ thể với mục đích cung cấp những trải nghiệm đích thực về quá khứ được đánh giá gắn liền với văn hóa, lịch sử, chính trị, bản sắc của dân tộc đó.

Nói đến Nhật Bản, không thể phủ nhận sự phổ biến và tiêu thụ rộng rãi văn hóa đại chúng của quốc gia này ở khu vực Đông Á trong suốt 2 thập kỷ của từ đầu những năm 90. Thông qua *Regionalizing culture, the political economy of Japanese popular culture in Asia (Khu vực hóa văn hóa, kinh tế chính trị về văn hóa Nhật*

Bản ở châu Á) (2015), tác giả Nissim Kadosh Otmazgin đã có những phân tích về văn hóa đại chúng Nhật Bản với góc nhìn là sự hợp lưu của nền văn hóa Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hàn Quốc và một số đặc điểm chọn lọc của các nền văn hóa khác với một số sản phẩm tiêu biểu như truyện tranh (Manga), phim hoạt hình (Anime), âm nhạc, thời trang…Thông qua các con số thông kê từ các cuộc khảo sát thực tế, với những quốc gia Đông Á, đặc biệt là Đông Nam Á, văn hóa đại chúng của Nhật Bản nhận được sự hưởng ứng, yêu thích của giới trẻ. Sự thành công này thể hiện qua chiến lược phát triển chú trọng thương mại hóa hơn là giới hạn, bảo tồn bản sắc song song kèm với định hướng công nghiệp văn hóa trong đời sống chính trị và xã hội của người tiêu dùng trong và ngoài nước của Chính phủ.

Nhật Bản còn áp dụng một hình thức độc đáo khi sử dụng Manga để vẽ nên câu chuyện đề tài lịch sử trải qua rất nhiều triều đại lập nước và cách thức tham gia vào những cuộc chiến tranh thế giới. Dựa trên nền tảng tinh thần dân tộc và chủ nghĩa xét lại, một số tác phẩm Manga được sử dụng để nhấn mạnh những mục tiêu tuyên truyền chính trị cho những độc giả tự hào là người Nhật với những ấn phẩm nổi bật như Sensoron (Lý thuyết chiến tranh), Kenkanryu (Ghét làn sóng Hàn Quốc) hay Chugoku nyumon (Giới thiệu về Trung Quốc). Một trong những ý tưởng trọng tâm chủ ý truyền đạt thông qua tác phẩm bao gồm: những binh lính Nhật Bản xưa là những người hùng, sự cai trị của Nhật Bản suy cho cùng có lợi cho đất nước và con người Hàn Quốc và những sự thật đằng sau việc bịa đặt về cuộc thảm sát Nam Kinh. Dù nhận được những dư luận tranh cãi nhưng không thể phủ nhận Manga đã trở thành một phương thức gây ảnh hưởng nhất định đến nhận thức người dân trong nước cũng như quốc tế về Nhật Bản. Đặc biệt, một số lượng lớn sinh viên Nhật Bản cũng nhận định những câu chuyện qua tác phẩm Manga không làm họ thay đổi những quan điểm về lịch sử Nhật Bản. Nizim, Otmazgin & Rebecca Suter qua *Rewriting history in Manga, Stories for the Nation (Viết lại lịch sử về Truyện tranh, Câu chuyện về quốc gia)* (2016) đã giúp người đọc hiểu hơn về sự phát triển của Manga với lịch sử Nhật Bản.

Tác giả Phạm Hồng Thái cũng đưa ra một số nhận định về *Chiến lược công nghiệp văn hóa của Nhật Bản (2016)* tập trung vào những trọng tâm, *một là* khơi dậy

nhận thức "sức hấp dẫn của Nhật Bản" từ chính người Nhật, *hai là* quốc tế hóa các sản phẩm văn hóa mang tính đại chúng tạo nên sự đồng cảm của thế giới về ý thức thẩm mỹ, văn hóa hay lối sống của người Nhật và *ba là* lấy nền tảng từ những giá trị văn hóa quốc gia được bồi đắp và sáng tạo trong lịch sử. Nhật Bản định hướng thuyết phục thế giới nể phục, cảm nhận các giá trị văn hóa Nhật như chính cách họ giáo dục cho người dân luôn mang niềm tự hào lớn về nền văn hóa quốc gia, ngay cả từ thời kỳ lịch sử dưới góc độ chính trị từng mang danh Chủ nghĩa đế quốc.

Study on a Practice of External Cultural Policy from the Experience of Japonismes (Nghiên cứu về thực tiễn chính sách văn hóa đối ngoại từ kinh nghiệm của chủ nghĩa Nhật Bản) (2020) của tác giả Shimane Tomoaki với đề cập đến chính sách văn hóa đối ngoại của Nhật Bản tên gọi Japonism nhằm truyền bá các giá trị văn hóa của Nhật Bản thông qua triễn lãm giới thiệu tranh nghệ thuật, kịch Noh, võ thuật, trà đạo, thiền hoặc các dự án được thực hiện bởi Nhật Bản và các quốc gia sở tại. Văn hóa truyền thống Nhật Bản bao gồm hai thể loại, một mang tính chữa lành, thân thiện có khả năng xoa diệu cuộc sống tinh thần con người, hai là những tác phẩm mang tính bí ẩn, đem đến những khám phá với những giá trị đột phá. Mục đích chính là muốn xây dựng một hình thức giao lưu hợp tác cộng sinh đa văn hóa lành mạnh. Ngoài việc tiếp cận những tầng lớp công chúng khác nhau, các nhà hoạch định chính sách rất quan tâm đến đối tượng trẻ em nước ngoài với mong muốn giao mầm niềm yêu thích, đem lại kỷ niệm và những ấn tượng sâu sắc thông qua các buổi giao lưu, trải nghiệm quy mô lớp học.

Bài giảng chuyên đề nghiên cứu Nhật Bản Văn hóa đại chúng do tác giả Phạm Hoàng Hưng Chủ biên (2021) tập hợp nhiều bài nghiên cứu về văn hóa đại chúng Nhật Bản. *Thứ nhất,* việc định vị Manga trong nghiên cứu Nhật Bản ở nước ngoài; *Thứ hai,* sức tưởng tượng thông qua văn hóa đại chúng thời "hậu phương tiện truyền thông" sau đại dịch Corona; *Thứ ba,* đối sách với website lậu trên Internet của Nhật Bản; *Thứ tư,* ký ức chiếm đóng Đông Nam Á trong điện ảnh Nhật Bản thời hậu chiến; *Thứ năm,* góc nhìn Đông Nam Á về manga và Anime Nhật Bản trong chiến lược Cool Japan; *Thứ sáu,* sự vượt qua và cụ thể hóa của những đại diện Okama trong Anime One Piece; *Thứ bảy,* thể thao học đường là văn hóa đại chúng

Nhật Bản; *Thứ tám*, ngoại giao công chúng Nhật Bản thông qua liên hoan phim Việt Nam; *Thứ chín*, tác động của văn hóa đại chúng Nhật Bản đến định hướng nghề nghiệp học sinh trung học phổ thông tại thành phố Hà Nội và *Thứ mười*, tiểu thuyết trinh thám của Higashino Keigo và hiện tượng chuyển thành phim điện ảnh - phim truyền hình tại Nhật Bản. Thông qua đây, văn hóa đại chúng Nhật Bản đã được miêu tả những đặc điểm điển hình, sự thay đổi thích ứng thời đại công nghệ số, tác động để củng cố vị thế quốc gia này tại Đông Nam Á.

Bài viết *Sự truyền bá về các loại hình văn hóa đại chúng Nhật Bản từ giai đoạn hậu chiến tranh lạnh cho tới nay - Nghiên cứu trường hợp Manga/ Anime/ Game* (2024) của tác giả Phạm Văn Thủy & Hồ Ngọc Kiên nêu rõ thực trạng về việc phổ biến và quảng bá các hình ảnh và giá trị văn hóa ra toàn thế giới. Chiến lược Cool Japan được đề xuất năm 2010 đã định hình mạnh mẽ thương hiệu Nhật Bản, phổ biến sức hấp dẫn của văn hóa Nhật Bản ra toàn cầu. Các sản phẩm cụ thể được phổ biến bao gồm cả văn hóa truyền thông và các sản phẩm văn hóa đại chúng như Manga, Anime, Game, Thời trang, các sản phẩm thương mại, ẩm thực, robot, các sản phẩm công nghệ cao và thân thiện môi trường. Trong tình hình thiếu hụt sức mạnh quân sự và khủng hoảng kinh tế, Nhật Bản muốn khôi phục lại vị thế cường quốc thông qua văn hóa, không những mang lại lợi ích kinh tế mà còn là sự củng cố vị thế chính trị vững chắc cũng như tạo thiện cảm trong mắt cộng đồng quốc tế.

Nhận xét về các tài liệu nghiên cứu chính sách văn hóa Hàn Quốc và Nhật Bản cho đến năm 2024 trên phạm vi toàn cầu, hầu hết các tác giả đều tương đồng về sức mạnh mềm thật sự phát huy tính hữu ích với những quốc gia không mạnh về quân sự. Văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản đều chịu sự ảnh hưởng nhất định của Hoa Kỳ và Trung Quốc. Chính phủ hai quốc gia Hàn Quốc và Nhật Bản đều tận dụng phát triển văn hóa như một ngành công nghiệp quan trọng, với chiến lược tận dụng văn hóa truyền thống, khuyến khích sự sáng tạo, kêu gọi sự đầu tư của doanh nghiệp, tư nhân lớn cùng việc gia tăng trao đổi văn hóa. Trong đó, văn hóa đại chúng thông qua việc phổ biến toàn cầu đã nâng cao khả năng cạnh tranh với những nền văn hóa nổi lên trước đó như Hoa Kỳ, châu Âu hay Trung Quốc góp phần gia tăng vị thế "bá quyền về văn hóa" trong vị thế chung của cả hai quốc gia trên thế

giới. Điều này gây nên nỗi lo sợ về một hiện tượng "xâm lược văn hóa" tạo nên những làn sóng phản đối dữ dội với sự phổ biến văn hóa đại chúng Hàn và Nhật, xét về tính tiêu cực. Việc thương mại hóa lĩnh vực này đòi hỏi Hàn Quốc và Nhật Bản chú trọng những thể chế bảo vệ bản quyền sản phẩm, chống bán phá giá khích lệ sự phát triển mối quan hệ đồng minh song phương. Một số đặc điểm chính được thể hiện trong chính sách của cả Hàn Quốc và Nhật Bản như sau: *Một là,* nhà nước đóng vai trò lớn đến việc đưa văn hóa thành lĩnh vực mang giá trị kính tế quy mô toàn cầu cũng như chi phối và truyền bá hệ tư tưởng của nhà nước vào đời sống văn hóa, sáng tạo nghệ thuật của người dân. *Hai là,* tinh thần dân tộc thể hiện trong chính sách ảnh hưởng đến nền chính trị hiện tại cũng như quan hệ đối ngoại, là nền tảng để cả hai quốc gia tiếp cận toàn cầu hóa với cấu trúc đa tầng: tiếp thu song song với truyền bá. *Ba là,* hoạt động kinh doanh văn hóa thông qua việc hỗ trợ từ khâu sản xuất đến quảng bá của nhà nước ủy thác cho tư nhân tạo nên sức mạnh nền tảng gia tăng khả năng cạnh tranh toàn cầu trên thị trường, khẳng định vị thế chính trị và kinh tế trên thế giới của hai quốc gia.

Chính sách văn hóa của Hàn Quốc đặt trọng tâm đầu tiên vào việc xuất khẩu các sản phẩm văn hóa đại chúng để tác động trở lại về việc truyền bá các giá trị văn hóa truyền thống. Các sản phẩm văn hóa gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc, pha trộn chọn lọc văn hóa đời sống phương Tây, lai tạo và bản địa hóa với các thị trường nhập khẩu, nên phù hợp với nhiều quốc gia thuộc nhiều châu lục khắp thế giới. Điều này giúp Hàn Quốc tự chủ gia tăng lợi ích quốc gia, bớt phụ thuộc vào Hoa Kỳ, chủ động điều chỉnh quan hệ có lợi với Trung Quốc.

Chính sách văn hóa của Nhật Bản đi từ hướng nội sang xuất khẩu. Nhật Bản chú trọng xây dựng một "nền văn hóa thế giới" kết nối phương Đông và phương Tây, chú trọng việc bảo tồn di sản sẽ bao gồm bảo tồn về bản sắc dân tộc, tinh thần dân tộc và lợi ích cho các quốc gia. Sự sáng tạo trong lịch sử, văn hóa mục đích tạo nên sức hấp dẫn từ chính người Nhật từ các sản phẩm văn hóa truyền thống và quốc tế hóa các sản phẩm văn hóa đại chúng để thuyết phục, đồng cảm với giá trị thẩm mỹ, văn hóa và lối sống người Nhật. Định hướng phát triển này đã giúp Nhật Bản cải thiện được hình ảnh, xóa bỏ ấn tượng không tích cực về chủ nghĩa đế quốc trong quá khứ.

1.5. Công trình về quan hệ văn hóa Hàn Quốc - Nhật Bản

Tập thể tác giả Inhee Lee, Eun-Jung Kim, Myoung-hoon Sung, Eunyoung Lee với bài viết *Attitudes of Japanese Audience toward Korean Popular Culture & East Asian Community (Thái độ của khán giả người Nhật về văn hóa đại chúng Hàn Quốc và cộng đồng Đông Nam Á)* (2011) đã nêu ra những nhận định của khán giả người Nhật về văn hóa đại chúng Hàn Quốc cũng như vai trò của nền văn hóa này trong cộng đồng văn hóa Đông Nam Á. Thông qua Làn sóng Hàn Quốc thịnh hành từ đầu thế kỷ 21, hình ảnh của Hàn Quốc là một quốc gia láng giềng sở hữu nền văn hóa truyền thống tương đồng cũng như mối quan hệ lịch sử chặt chẽ ngày càng được định hình trong tâm trí người Nhật Bản. Khảo sát cho thấy người Nhật Bản tiếp cận văn hóa đại chúng Hàn Quốc phần lớn thông qua truyền hình, không quan tâm bối cảnh kinh tế xã hội, số đông là những phụ nữ đã có gia đình với độ tuổi 30- 49. Sự thấu hiểu lẫn nhau sẽ ngày càng gia tăng nếu Hàn Quốc tiếp tục đầu tư phát triển nội dung phong phú hoặc có thể đồng sản xuất với Nhật Bản trong tương lai.

Japan-Korea Past, Present & Future: From a public awareness survey (Mối quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản: Quá khứ, Hiện tại và Tương lại: Từ một cuộc khảo sát về sự nhìn nhận từ công chúng) của tác giả Kei Kono & Miwako Hara (2011) tập trung về những dữ liệu nghiên cứu về thái độ của người dân Nhật Bản với làn sóng Văn hóa đại chúng Hàn Quốc, thông qua qua các sản phẩm cụ thể cũng như cách thức thúc đẩy sự trao đổi giữa dân tộc hai quốc gia thông qua du lịch, học ngôn ngữ cũng như tương tác văn hóa cùng nhau. Thời kỳ năm 2001-2004, việc xuất khẩu các sản phẩm văn hóa đại chúng có phần mất cân bằng khi ưu thế thuộc về Hàn Quốc với những bộ phim truyền hình trong khi Nhật Bản có thế mạnh về phim hoạt hình. Tính chất đa dạng, gần gũi về văn hóa tạo nên sự trao đổi giữa con người và văn hóa hai quốc gia về du lịch, hôn nhân dưới sự chi phối nền tảng của chính trị, kinh tế cũng như quan hệ tổng quan giữa Hàn Quốc và Nhật Bản.

Bài viết *Soft power of Korean Popular culture in Japan: K-pop Avid Fandom in Tokyo (Sức mạnh mềm của văn hóa đại chúng Hàn Quốc: Cộng đồng người hâm mộ K -pop ở Tokyo)*, của tác giả Dinara Kozhakhmetova (2012) nhấn mạnh các mạng xã hội là những kênh truyền thông chính cho Làn sóng Hàn Quốc ngày nay. Hai xu hướng hâm mộ như một "khán giả tích cực" và phản đối các sản

phẩm âm nhạc Hàn Quốc luôn đồng hành đã chứng tỏ K-pop có sự ảnh hưởng mạnh mẽ trên thị trường Nhật Bản. Cụ thể như việc bảng xếp hạng âm nhạc Oricons[1] của Nhật Bản ghi nhận các ca sĩ Hàn Quốc từ năm 2002; doanh thu lớn nhiều lần so với thị trường trong nước nhưng tất cả những hành động, phát ngôn có liên quan đến lịch sử đều sẽ gây nên làn sóng phẫn nộ, tẩy chay lập tức. Việc các nhóm nhạc K-pop dành được sự hâm mộ của người Nhật Bản là vì sự đầu tư kỹ lưỡng về chất lượng tác phẩm, và đặc biệt xu hướng địa phương hóa ngôn ngữ khôn khéo. Tính cách của những ngôi sao người Hàn cùng với các hình tượng nhân vật trong phim ảnh cũng tạo nên thiện cảm với khán giả nữ Nhật Bản về hình mẫu người yêu và chồng lý tưởng, và với văn hóa cũng những sản phẩm được sản xuất từ Hàn Quốc. Nhà nước Hàn Quốc cũng tận dụng danh tiếng của những ngôi sao để đàm phán và giải quyết các xung đột chính trị.

Với giáo trình *Đối sách của các quốc gia và vùng lãnh thổ ở Đông Bắc Á về sự gia tăng sức mạnh mềm*, tác giả Hoàng Minh Lợi (2013) nêu bật được những cách thức tiếp cận có phần giống và khác nhau của Nhật Bản và Hàn Quốc trong việc hoạch định chính sách phát huy sức mạnh mềm với mục đích chính nâng cao vị thế quốc gia. Ngoại giao văn hóa kết hợp với ngoại giao công chúng Nhật Bản được triển khai với sự đầu tư quỹ, chú trọng việc giao lưu, hợp tác quốc tế về tài sản văn hóa, các sản phẩm văn hóa đại chúng như phim hoạt hình, truyện tranh, âm nhạc, điện ảnh, thời trang, ẩm thực, ngôn ngữ … bồi dưỡng tình cảm thân Nhật. Hàn Quốc đi theo chiến lược xuất khẩu, xây dựng thương hiệu quốc gia, phát triển công nghiệp văn hóa đa dạng thể loại.

Một số bài viết về Công nghiệp văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản nêu bật được bức tranh toàn cảnh về sự phát triển vượt bậc, làm "kinh tế" trên nền tảng văn hóa của hai quốc gia. *Công nghiệp văn hóa ở Nhật Bản và Hàn Quốc*, *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam*, số 8, (105) của các tác giả Phạm Hồng Thái, Nguyễn Thị Thắm, Hạ Thị Lan Phi (2016) miêu tả hai nền công nghiệp văn hóa Hàn Quốc và Nhật Bản chính là một lĩnh vực kinh tế trụ cột, vừa đem lại những khoản lợi nhuận lớn vừa góp phần tạo nên những hiệu ứng hình ảnh tích cực với khu vực và thế giới.

[1] Bảng xếp hạng độ phổ biến album tiêu chuẩn của ngành công nghiệp âm nhạc Nhật Bản hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng và hàng năm

Bên cạnh những sự kiện giao lưu văn hóa đại chúng và truyền thống, những phương tiện truyền thông đa phương tiện dựa trên kỹ thuật số hiện nay phát huy được tác dụng quảng bá hữu hiệu. Hiệu quả trực tiếp của công nghiệp văn hóa hai quốc gia còn tạo nên những hiệu quả gián tiếp cho những lĩnh vực khác như du lịch, y tế, hàng điện tử, mỹ phẩm, thời trang. Đồng thời, ngành còn góp phần thu hút người lao động, góp phần phát triển an sinh xã hội.

Với tài liệu *Chinese Dream, Cool Japan, and the Korean Wave: "Gangnam Style"(Giấc mơ Trung Quốc, Nhật Bản thân thiện và Làn sóng Hàn Quốc: "Phong cách được thể hiện qua Gangnam Style)* and *The Soft Power of East Asia Countries among Young Adults (Sức mạnh mềm của quốc gia Đông Nam Á với giới trẻ)*, tác giả Doobo Shim (2016) đưa ra những thông tin trọng tâm về đánh giá văn hóa đại chúng trong chiến lược "sức mạnh mềm" của ba quốc gia Đông Á Nhật Bản, Trung Quốc và Hàn Quốc dưới góc nhìn của người Mỹ. Thông qua khảo sát định lượng thực tế cùng năm, phần lớn người Mỹ có thái độ tiêu cực với Hàn Quốc, gần một nửa trong số họ có thái độ trung lập với Nhật Bản và Trung Quốc cùng với sự nhầm lẫn các sản phẩm văn hóa đại chúng của ba quốc gia này. Sự tiếp nhận các sản phẩm văn hóa Hàn Quốc của Nhật Bản cũng luôn chịu sự tác động từ các động thái chính trị của Tổng thống Hàn Quốc. Giả thuyết hai bước trong bài viết đã chỉ rõ văn hóa đại chúng đầu tiên sẽ tạo nên sự thu hút tự thân và sau đó gây hiệu ứng thu hút đến dân tộc sở hữu văn hóa đó.

Việc nghiên cứu về quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản vẫn luôn được quan tâm nhiều vì sức ảnh hưởng không chỉ ở khía cạnh song phương mà cả ở phương diện khu vực và toàn cầu. Bài nghiên cứu *Popular Culture and the Transformation of Japan-Korea Relations (Văn hóa đại chúng và Những thay đổi trong mối quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản)* của tác giả Rumi Sakamoto và Stephen Epstein (2021) đề cập đến những thay đổi về nhận thức của người dân Hàn Quốc và Nhật Bản được phản ánh cụ thể qua các sản phẩm văn hóa đại chúng theo các khía cạnh: hoạt động thường ngày, phim ảnh. Đặc biệt với phim ảnh, công chúng của hai quốc gia đã bị tác động đến hệ tư tưởng, lòng yêu nước cũng như bản sắc dân tộc. Xuất hiện từ những năm 2000 nhưng phim ảnh Hàn Quốc với chủ đề tái hiện lại thời kỳ thuộc

địa chỉ bắt đầu thu hút được sự chú ý của giới phê bình và khán giả trong nước từ năm 2015 khi gia tăng sự đa dạng về tính thẩm mỹ, khái quát và chủ đề. Bên cạnh những chi tiết hiện thực về đời sống người Hàn Quốc thời kỳ này, những tuyến nhân vật thân Nhật đứng giữa lòng yêu nước, trung thành với bản sắc dân tộc và mong muốn nắm bắt nền kinh tế xã hội hiện đại hóa thời thuộc địa tạo nên cái nhìn khách quan cho người xem của cả hai quốc gia. Tính hiện đại được thể hiện qua thế hệ người Hàn Quốc đương thời luôn bối rối vì sự xung đột giữa giá trị truyền thống và điều kiện hiện nay, và bị chia rẽ với lòng trung thành với dân tộc Triều Tiên đã thuộc về quá khứ và mong muốn đi theo những ý tưởng và xu hướng mới. Những bộ phim về vấn nạn "phụ nữ mua vui" hay "lao động cưỡng bức" cùng thời thuộc địa cũng được khai thác thông qua dòng phim lịch sử thời kỳ này. Những nhà làm phim Hàn Quốc đã xoay chuyển tư tưởng từ sự chịu đựng thụ động sáng tạo những đề kháng tích cực để ám chỉ chiến thắng của Hàn Quốc trước Nhật Bản. Sự xuất hiện xu hướng này có hàm ý liên quan đến những tranh chấp chính trị, ngoại giao hiện nay giữa hai quốc gia về vấn đề lãnh thổ và những vấn đề lịch sử tồn đọng.

Giá trị của văn hóa nguồn cội của Nhật Bản và Hàn Quốc còn thể hiện ở vốn xã hội được tích lũy qua những giao lưu cộng đồng tạo nên những thiện ý, đồng tình hai chiều. Công trình sách chuyên khảo *Vốn xã hội trong bảo tồn văn hóa truyền thống ở Nhật Bản và Hàn Quốc – Kinh nghiệm đối với Việt Nam* của tác giả Ngô Hương Lan (2022) đã nghiên cứu về quá trình biến đổi nội hàm này ở hai quốc gia từ hiệu quả kinh tế - xã hội đến hiệu quả cho sự phát triển xã hội thị dân mới. Chính vốn xã hội đã góp phần bảo lưu các giá trị văn hóa truyền thống, vốn là nền tảng, tài sản quý giá của mỗi cộng đồng xã hội được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác. Qua đó, các chiến lược phục dựng và quảng bá các hình thức, hoạt động văn hóa đã đóng góp vào việc gìn giữ văn hóa gốc rễ, phát triển du lịch địa phương gia tăng kinh tế. Dựa trên hệ thống chính sách và pháp luật chặt chẽ, cấp tiến, Việt Nam có thể huy động mọi nguồn lực để kế thừa một cách sáng tạo nhằm bảo tồn văn hóa truyền thống hiệu quả.

Một trong những sản phẩm văn hóa đại chúng điển hình trong quá trình hợp tác của Nhật Bản và Hàn Quốc chính là K-pop. Tác giả Bjorn Borman (2023) với bài

viết *Japanese and Koreans collaborations in K-Pop: Iz-One, TWICE & K-Pop Sapce in Tokyo (Sự hợp tác giữa Nhật Bản và Hàn Quốc về K -Pop qua hoạt động của các nhóm nhạc Iz-One, TWICE và Không gian K _pop ở Tokyo)* trên Tạp chí Đông Á về văn hóa đại chúng đã đưa ra những luận chứng về sự khéo léo của các nhóm nhạc và nghệ sĩ K-pop khi chinh phục thị trường Nhật Bản kể từ đầu những năm 2000. Chiến lược bản địa hóa về ngôn ngữ, cách thức giao lưu hay tập hợp thành viên nhóm nhạc của cả Hàn Quốc và Nhật Bản trong cùng nhóm đã chứng tỏ được sự thành công thông qua các kết quả nghiên cứu truyền thông ở hai tụ điểm cụ thể của Tokyo. Đây là một biểu hiện tích cực trái ngược hoàn toàn với mối quan hệ của hai quốc gia trong lĩnh vực chính trị nhiều biến động trong thời điểm lúc bấy giờ.

Nhìn chung, các công trình nghiên cứu đều cho thấy Chính phủ hai quốc gia đã tận dụng những chiến lược văn hóa để cải thiện, hàn gắn mối quan hệ song phương. Xét về việc tiếp nhận văn hóa, thông qua nghiên cứu thực tế 2001 - 2004 về thái độ dân Nhật Bản với làn sóng Hàn Quốc, cán cân xuất khẩu văn hóa đại chúng có phần nghiêng về phía Hàn Quốc, cho thấy sự nổi trội đầu thế kỷ thứ XXI về vị thế văn hóa của quốc gia này. Chính giả thuyết hai bước về sức mạnh của văn hóa, đầu tiên tạo sự thu hút tự thân giá trị văn hóa đó, và sau phát triển thành sự thu hút hướng đến dân tộc sở hữu văn hóa đã tạo nên vị thế đó. Việc tiếp nhận các sản phẩm văn hóa lẫn nhau của Hàn Quốc và Nhật Bản luôn chịu tác động của các động thái chính trị của các đời Tổng thống Hàn Quốc. Trong việc vận dụng văn hóa đại chúng như một công cụ thể hiện sự ảnh hưởng công chúng Hàn Quốc, một số nghiên cứu còn đặc biệt nhìn nhận được chính sự đầu tư kỹ lưỡng đảm bảo chất lượng sản phẩm về nội dung, hình thức thỏa mãn nhu cầu tâm lý người xem và cũng như xu hướng địa phương hóa ngôn ngữ của các sản phẩm gây thiện cảm với khán giả nữ Nhật Bản. Không những vậy, danh tiếng của những ngôi sao Hallyu cũng được tận dụng để đàm phán và giải quyết những xung đột chính trị. Việc hợp tác giữa hai quốc gia các dự án phim ảnh, nhóm nhạc với sự tham gia của diễn viên cả hai bên đánh dấu sự khởi sắc cho mối quan hệ về lĩnh vực này. Tuy nhiên, vẫn còn đó những xung đột trong quan hệ văn hóa thể hiện qua nội dung, biểu hiện của người dân hai quốc gia với các tác phẩm văn hóa đại chúng.

1.6. Nhận xét và đánh giá

Nhìn chung, tất cả những bài viết, công trình ở trên đã cung cấp cách nhìn tổng quan về lý luận và thực tiễn triển khai các hoạt động quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, là những nguồn thông tin tư liệu hết sức quí giá phục vụ cho công tác nghiên cứu về lĩnh vực này.

Những thông tin Luận án được kế thừa, phần lớn các nghiên cứu của các tác giả đều chú trọng đến khía cạnh ngoại giao văn hóa, tập trung nhiều vào văn hóa hóa đại chúng thông qua cách tiếp nhận và hợp tác song phương của hai quốc gia. Các nghiên cứu thực hiện ở nhiều giai đoạn ngắt quãng trải dài từ cả thời kỳ thuộc địa cho đến năm 2024. Văn hóa được nhìn nhận như một yếu tố có tính bền vững, phát huy được sự hữu ích trong các các chính sách quốc gia khi được thương mại hoa đem lại những lợi ích kinh tế. Việc củng cố nguồn lực sức mạnh mềm này luôn song song với sự cân nhắc của Chính phủ về những tổn thất hoặc lợi ích mà chủ thể đạt được để có những hành động hợp tác hay phản ứng phù hợp. Bên cạnh đó, văn hóa đại chúng chứng tỏ được sự liên hệ với chính trị thế giới khi tái hiện lại các quan điểm, niềm tin và bản sắc trong chính sách đối ngoại của quốc gia chủ thể. Tuy nhiên, nguồn lực này phải luôn luôn được đầu tư, sáng tạo và sản xuất thành thành phẩm nhằm đạt được mục đích sâu xa về sự "bá quyền về văn hóa trên thế giới" (Kadir Aden Dirir, 2022)

Với những hàm ý, phân tích về quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, các tác phẩm nêu bật một đặc điểm quan trọng: các mối quan hệ kinh tế và văn hóa kéo hai nước lại gần nhau đối lập hoàn toàn với các vấn đề về chính trị về vấn đề "phụ nữ mua vui", "cưỡng bức lao động", "tranh chấp lãnh thổ" lại kéo hai quốc gia ra xa nhau. Điểm chung tạo nền tảng để hai quốc gia xích lại gần nhau là tạo thế cân bằng chống lại sự đe dọa an ninh hạt nhân từ Bắc Triều Tiên cũng như chống lại sự trỗi dậy của Trung Quốc về an ninh lẫn kinh tế. Giữa những thăng trầm trong mối quan hệ song phương nhìn chung, quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia vẫn được duy trì tạo nên những hiệu quả gián tiếp vào các lĩnh vực khác, điển hình có thể kể đến là du lịch.

Tuy nhiên, hiện tại chưa có công trình nào phân tích được những khía cạnh sau: sự vận động của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, sự thay đổi trong chính sách phát triển và hợp tác văn hoá, các đặc điểm cốt lõi về thực trạng hợp tác, xung đột, cạnh tranh, xu hướng vận động cùng những nhân tố tác động tới quan hệ văn hoá hóa của hai quốc gia trong khoảng thời gian liên tục từ 2003 - 2024.

Những thông tin Luận án sẽ bổ sung: Với chủ đề "*Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)*", luận án sẽ bổ sung một số vấn đề chuyên sâu trong mối quan hệ này với những hạng mục như sau:

Thứ nhất, hiện trạng, diễn tiến, các khía cạnh của mối quan hệ văn hoá giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong giai đoạn 2003 - 2004.

Thứ hai, cách văn hóa đóng vai trò gia tăng sự hiểu biết lẫn nhau và trở thành cầu nối trong việc hòa giải, thúc đẩy sự hợp tác hai bên tạo sức ảnh hưởng đến mối quan hệ của Hàn Quốc và Nhật Bản nói chung.

Thứ ba, những đóng góp của văn hóa vào nền kinh tế hai bên, một động lực cho cả hai quốc gia liên tục chấn chỉnh ngành công nghiệp văn hóa, duy trì năng lực xuất khẩu, gia tăng vị thế của hai quốc gia trên thế giới.

Thứ tư, sự tác động xét theo khía cạnh hợp tác, xung đột và cạnh tranh ở cấp độ Chính phủ cũng như cấp nhân dân trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản vào chính sự phát triển một nền văn hóa mỗi quốc gia với mục đích đáp ứng nhu cầu giao lưu và hội nhập toàn cầu.

Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN & THỰC TIỄN

2.1. Cơ sở lý luận của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)

2.1.1. Một số khái niệm nền tảng về văn hóa

2.1.1.1. Khái niệm về văn hóa

Theo UNESCO, văn hóa được định nghĩa là tập hợp những đặc tính riêng biệt về trí tuệ, tinh thần, vật chất và đặc tính về cảm xúc của một nhóm người trong xã hội, bao gồm nghệ thuật, văn học, lối sống, cách chung sống, hệ thống giá trị, truyền thống và tín ngưỡng (UNESCO, 2001). UNESCO (2002) mở rộng định nghĩa này khi nhấn mạnh rằng văn hóa không chỉ bao gồm những khía cạnh trên mà còn bao gồm cả niềm tin con người. Cùng với giáo dục, khoa học, văn hóa đóng vai trò quan trọng khi được UNESCO lựa chọn là một trong những lĩnh vực chủ chốt được thúc đẩy hợp tác để đóng góp vào nền hòa bình và an ninh của thế giới (Goodrich et al, 1969, tr. 387).

Một số các khái niệm về văn hóa cũng đã được nghiên cứu sâu rộng. David Inglis (2005, tr. 7-10) cho rằng văn hóa là tập hợp những ý tưởng, giá trị và niềm tin đặc trưng của một nhóm người, ảnh hưởng đến hành động của họ, được thể hiện qua các biểu tượng và hiện vật, có tính học hỏi và mang tính chủ quan. Tương tự, văn hóa là sự kết hợp của các giá trị, phong tục, tín ngưỡng và tập quán tạo nên lối sống của một nhóm cụ thể. Nói cách khác, đó là những trải nghiệm để tự cảm nhận và giải thích về một xã hội, một nhóm hoặc một giai cấp (Eagleton, 2005: 46).

Khái niệm "văn hóa" đã được nhiều học giả Việt Nam nghiên cứu và định nghĩa từ nhiều góc độ khác nhau. Nguyễn Tấn Đắc (1999, tr. 26) nhấn mạnh rằng văn hóa là toàn bộ những hiểu biết, sáng tạo và cách ứng xử riêng của mỗi dân tộc, được hình thành và tích lũy trong suốt quá trình phát triển, tạo nên giá trị cốt lõi và bản sắc dân tộc. Như vậy, văn hóa không chỉ là sản phẩm của một cộng đồng mà còn là yếu tố xác định bản sắc của cộng đồng đó. Văn hóa cũng là "*một hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động thực tiễn, trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội của mình*" (Trần Ngọc Thêm, 1997, tr.27).

Như vậy, văn hóa theo góc nhìn của đề tài này sẽ bao gồm những tập đặc tính về tinh thần và vật chất, trí tuệ và cảm xúc bao gồm nghệ thuật, lối sống, hệ thống giá trị truyền thống tạo nên giá trị cốt lõi và bản sắc dân tộc. Vì được tích lũy và sáng tạo qua quá trình hoạt động thực tiễn, tương tác giữa con người với môi trường tự nhiện nên văn hóa có tính chủ quan nhưng cũng học hỏi lẫn nhau trong suốt quá trình phát triển lâu dài của loài người. Là hai quốc gia ở phương Đông, văn hóa Hàn Quốc và Nhật Bản đều hàm chứa các yếu tố trên và nhấn mạnh tính cộng đồng, sự hài hòa với thiên nhiên và đạo đức làm nền tảng, chịu ảnh hưởng từ Nho giáo, Phật giáo và Đạo giáo.

Trong quan hệ quốc tế, văn hóa là nguồn lực "mềm" đóng vào nền hòa bình và an ninh thế giới. Cụ thể, văn hóa và các giá trị liên quan đóng vai trò như một chuẩn mực, có thể thúc đẩy hoặc kiềm chế hành động đối ngoại của các quốc gia. Bên cạnh đó, trong một số trường hợp, văn hóa được sử dụng như một công cụ tập hợp lực lượng để gia tăng quyền lực, bởi so với kinh tế hay chính trị, công cụ này thường ít gây nghi ngờ và dễ dàng được chấp nhận hơn. Ngoài ra, văn hóa cũng có thể trở thành phương tiện để quốc gia gia tăng ảnh hưởng, thông qua việc tạo sức hút từ chính nền văn hóa của mình hoặc truyền bá những giá trị, quan điểm chính trị có lợi.

2.1.1.2. Phân loại văn hóa

Văn hóa có thể được phân loại thành nhiều loại hình khác nhau dựa trên khu vực địa lý, quy mô hay lĩnh vực với những đặc trưng riêng. Riêng với Luận án này, NCS tập trung nghiên cứu về văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Lý do vì hai quốc gia có những thành tựu nổi bật ở Đông Á về bảo tồn di sản, truyền thống và ngành công nghiệp văn hóa phát triển với đa dạng sản phẩm văn hóa đại chúng tích hợp các yếu tố văn hóa truyền thống với mục đích giữ gìn bản sắc dân tộc.

Văn hóa truyền thống

Văn hóa truyền thống là một phạm trù rộng, phản ánh toàn bộ đời sống văn hóa của cộng đồng, được hình thành, gìn giữ và phát triển qua nhiều thế hệ. Văn hóa truyền thống không chỉ là dấu ấn của quá khứ mà còn là nguồn lực nội sinh quan trọng, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của kinh tế - xã hội đất nước (Nguyễn Thị Phương Châm, 2023).

Trước đây, ở phương Đông, các quốc gia như Trung Quốc, Nhật Bản và Việt Nam chỉ có những khái niệm tương cận "văn hóa" mà chưa có một thuật ngữ chính xác để diễn đạt đầy đủ ý nghĩa của nó. Mãi đến cuối thế kỷ XX, khi tiếp thu ảnh hưởng từ văn hóa phương Tây, các nhà Duy Tân Nhật Bản đã kết hợp ý nghĩa của hai từ "unchi" và "kyōka" để tạo ra danh từ "bunka" - nghĩa là "văn hóa" - nhằm phản ánh đúng bản chất của khái niệm này (Lý Tùng Hiếu, 2017, tr.73). "Bunka" (文化) có thể hiểu là sự trau dồi, phát triển các giá trị tinh thần và vật chất của con người qua thời gian (Hung-Shu Chen, 2015, tr.100). Ngày nay, thuật ngữ này không chỉ mang ý nghĩa truyền thống mà còn được dùng rộng rãi để chỉ các lĩnh vực như văn hóa nghệ thuật (文化芸術 - bunka geijutsu), văn hóa doanh nghiệp (企業文化 - kigyō bunka), văn hóa đại chúng (大衆文化 - taishū bunka) và nhiều khía cạnh khác của đời sống xã hội.

Hiện nay, trên thế giới vẫn tồn tại nhiều cách hiểu khác nhau về thuật ngữ này. Để làm rõ nội hàm của khái niệm, có thể tiếp cận bằng cách kết hợp định nghĩa về "*văn hóa*" và "*truyền thống*", qua đó lý giải vì sao các quốc gia cần bảo tồn, phát huy và sử dụng nó như một công cụ mềm trong chính sách đối ngoại của mình. *Văn hóa* là một khái niệm rộng, phản ánh tổng thể các giá trị, niềm tin, tư tưởng và cách ứng xử của một cộng đồng hay một dân tộc. Theo nghĩa gốc từ tiếng Latinh, "*truyền thống*" là "*một thứ được truyền lại*" gần như tương đương với sự thừa kế, là tập hợp các biểu tượng, câu chuyện và ký ức mang lại bản sắc và địa vị cho con người (Nelson H. H. Graburn, 2001, tr.6).

Tại Việt Nam, "truyền thống" có thể được hiểu là một hệ thống các đặc điểm tính cách và cách ứng xử của một cộng đồng, được hình thành qua lịch sử trong một môi trường sinh thái và nhân văn nhất định. Truyền thống mang tính ổn định, lâu bền nhưng không bất biến, có thể được quy định thành luật pháp hoặc duy trì qua phong tục, tập quán. Nó được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác như một hình thức di truyền văn hóa, góp phần đảm bảo tính đồng nhất và bản sắc của một cộng đồng (Trần Quốc Vượng, 2003).

Như vậy, có thể đưa một khái niệm tổng quát chung cho văn hóa truyền thống là những văn hóa được hình thành từ lịch sử và được truyền qua mỗi thế hệ, mang nét

đặc trưng vốn có của mỗi quốc gia. Các hình thức văn hóa truyền thống điển hình như quốc phục, ẩm thực, nghi lễ, tín ngưỡng, lễ hội, nghệ thuật truyền thống.

Văn hóa đại chúng

Theo quan điểm của John Storey (2012), văn hóa đại chúng thường bị coi là kém giá trị hơn so với văn hóa tinh hoa do nó đơn giản hơn và hướng đến phục vụ số đông công chúng. Một số hình thức cụ thể của văn hóa đại chúng bao gồm: âm nhạc, phim ảnh, thời trang, chương trình truyền hình, trò chơi điện tử, phim hoạt hình, truyện tranh. John Storey (2012, tr.6) cho rằng sự phân chia này không đơn thuần chỉ dựa trên tiêu chí thẩm mỹ, mà còn phản ánh cấu trúc phân tầng xã hội.

Sự đa dạng trong phân loại văn hóa như trên xuất phát từ những góc nhìn khác nhau, bao gồm lịch sử, xã hội và chính văn hóa. Ngoài một số đặc điểm riêng biệt cốt lõi, vẫn có một số đặc điểm trùng lặp về tính chất, nội dung, hoặc thay đổi theo bối cảnh xã hội tạo nên sự giao thoa giữa các loại hình văn hóa khác. Điển hình như trường hợp văn hóa truyền thống trong thời đại công nghệ cần phải thích nghi đã hình thành nên văn hóa hiện đại đậm đà bản sắc dân tộc. Một trường hợp khác là văn hóa tinh hoa như Opera, âm nhạc cổ điển, hội họa trước đây vốn chỉ dành cho giới có đặc quyền, cao cấp hiện nay được giới thiệu rộng rãi đến công chúng qua phim ảnh, chương trình truyền hình, truyện, phim hoạt hình. Hay phổ biến trong xã hội đương đại là văn hóa truyền thống được hiện hữu trong văn hóa đại chúng tạo nên mối quan hệ kế thừa, cải biến và sáng tạo.

Ngoài hai khía cạnh chính là văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng, để bảo đảm tính toàn diện và hệ thống trong nghiên cứu về văn hóa, trong một số trường hợp Luận án cũng sẽ đề cập đến một số các loại hình khác của văn hóa như văn hóa vật thể, văn hóa phi vật thể, văn hóa hiện đại. *Văn hóa vật thể* bao gồm tất cả các yếu tố hữu hình, có thể nhìn thấy hoặc chạm vào mang giá trị lịch sử, nghệ thuật và khoa học của một cộng đồng cần được bảo tồn qua việc gìn giữ và trùng tu theo hiện trạng để duy trì giá trị gốc cho các thế hệ tương lai. Trong khi đó, *văn hóa phi vật thể* lại là những giá trị tinh thần, kiến thức, phong tục tập quán và nghệ thuật được truyền miệng và thực hành trong đời sống cộng đồng với một số hình thức cụ thể bao gồm: ca múa truyền thống, hát dân ca, lễ hội, tri thức y học dân gian, nghề

thủ công truyền thống và các tập quán xã hội (UNESCO, 2003). Bên cạnh đó, *văn hóa hiện đại* phản ánh sự thay đổi trong quan niệm của bản thân, cộng đồng và thế giới hướng đến chủ nghĩa tiêu dùng, phong cách sống cá nhân hóa và đa dạng văn hóa dưới tác động của toàn cầu hóa (Tomlinson, J.,1999).

Như vậy, theo góc nhìn của Luận án, *Văn hóa truyền thống* phản ánh tổng thể các giá trị, niềm tin, tư tưởng và cách ứng xử của một cộng đồng hay một dân tộc được hình thành từ lịch sử và được truyền qua mỗi thế hệ, mang nét đặc trưng vốn có của mỗi quốc gia. Yếu tố này là nguồn tài nguyên độc đáo, di sản lịch sử, hình thức nghệ thuật cội nguồn chứa đựng cả giá trị vật chất và tinh thần cần được kế thừa và phát triển trong xã hội đương đại. Với khả năng kết nối cộng đồng một cách mạnh mẽ, văn hóa truyền thống không chỉ duy trì bản sắc dân tộc mà còn thích ứng với những biến đổi của thời đại, trở thành một phần quan trọng trong chiến lược phát triển văn hóa và đối ngoại của các quốc gia.

Trong khi đó, *văn hóa đại chúng* giúp tuyên truyền tạo nên sự hiểu biết sâu rộng về vai trò của quần chúng nhân dân đối với nhà nước và rộng hơn là trong nền chính trị quốc tế. Vì vậy, văn hóa đại chúng trở thành công cụ thể hiện các diễn ngôn của Chính phủ về các chuẩn mực, niềm tin, ý tưởng và bản sắc của một tiến trình chính trị thực tiễn của quốc gia đó, cụ thể qua âm nhạc, phim ảnh, truyền hình, thời trang và lối sống. Đáng chú ý, văn hóa đại chúng là một trong những yếu tố chính của sức mạnh mềm tạo nên sự hấp dẫn, thu hút sự hợp tác qua khả năng định hình những gì người khác mong muốn, thúc đẩy xuất khẩu cũng như phát huy tính quảng bá hình ảnh quốc gia. Tuy nhiên, hiệu quả thật sự khó xác định do từ chính nguồn lực này hay từ những mục tiêu chính trị bên trong vì sự phụ thuộc nhiều vào nhu cầu công chúng luôn thay đổi thường xuyên.

Trước sự thay đổi của bối cảnh xã hội, nhận thức con người, văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng cũng thay đổi nhất định. Một số điển hình như văn hóa truyền thống trong thời đại công nghệ trở thành văn hóa hiện đại hay văn hóa truyền thống và các loại hình Opera, âm nhạc cổ điển, hội họa trước đây thường được biết đến với tên gọi văn hóa tinh hoa nay giới thiệu đến đại chúng qua các tác phẩm phim ảnh, truyền hình, hoạt hình.

Bên cạnh những quan điểm tổng quát đó là những quan điểm của Nhật Bản và Hàn Quốc về văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng. Đối với người Nhật, trong một số văn kiện chiến lược của Chính phủ Nhật Bản, văn hóa truyền thống được hiểu có nguồn gốc từ quá khứ, ví dụ như nghệ thuật sân khấu truyền thống (kịch Kabuki, Noh và Bunkaru), trà đạo, Kimono hay một số hình thức nghệ thuật truyền thống. Văn hóa đại chúng còn được xem là văn hóa hiện đại, văn hóa đương đại hay văn hóa mới, bao gồm truyện tranh (manga), phim hoạt hình (Anime), điện ảnh, thời trang và các khía cạnh khác trong đời sống hằng ngày chứa đựng nhiều nét văn hóa phương Tây (Zykas Aurelijus, 2011). Giới chính trị gia Nhật Bản khẳng định văn hóa và nghệ thuật là tài sản xã hội cho toàn thể người Nhật Bản không chỉ có giá trị nội tại mà còn là nền tảng cho sự phát triển kinh tế bền vững cùng với những hợp tác quốc tế hiệu quả.

Cụ thể, làn sóng văn hóa truyền thống không chỉ được bảo tồn mà còn được "*tái định nghĩa*" để phù hợp với thời đại mới. Yếu tố này đã ảnh hưởng mạnh mẽ đến chiến lược Cool Japan thông qua việc truyền thông ra thế giới những giá trị truyền thống như kimono, trà đạo, kiến trúc cổ, và tinh thần samurai, võ thuật bên cạnh các yếu tố hiện đại như Anime, manga và công nghệ, để định vị Nhật Bản như một quốc gia có bản sắc văn hóa riêng biệt và hấp dẫn. Việc tích hợp văn hóa truyền thống vào văn hóa đại chúng chỉ thể hiện một phần nhỏ trong chiến lược này.

Văn hóa truyền thống với Hàn Quốc là tổng hòa các giá trị, phong tục, tín ngưỡng và các hình thức nghệ thuật được hình thành và lưu truyền qua nhiều thế hệ, phản ánh mối quan hệ hài hòa giữa con người và thiên nhiên cùng những nét đặc trưng bản sắc dân tộc. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc đã đưa ra khái niệm như sau: *"Văn hóa truyền thống bao gồm các di sản văn hóa phi vật thể như nhi lễ tổ tiên (jesa), âm nhạc dân gian (gugak), cùng trang phục hanbok, ẩm thực truyền thống và phong tục tập quánđược gìn giữ và phát triển định hình nên bản sắc dân tộc"* (Ministry of Culturem, Sports and Tourism - MCST, 2017). Các nhà phát triển văn hóa Hàn Quốc hướng đến việc dung hòa nét đặc sắc của văn hóa dân tộc vào sự tiến bộ của văn hóa thế giới cũng như mở rộng với các nền văn hóa khác trên thế giới (Han, Sang Do, 2008).

Điển hình như Hàn Quốc ngay từ đầu đã kết hợp văn hóa truyền thống vào các sản phẩm của làn sóng Hallyu một cách khéo léo, đồng bộ giúp quảng bá hình ảnh đất nước ra thế giới. Các phong tục, tập quán, lễ nghi gia đình, ẩm thực, trang phục hanbok và các nghi lễ truyền thống đều được lồng ghép vào sản phẩm văn hóa đại chúng như K-pop, phim ảnh, trò chơi điện tử tạo nên một bản sắc độc đáo nhưng vẫn phù hợp với thị hiếu cộng đồng toàn cầu.

2.1.2. Khái niệm chính sách văn hóa

Theo quan điểm của phương Tây, chính sách văn hóa về cơ bản được định hình bởi một số yếu tố chính như lịch sử, truyền thống và các thể chế. Tuy nhiên, để làm tốt được chức năng dẫn dắt lĩnh vực văn hóa phát triển bền vững, chính sách văn hóa luôn cần phải thay đổi để phù hợp với những thay đổi về xã hội, chính trị và kinh tế của quốc gia đó (Toepler, Stefan and Zimmer, Annette, 2002). Cụ thể, chính sách văn hóa là một tập hợp những nguyên tắc, mục tiêu, nhiệm vụ cụ thể của Chính phủ trong định hướng quảng bá và phát triển văn hóa, hoặc cũng được hiểu ngắn gọn là "kế hoạch chính trị của Chính phủ trong lĩnh vực văn hóa".

Với người Hàn Quốc, chính sách văn hóa theo cấu trúc phân cấp từ trên xuống với vai trò đưa ra những quy định và kiểm soát tập trung vào việc bảo vệ văn hóa di sản và phát triển văn hóa đại chúng bởi sự phối hợp chặt chẽ giữa Chính phủ và các hiệp hội, liên đoàn. Sự phổ biến của diễn ngôn về "văn hóa dân tộc" thời kỳ hậu thuộc địa từ sau năm 1945 chứng minh Hàn Quốc coi văn hóa là một phần không thể thiếu của dân tộc, chú trọng chọn lọc phát triển các giá trị hiện có tương tác với các nền văn hóa xã hội quốc gia khác (Hye-Kyung Lee, 2019).

Theo quan điểm các nhà hoạch định chính sách Nhật Bản, chính sách văn hóa của một quốc gia dựa trên nhu cầu toàn dân dưới sự quản lý của Chính phủ trải qua một quá trình lịch sử, tham khảo từ mô hình chủ nghĩa quốc gia như Pháp, Mỹ và nhiều hình thức biến thể khác nhau. Chính sách văn hóa của Nhật Bản vừa xem văn hóa như một chiến lược gồm thiết chế về thuế vừa bao gồm những đãi ngộ để phát triển toàn diện văn hóa gốc (Nissim Kadosh Otmazgin, 2012).

Như vậy, nhìn chung chính sách văn hóa được hiểu là những nguyên tắc có mục tiêu cụ thể, được hiện thực hóa qua hành động của Chính phủ kết hợp với các

Hiệp hội, liên đoàn, tổ chức và cá nhân để phát triển và quảng bá văn hóa, chú trọng bảo vệ các di sản văn hóa cùng với phát triển văn hóa đại chúng.

2.1.3. Khái niệm về Ngoại giao văn hóa

Cho đến nay đã có một số khái niệm về ngoại giao văn hóa rất phổ biến. Trong Lý thuyết Quan hệ quốc tế, thuật ngữ "ngoại giao" cũng có nhiều ý nghĩa khác nhau. *Thứ nhất*, nó có thể liên quan đến ngoại giao hoặc dịch vụ nước ngoài (với tư cách tổ chức), hoặc *thứ hai*, được hiểu là chính sách đối ngoại. Cách sử dụng *thứ ba* mang tính thông dụng với ý nghĩa đầy đủ chính là một công cụ để thực hành các chính sách đối ngoại bằng biện pháp hòa bình (Erik Pajtinka, 2014, tr.99).

Nhà ngoại giao người Đức A. Enders cho rằng: "*Ngoại giao văn hóa nên được coi là một công cụ phục vụ mục đích chính trị được bắt nguồn từ các mục tiêu chung của chính sách đối ngoại*" (Enders, 2005, tr.176) . Theo một định nghĩa khác, ngoại giao văn hóa được xem là một công cụ quan trọng trong chính sách đối ngoại của nhà nước, gắn liền với việc trình bày, phát huy và xây dựng tích cực hình ảnh của một nhà nước thông qua các hoạt động văn hóa (Hubinger, 2006, tr.85) . Tương tự, nhà ngoại giao Slovakia M. Kurucz cũng xác định ngoại giao văn hóa là những hoạt động cụ thể nhằm trao đổi kiến thức văn hóa phù hợp với các mục tiêu của chính sách đối ngoại (Kurucz, 2007, tr.62). Hay nhóm học giả người Anh cho rằng sự quảng bá những thành tựu văn hóa của đất nước ra nước ngoài chính là ngoại giao văn hóa (Berridge và James, 2003, tr.62)

Cũng có một quan điểm đáng chú ý từ M. C. Cummings xác định ngoại giao văn hóa là hoạt động trao đổi ý tưởng, thông tin, nghệ thuật và những lĩnh vực khác của văn hóa giữa các quốc gia và người dân của họ để đẩy mạnh sự thấu hiểu lẫn nhau (Cummings, 2003, tr.1). Với quan điểm cho rằng sự hiểu biết lẫn nhau chưa đưa ra một mục đích rõ ràng, mà lợi ích cuối cùng phải là lợi ích từ chính sách đối ngoại, tác giả Erik tổng hợp lại "*Ngoại giao văn hóa là một loạt những hoạt động được tiến hành trực tiếp hoặc phối hợp với cơ quan ngoại giao của một quốc gia khác với mục đích thúc đẩy những lợi ích quốc gia này vốn được đề ra trong chính sách văn hóa thông qua việc thúc đẩy sự trao đổi văn hóa với các nước khác*" (Erik Pajtinka, 2014, tr.100).

Các học giả Nhật Bản lại có quan niệm hợp nhất cả hai khái niệm ngoại giao văn hóa và ngoại giao công chúng khi gọi chung là *kōhō bunka gaikō* (広報文化外交), với *koho* nghĩa là quan hệ công chúng và *bunka* là văn hóa. Ngoại giao văn hóa của một quốc gia sẽ là cách thức truyền thông thông tin dựa trên một hệ thống trao đổi nền văn hóa nội tại bao gồm nghệ thuật, trí tuệ, thể thao, thể hệ trẻ v.v.. Nói cách khác, ngoại giao văn hóa là một công cụ thực hiện chính sách văn hóa đối ngoại của Chính phủ.

Chính phủ Hàn Quốc cũng thừa nhận ngoại giao văn hóa là một dạng sức mạnh mềm nhằm tăng cường tính hợp pháp nội bộ cũng như sức mạnh quốc tế thông qua thương hiệu quốc gia (MOFAT, 2010). Một số học giả cho rằng việc xây dựng nên một thương hiệu quốc gia thông qua ngoại giao văn hóa sẽ có tác động tích cực đến du lịch, xuất khẩu hàng hóa và uy tín chính trị của Hàn Quốc trên thế giới (Daphnee Lee, 2012).

Như vậy, ngoại giao văn hóa là một lĩnh vực quan trọng trong chính sách đối ngoại của các quốc gia mang những đặc điểm chính như sau.

Trước hết, đây là một công cụ trong chính sách đối ngoại, không tồn tại độc lập mà luôn gắn liền với chiến lược ngoại giao tổng thể của một quốc gia. Nó được sử dụng để thúc đẩy hình ảnh quốc gia, tăng cường quan hệ quốc tế và hỗ trợ các mục tiêu chính trị, kinh tế, cũng như xã hội. *Bên cạnh đó*, ngoại giao văn hóa nhấn mạnh vào sự trao đổi văn hóa hai chiều thay vì chỉ đơn thuần là quảng bá một chiều nhằm thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau, nâng cao hình ảnh đất nước và phục vụ lợi ích chính sách đối ngoại với vai trò là sức mạnh mềm.

Quan điểm này không chỉ kế thừa những lý thuyết có sẵn mà còn phản ánh đúng bản chất của ngoại giao văn hóa trong bối cảnh quốc tế hiện nay. Hàn Quốc, Nhật Bản đã sử dụng chiến lược này để nâng cao hình ảnh đất nước trên trường quốc tế, từ đó tác động tích cực đến du lịch, thương mại và vị thế chính trị. Các hoạt động như giao lưu nghệ thuật, giáo dục, thể thao, truyền thông và hợp tác học thuật đều là những hình thức phổ biến nhằm xây dựng cầu nối giữa các quốc gia.

Ngoại giao văn hóa ngày càng trở nên quan trọng và phổ biến trong quan hệ quốc tế hiện đại (Hoàng Khắc Nam, 2021). Sự tương đồng về văn hóa giữa các

quốc gia cũng góp phần nâng cao sự thấu hiểu, đồng cảm, từ đó tạo ra sự ủng hộ quốc tế đối với một số vấn đề nhất định. Ngược lại, sự khác biệt về văn hóa đôi khi dẫn đến mâu thuẫn và thậm chí gây ra những xung đột quốc tế phức tạp.

2.1.4. Khái niệm về công nghiệp văn hóa

Với góc nhìn về tính kinh tế, theo Theodor Adorno và Max Horkheimer (1944), công nghiệp văn hóa là một hệ thống sản xuất hàng hóa văn hóa hàng loạt, gồm phim ảnh, âm nhạc, truyền hình. .. v..v.. phục vụ cho mục đích thương mại và chuẩn hóa văn hóa, phục vụ cho lợi ích kinh tế và duy trì trật tự xã hội hiện hành (Adorno, T. W., & Horkheimer, M., 1944). UNESCO (2005) cũng đưa ra khái niệm như sau "*Công nghiệp văn hóa là những ngành sản xuất và phân phối hàng hóa, dịch vụ hàng hóa - mang nội dung văn hóa đặc trưng, bất kể những giá trị tiềm năng về thương mại của chúng*" (UNESCO, 2005). British Council lại đưa ra nhận định về công nghiệp văn hóa dựa trên góc nhìn về nhân lực, cho rằng "*Công nghiệp văn hóa và sáng tạo bao gồm những ngành nghề có nguồn gốc từ sự sáng tạo cá nhân, kỹ năng và tài năng, có khả năng tạo ra của cải và việc làm thông qua việc khai thác tài sản trí tuệ*" (British Council, 2010).

Nhắc đến công nghiệp văn hóa, Hàn Quốc thường sử dụng thuật ngữ "Công nghiệp nội dung văn hóa" (Cutural Content Industry) đề cập đến những lĩnh vực sáng tạo trong văn hóa đại chúng bao gồm phim truyền hình (K-drama), âm nhạc (K-pop), điện ảnh, hoạt hình, trò chơi điện tử, truyện tranh kỹ thuật số (webtoon) và các phương tiện kỹ thuât số, được xem là công cụ xuất khẩu sức mạnh mềm hiệu quả (Jin, D.Y., 2016). Sự phát triển của các sản phẩm này tạo nên Làn sóng văn hóa Hàn Quốc, còn được biết đến với tên gọi Hallyu. Các giá trị văn hóa truyền thống như nhân vật lịch sử, trang phục truyền thống, phong tục, tập quán gia đình, các nghi lễ, danh lam thắng cảnh, ẩm thực ..v.v… được lồng ghép khéo léo vào văn hóa đại chúng góp phần tạo nên bản sắc riêng biệt góp phần thúc đẩy xuất khẩu văn hóa cho quốc gia này.

Tại Nhật Bản, công nghiệp văn hóa được hiểu rộng hơn, với các thành phẩm bao gồm truyện tranh (manga), phim hoạt hình (Anime), trò chơi điện tử, phim ảnh, âm nhạc (J-pop) và thời trang, được xem là một phần của chính sách đối ngoại

nhằm gia tăng sức mạnh mềm của quốc gia (Daliot-Bul, M., 2009). Chiến lược Cool Japan là một đại diện tiêu biểu của công nghiệp văn hóa Nhật Bản đã thương mại hóa các sản phẩm văn hóa đại chúng thành một nguồn tài sản kinh tế, thông qua xuất khẩu toàn cầu. Những nội dung sáng tạo đan xen một số yếu tố, điển hình như quốc phục Kimono, trà đạo, tín ngưỡng v..v.. đặc biệt kiếm đạo – một dạng thức văn hóa truyền thống Nhật Bản đã được phổ biến một cách tinh tế trong các sản phẩm văn hóa đại chúng, phục vụ cả mục tiêu kinh tế lẫn ngoại giao.

Như vậy, công nghiệp văn hóa nhìn chung là một ngành mang cả tính xã hội và tính kinh tế bao gồm việc tạo ra, sản xuất và phân phối các sản phẩm văn hóa như âm nhạc, phim ảnh, truyền hình, sách thông qua những phương tiện truyền thông kỹ thuật số. Hàn Quốc và Nhật Bản là hai quốc gia đạt được những thành tựu đáng kể trong lĩnh vực này khi đều kết hợp cả hai yếu tố truyền thống và đại chúng vào các sản phẩm, nhưng vẫn đánh dấu những nét độc đáo, riêng biệt. Điều này tạo nên thế cạnh tranh giữa hai quốc gia trên toàn cầu.

2.1.5. Khái niệm về quan hệ văn hóa

Xét về khía cạnh đối tượng, thuật ngữ "quan hệ văn hóa" mô tả tất cả các mối quan hệ ở cả hai cấp độ giữa các quốc gia và người dân có liên quan đến các đặc điểm văn hóa, di sản văn hóa và mọi hoạt động liên quan đến văn hóa (Byron L. Fox, 1950). Một quan điểm khác từ học giả M. Kurucz đã chỉ ra rằng quan hệ văn hóa bao gồm nhiều tương tác vốn được khởi xướng và tồn tại giữa các chủ thể tư nhân chú trọng lợi ích riêng về thương mại, văn hóa và hoạt động độc lập so với nhà nước (Kurucz, 2007, tr.65).

Chuyên sâu hơn, dưới góc độ các yếu tố cốt lõi, nhà nghiên cứu Richard Anrndt xác định "*Quan hệ văn hóa theo nghĩa đen là mối quan hệ giữa các nền văn hóa dân tộc, những khía cạnh về trí tuệ và giáo dục tồn tại trong bất kỳ xã hội nào có những xu hướng xuyên biên giới tạo nên tính kết nối, đẩy mạnh sự thấu hiểu lẫn nhau với các tổ chức nước ngoài*" (Richard Arndt, 2005). Quan hệ văn hóa còn được thể hiện thông qua việc các quốc gia hợp tác giao lưu về văn hóa, giáo dục … trong tổ chức UNESCO thúc đẩy sự bảo tồn văn hóa và di sản của các dân tộc, quốc gia khác nhau. Bên cạnh đó, một mục đích trọng tâm khác của quan hệ văn hóa còn

là xây dựng lòng tin và sự hiểu biết lẫn nhau từ những chủ thể từ các quốc gia khác nhau. Điều này tạo nên nền tảng đảm bảo các mối quan hệ xuyên quốc gia mang tính tích cực, với những lợi ích lâu dài và bền vững thông qua những đối thoại và hợp tác quốc tế (British Council, 2021).

Như vậy, dựa trên các quan niệm về quan hệ văn hóa đã nêu, quan hệ văn hóa được xem xét trong luận án sẽ tập trung đề cập đến toàn bộ những sự trao đổi, tương tác về văn hóa xuyên biên giới không chỉ giữa các chủ thể là nhà nước mà còn những tổ chức, cá nhân độc lập của hai quốc gia đó. Trong đó, ngoại giao văn hóa là một công cụ của Nhà nước để điều chỉnh quan hệ văn hóa sao cho đạt được những lợi ích mục tiêu của chính sách đối ngoại, gia tăng sự thấu hiểu lẫn nhau giữa các quốc gia. Các hình thức của quan hệ văn hóa Hàn - Nhật chú trọng hai lĩnh vực văn hóa truyền thống, văn hóa đại chúng thông qua việc bảo tồn di sản, giao lưu nhân dân, trao đổi nghệ thuật, hợp tác nghiên cứu, giáo dục, mua bán sản phẩm, diễn ngôn truyền thông, đồng sản xuất, đào tạo tham gia. Công tác đối thoại và hợp tác trong văn hóa nhằm củng cố lòng tin con người cấp độ Chính phủ và người dân cả hai quốc gia với nhau. Đối nghịch với các vấn đề an ninh - chính trị vẫn luôn tồn đọng nguy cơ kéo hai quốc gia ra xa nhau, sự kết nối của hai quốc gia về văn hóa kéo Hàn Quốc và Nhật Bản lại gần nhau hơn bất chấp những cạnh tranh và xung đột đôi lúc vẫn diễn ra.

2.1.6. Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản dưới góc nhìn của các lý thuyết quan hệ quốc tế

2.1.6.1. Lý luận về Sức mạnh mềm

Lý thuyết Sức mạnh mềm (soft power) lần đầu tiên được đưa ra vào năm 1990 bởi Joseph Nye, giáo sư tại Đại học Harvard, cựu Bộ trưởng Quốc phòng Mỹ dưới thời Tổng thống B. Clinton. Theo ông, sức mạnh mềm là cách một quốc gia gây ảnh hưởng hoặc can thiệp vào một quốc gia khác thông qua các quyền lực vô hình các lĩnh vực văn hóa, tư tưởng hay các thể chế. Khái niệm về "sức mạnh mềm" sau đó được ông tiếp tục nghiên cứu và nêu ra trong cuốn "*Soft Power: The means to success in world politics*" xuất bản năm 2004 với luận điểm như sau: "Sức mạnh mềm là khả năng đạt được điều mình muốn thông qua sự hấp dẫn thay vì ép buộc.

Ba yếu tố quan trọng cấu thành nên nó chính là nền văn hóa hấp dẫn, tư tưởng chính trị kiểu mẫu cùng với chính sách đối ngoại hợp thời" (Nye, 2004). Một số khía cạnh của lý thuyết này tiếp tục được ông bổ sung trong quyển "The Power to lead" (2008). Cho đến năm 2011, trong cuốn sách "The future of power" ý luận về sức mạnh mềm đã được hoàn thiện hơn với một định nghĩa mở rộng: "Sức mạnh mềm là khả năng gây ảnh hưởng đến đối tượng khác thông qua các biện pháp mang tính hợp tác, như định hình chương trình nghị sự, thuyết phục và khơi gợi sức hấp dẫn tích cực để đạt được những kết quả mong muốn" (Nye, 2011). Khái niệm này đã trở thành nền tảng để rất nhiều học giả sử dụng và mở rộng nghiên cứu cho những công trình nghiên cứu khoa học hữu ích trên thế giới.

Cần hiểu rõ hơn sức hấp dẫn văn hóa tự thân không phải là sức mạnh mềm cho đến khi nó giúp đạt được mục tiêu dựa trên các chính sách của Chính phủ quốc gia đó. Trong một vài trường hợp, việc sử dụng sức mạnh mềm quá mức có thể dẫn đến sự chống đối hơn là sự thu hút. Vì vậy, sức mạnh mềm rất cần một sự uy tín để đảm bảo nền tảng hình thành và phát triển bền vững. Sức mạnh mềm khi bị Chính phủ thao túng thành công cụ tuyên truyền có thể phá vỡ vai trò thuyết phục bởi sự hấp dẫn vốn có (Watanabe, Y. & McConnell, D. L., 2008).

Nhật Bản và Hàn Quốc đều đã chứng tỏ sự khéo léo trong việc tận dụng "sức mạnh mềm" để nâng cao ảnh hưởng và củng cố vị thế của mình trên trường quốc tế. Cả hai quốc gia này đã tận dụng mạnh mẽ công cụ này thay đổi cách nhìn nhận của thế giới đối với họ cũng như đóng góp vào sự phát triển kinh tế. Hàn Quốc đã vươn lên mạnh mẽ với làn sóng Hallyu, một hiện tượng văn hóa lan rộng toàn cầu với các sản phẩm về âm nhạc, phim ảnh và thời trang. Các bộ phim Hàn Quốc dù được khai thác dưới thể loại nào cũng đều lồng ghép các giá trị văn hóa truyền thống khiến người xem trở nên quen thuộc với nề nếp gia đình, thói quen ẩm thực, tôn giáo, tín ngưỡng. Một số nét văn hóa truyền thống như múa mặt nạ Taichum, hát kể chuyện Pasori, dân ca Ariang ..v..v.. đã được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể thường được kết hợp giới thiệu trong các hoạt động du lịch. Tuy nhiên, văn hóa đại chúng mới chính là yếu tố tạo nên sự nhận thức mạnh mẽ về văn hóa cho Hàn Quốc. Các nhóm nhạc K-pop, như BTS và

BLACKPINK, TWICE, Big Bang, EXO... không chỉ chinh phục các bảng xếp hạng âm nhạc mà còn trở thành biểu tượng toàn cầu về sự sáng tạo và sức hút văn hóa. Việc các nhóm nhạc này được mời phát biểu tại Liên Hợp Quốc hay tham gia vào các sự kiện lớn như Đại hội Thể thao Olympic là minh chứng rõ rệt cho tầm ảnh hưởng của Hàn Quốc. Những hình ảnh này không chỉ giúp Hàn Quốc khẳng định vị thế của mình trên trường quốc tế mà còn xây dựng một thương hiệu đất nước hiện đại, trẻ trung và đầy năng lượng.

Trong khi đó, Nhật Bản thu hút sự chú ý từ cộng đồng quốc tế với sức mạnh mềm đến từ nền văn hóa truyền thống, như văn hóa trà đạo, nghệ thuật cắm hoa Ikebana, nghệ thuật gấp giấy Origami, kịch Kabuki, Noh, ẩm thực ..v.v… với một số lĩnh vực đã được công nhận là di sản thế giới vật thể hay phi vật thể. Nhật Bản cũng không bỏ qua việc kết hợp giữa yếu tố truyền thống và hiện đại, tạo nên một nền văn hóa hấp dẫn, đa dạng và dễ tiếp cận. Điển hình là sự phát triển mạnh mẽ của Anime, manga, và các trò chơi điện tử, những sản phẩm văn hóa được yêu thích và tiêu thụ rộng rãi trên toàn thế giới. Các nét văn hóa truyền thống thường khai thác đơn lẻ, không chú trọng phải đưa nề nếp, lối sống gia đình vào như đại đa số phim ảnh, truyện tranh của Hàn Quốc. Nhật Bản cũng đã sử dụng văn hóa như một công cụ để thúc đẩy quan hệ ngoại giao và giao lưu quốc tế, với các sự kiện văn hóa, các đoàn biểu diễn nghệ thuật truyền thống được mời tham gia các sự kiện quốc tế, qua đó gia tăng ảnh hưởng và quảng bá hình ảnh đất nước. Các nhân vật Anime điển hình như Doraemon, Son Goku, Conan Edogawa, Astro Boy, Sailor Moon, Naruto, Luffy, Shin - chan, Jabanyan...trở thành đại sứ trong các sự kiện thể thao, văn hoá của Nhật Bản, giúp quảng bá hình ảnh đất nước, tạo sự gắn kết giữa văn hóa đại chúng với các hoạt động ngoại giao, thể thao.

Cả hai quốc gia đều hiểu rằng việc tạo dựng hình ảnh qua văn hóa sẽ giúp nâng cao sự hiện diện quốc gia trong các cuộc đối thoại quốc tế và xây dựng một cộng đồng quốc tế thân thiện, hợp tác. Khi nhóm nhạc Hàn Quốc được mời phát biểu tại Liên Hợp Quốc hay Nhật Bản tổ chức các sự kiện văn hóa quốc tế, họ không chỉ đơn giản là truyền tải thông điệp mà còn là cách để hai quốc gia này khẳng định vị trí và tạo dựng mối quan hệ hòa bình và gắn kết với các quốc gia khác.

Dưới góc nhìn của sức mạnh mềm, quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản được hình thành dựa trên sự sự hấp dẫn về văn hóa, các giá trị và chính sách nên được nhìn nhận thông qua những quan điểm sau. *Một là,* hai quốc gia có sự cạnh tranh về cả văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng. Số lượng các loại hình văn hóa truyền thống của hai quốc gia được ghi nhận bởi UNESCO tính đến năm 2024 không quá cách xa nhau với Hàn Quốc là 39 di sản và Nhật Bản là 45 di sản. Việc bảo tồn, quáng bá các giá trị văn hóa truyền thống được Chính phủ hai nước rất quan tâm, đặc biệt Nhật Bản vượt trội hơn trong công tác hộ trợ các quốc gia khác trên thế giới trong công cuộc bảo tồn di sản văn hóa. Về văn hóa đại chúng, Hàn Quốc nổi lên với Làn sóng Hàn Quốc (Hallyu) với K-Content gồm âm nhạc (K-Pop), phim ảnh (K-Drama và Movie) và thời trang. Hiện tượng nổi lên toàn cầu trong lĩnh vực văn hóa vào đầu đầu thế kỷ XXI này đã củng cố vị thế văn hóa của Hàn Quốc tạo nên sự thách thức với vị trí trước đó của Nhật Bản vốn đã tạo nên sức hấp dẫn nhất định với Anime, Manga và trò chơi điện tử. *Hai là,* ngược lại chính là sự tương tác và giao thoa văn hóa trong chiến lược phát triển sức mạnh mềm với mục đích đẩy mạnh tính hấp dẫn. Hàn Quốc đã học hỏi kinh nghiệm phát triển văn hóa đại chúng của Nhật Bản như việc thành lập các hệ thống, ban ngành hỗ trợ tối ưu cho sự phát triển công nghiệp nội dung dưới sự can thiệp theo chiều ngang của Chính phủ và vai trò đáng kể của các doanh nghiệp lớn (Cheabol). Trong khi đó, Nhật Bản phải nhìn nhận thấy sự thành công của Hallyu để chủ động thay đổi cách thức sáng tạo nội dung, sản xuất, quảng bá và phân phối đa nền tảng các sản phẩm văn hóa đại chúng ra thế giới. Sự hợp tác giữa hai quốc gia với sự ra đời các nhóm nhạc, bộ phim gồm các nghệ sĩ Hàn và Nhật, những chương trình giao lưu, trao đổi kinh nghiệm bảo tồn di sản văn hóa được thực thi mức độ thường xuyên. *Ba là,* sự hấp dẫn văn hóa vốn góp phần vào lợi ích kinh tế của hai nước vẫn không thể tách biệt khỏi bối cảnh lịch sử và chính trị. Sự căng thẳng chính trị với những vấn đề lịch sử (liên quan đến vấn về "phụ nữ mua vui", "lao động cưỡng bức", lãnh thổ hay chính sách đối ngoại) vẫn chưa đạt sự giải quyết ổn thỏa gây nên sự phản cảm, làm giảm đi hiệu quả sức mạnh mềm của hai quốc gia. Cụ thể, các phong trào tẩy chay văn hóa lẫn nhau đã xảy ra khi quan hệ chính trị Hàn - Nhật xấu đi.

2.1.6.2. Chủ nghĩa kiến tạo (CNKT)

CNKT trong quan hệ quốc tế tập trung vào xem xét các nhân tố có ảnh hưởng đến hành vi của các quốc gia và nhấn mạnh đến sự tương tác giữa bản sắc và lợi ích quốc gia (Yang Lu, 2013, tr.15). Cụ thể hơn, CNKT nhấn mạnh vai trò của ý tưởng, bản sắc, chuẩn mực xã hội và các diễn ngôn trong việc hình thành nên cấu trúc và hành vi của các chủ thể quốc tế. Những người theo CNKT lập luận rằng các quốc gia có thể có nhiều bản sắc được xây dựng về mặt xã hội thông qua sự tương tác với các chủ thể khác nhau. Một số quan điểm cốt lõi của CNKT bao gồm: *Thứ nhất*, vấn đề về chủ quyền, sức mạnh, an ninh không cố định mà thay đổi thông qua sự tương tác xã hội và lịch sử; *Thứ hai*, bản sắc quốc gia sẽ quyết định nên lợi ích của quốc gia đó và *cuối cùng*, các chuẩn mực quốc tế và cách thức các quốc gia diễn giải tình huống tác động mạnh mẽ đến hành vi của họ (Wendt, A., 1992 & 1999).

Một quốc gia với nền văn hóa giàu bản sắc và tinh thần dân tộc mạnh mẽ sẽ xây dựng được sự ổn định nội tại, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển bền vững về mọi mặt như kinh tế, giáo dục và chính trị. Văn hóa là một trong những những yếu tố quan trọng của cấu trúc phi vật chất, giúp định hình bản sắc và tạo nên sự gắn kết cộng đồng (Jane Jenson, 2002). Tác giả Hoàng Khắc Nam cũng khẳng định quan điểm "*cấu trúc phi vật chất quy định nên bản sắc của chủ thể như thế nào rất là quan trọng. Bản sắc định hình nên lợi ích, lợi ích quy định hành động của chủ thể*" (Hoàng Khắc Nam, 2017, tr.98). CNKT nhấn mạnh vai trò của các chuẩn mực, bản sắc và tương tác xã hội trong việc định hình hành vi của quốc gia và quan hệ quốc tế. Nhận thức, văn hóa, niềm tin, bản sắc dân tộc sẽ quyết định lợi ích quốc gia, hình thành chính sách quốc gia. Việc phát huy các giá trị văn hóa trở thành một ngành công nghiệp mang tính kinh tế không chỉ là chiến lược dài hạn mà còn là yêu cầu cấp bách để đảm bảo sự phát triển quốc gia toàn diện và bền vững.

Bên cạnh một số nguồn gốc chung về Triết học, Nho giáo, ẩm thực, hệ thống ngôn ngữ, Nhật Bản và Hàn Quốc đều có những nét riêng trong bản sắc văn hóa của mình. Mỗi quốc gia đều xây dựng hình ảnh của mình trong cộng đồng quốc tế thông qua chiến lược phát triển văn hóa gắn liền với bản sắc dân tộc. Lợi ích quốc gia cũng được hình thành từ đó. Trong đó, lĩnh vực văn hóa thuộc "Sức mạnh mềm" cũng là

một yếu tố đặc trưng, thức thời mà Hàn Quốc và Nhật Bản đã xây dựng thành ngành công nghiệp trọng yếu, trở thành niềm tự hào dân tộc đã giải quyết được cả hai vấn đề bảo tồn bản sắc và thương mại hóa. Từ góc nhìn của CNKT, bản sắc văn hóa là yếu tố quyết định hành vi của các quốc gia, thể hiện qua những biến chuyển trong việc tiếp nhận, giao lưu và hợp tác văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản.

2.1.6.3. Chủ nghĩa tự do (CNTD)

CNTD trong quan hệ quốc tế nhấn mạnh vai trò của các thể chế quốc tế, luật pháp, các giá trị dân chủ, quyền con người và hợp tác (Doyle, M Ư., 1986). Ở mức độ chung, thuật ngữ hợp tác có thể được định nghĩa là bất kỳ "*hành động cùng nhau làm việc vì một mục đích*" (Margaret Mead , 1961, tr.16) hay có một mục tiêu chung mà sự tương tác hướng tới và được các bên cùng chia sẻ. Theo tác giả Hoàng Khắc Nam (2006, tr. 117-118), "*hợp tác là hình thức đã tồn tại ngay từ đầu lịch sử loài người, cùng với sự hình thành các cộng đồng sơ khai như bầy đàn, công xã, thị tộc, bộ lạc, liên minh bộ lạc. Khi xuất hiện các chủ thể quan hệ quốc tế tức là khi quốc gia và dân tộc hình thành, hợp tác đã trở thành hợp tác quốc tế*".

Hợp tác mang lại nhiều lợi ích quan trọng cho các bên tham gia, đặc biệt trong việc đạt được mục tiêu chung một cách hiệu quả. Quá trình hợp tác cũng tạo điều kiện xây dựng mối quan hệ đối tác bền vững, nơi niềm tin và sự tôn trọng được củng cố, tạo nên một liên kết lâu dài và có lợi cho tất cả các bên liên quan. Như vậy, hợp tác quốc tế có nghĩa là tất cả các "cam kết" cho phép các chủ thể quốc tế cùng đạt được các mục tiêu cố định bằng cách chia sẻ các nguồn lực nhất định với nhau (Cf. Jean Touscoz, 1981, tr.17). Cụ thể, với lĩnh vực văn hóa, sự hợp tác còn mở ra cơ hội tạo ra giá trị mới, như phát triển sản phẩm, tìm kiếm thị trường mới, đồng thời chia sẻ chi phí và rủi ro để đảm bảo các lợi ích kinh tế cho mỗi quốc gia. Việc hợp tác trong văn hóa giữa các quốc gia cũng giúp các bên học hỏi lẫn nhau, trao đổi kiến thức và kỹ năng, nâng cao năng lực phát triển nền văn hóa mỗi quốc gia. Sự hợp tác giữa các quốc gia cũng hoàn toàn phù hợp với lý luận nhấn mạnh về tư tưởng tiến bộ của con người, CNTD đề cao sự hợp tác giữa các quốc gia trong quan hệ quốc tế.

Hàn Quốc và Nhật Bản vốn là những quốc gia có nền dân chủ phát triển mạnh, định hình sức mạnh mềm thông qua nền công nghiệp văn hóa phát triển, đóng góp

vào GDP cho đất nước. Vì vậy, để đạt được những lợi ích chung về kinh tế và sức mạnh quốc gia, hai quốc gia vẫn sẽ có khuynh hướng hợp tác văn hóa cùng nhau để cùng xây dựng vị thế quốc gia trên thế giới. Dù mâu thuẫn trong việc giải quyết các vấn đề lịch sử vẫn còn tồn tại, hai quốc gia vẫn ưu tiên thúc đẩy quan hệ văn hóa để góp phần phá tan "*tảng băng trôi"* cản trở sự bền vững của mối quan hệ này.

Bên cạnh đó, trong thời đại toàn cầu hóa, Chủ nghĩa tân tự do, với nền tảng tư tưởng tập trung vào thị trường tự do, tư nhân hóa và toàn cầu hóa, đã đưa văn hóa trở thành một phần không thể thiếu trong các chuỗi cung ứng toàn cầu, biến nó thành hàng hóa có thể trao đổi trên thị trường. Theo George Yúdice (2003), văn hóa không còn được xem đơn thuần là giá trị tinh thần, mà trở thành công cụ chiến lược để tạo ra giá trị kinh tế. Bối cảnh toàn cầu hóa đã đẩy mạnh sự thương mại hóa các yếu tố văn hóa địa phương, biến chúng thành phương tiện sinh lợi và là đòn bẩy để các quốc gia gia tăng sức mạnh mềm. Sự phát triển này có thể được nhìn nhận rõ ràng qua quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, hai quốc gia có vai trò nổi bật trong khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương.

Một trong những luận điểm quan trọng của lý thuyết tân tự do là thương mại hóa văn hóa, nơi văn hóa được định hình như một loại hàng hóa có thể mua bán. Tại Hàn Quốc, chiến lược thương mại hóa các sản phẩm văn hóa thông qua "*Làn sóng Hàn Quốc*" (Hallyu) là minh chứng điển hình. K-pop, phim truyền hình, và ẩm thực đã được định vị không chỉ là bản sắc quốc gia mà còn là công cụ để tối đa hóa lợi nhuận trong thị trường toàn cầu. Ngành công nghiệp âm nhạc Hàn Quốc, với các nhóm nhạc như BTS và BLACKPINK, TWICE, Big Bang, EXO... đã phát triển mạnh mẽ thông qua mô hình kết hợp giữa công nghệ, chiến lược tiếp thị hiện đại và sự lan tỏa trên nền tảng trực tuyến toàn cầu. Điều này không chỉ tạo ra nguồn thu lớn mà còn gia tăng ảnh hưởng của Hàn Quốc trên trường quốc tế. Ngược lại, Nhật Bản với ngành công nghiệp Anime và manga đã xây dựng thương hiệu văn hóa độc đáo, không chỉ phục vụ nhu cầu nội địa mà còn nhắm đến thị trường nước ngoài. Các sản phẩm như Pokémon, Dragon Ball hay Studio Ghibli đã trở thành biểu tượng văn hóa toàn cầu, góp phần củng cố vị thế kinh tế của Nhật Bản.

Ngoài việc thương mại hóa, lý thuyết tân tự do cũng nhấn mạnh vai trò của văn hóa trong các chuỗi cung ứng toàn cầu (Frank Wiengarten, 2020). Tại đây, văn hóa không chỉ là sản phẩm đầu ra, mà còn được tích hợp vào hệ sinh thái sản xuất để gia tăng giá trị. Hàn Quốc đã thành công trong việc kết hợp các sản phẩm văn hóa với công nghệ và thời trang. Ví dụ, ngành công nghiệp làm đẹp Hàn Quốc không chỉ sản xuất mỹ phẩm, mà còn gắn liền với hình ảnh ngôi sao K-pop, tạo nên giá trị cộng hưởng. Tương tự, Nhật Bản đã khai thác tối đa các yếu tố văn hóa qua hệ sinh thái đa dạng của mình, từ Anime, đồ chơi, đến các sản phẩm bản quyền, biến chúng thành động lực kinh tế. Thương hiệu Pokémon là ví dụ điển hình khi từ một sản phẩm giải trí, nó đã trở thành ngành kinh doanh trị giá hàng tỷ USD, với doanh thu từ trò chơi, phim ảnh và các sản phẩm phụ trợ.

Hàn Quốc và Nhật Bản đều tận dụng các yếu tố văn hóa để mở rộng ảnh hưởng tại khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương và trên toàn cầu. Làn sóng Hallyu không chỉ giúp Hàn Quốc thu về lợi ích kinh tế, mà còn thay đổi cách thế giới nhìn nhận về quốc gia này như một đất nước hiện đại và sáng tạo. Ngược lại, Nhật Bản với các yếu tố văn hóa truyền thống như trà đạo, bonsai và nghệ thuật làm gốm, cùng với các sản phẩm hiện đại như Anime, đã xây dựng được hình ảnh quốc gia vừa giàu bản sắc truyền thống vừa tiên tiến. Sự lan tỏa này không chỉ hỗ trợ tăng cường hợp tác kinh tế mà còn đóng vai trò hàn gắn các mâu thuẫn trong lịch sử giữa hai quốc gia và với các nước láng giềng khác.

Tuy nhiên, việc khai thác văn hóa theo tư duy tân tự do cũng đặt ra nhiều vấn đề đáng lưu tâm. Chủ nghĩa tân tự do có xu hướng tập trung lợi ích vào các tập đoàn lớn và các quốc gia phát triển, dẫn đến bất bình đẳng trong việc phân phối giá trị kinh tế (Laruffa, F., & Martinelli, A, 2022, tr.595). Tại cả Hàn Quốc và Nhật Bản, các thành phố lớn như Seoul hay Tokyo hưởng lợi nhiều nhất từ các ngành công nghiệp văn hóa, trong khi các khu vực nông thôn có nguy cơ bị bỏ quên. Hơn nữa, sự thương mại hóa quá mức cũng làm mờ ranh giới giữa giá trị truyền thống và giá trị thị trường, khiến văn hóa dễ bị đồng nhất với lợi nhuận và tiêu dùng. Điều này đòi hỏi các quốc gia phải cân nhắc giữa việc phát triển kinh tế và bảo tồn bản sắc văn hóa, đảm bảo rằng sự thương mại hóa không làm mất đi giá trị cốt lõi của văn hóa địa phương.

Vì thế, từ góc độ của chủ nghĩa tân tự do, văn hóa đã vượt qua vai trò truyền thống để trở thành công cụ kinh tế và chiến lược trong bối cảnh toàn cầu hóa. Các trường hợp của Hàn Quốc và Nhật Bản minh họa rõ ràng cách văn hóa được khai thác để đạt được lợi ích kinh tế và sức mạnh mềm. Tuy nhiên, quá trình này cũng đặt ra thách thức về sự bất bình đẳng và bảo tồn giá trị văn hóa trong bối cảnh thị trường hóa mạnh mẽ. Do đó, sự cân bằng giữa lợi ích kinh tế và giá trị xã hội là yếu tố cần thiết để khai thác văn hóa một cách bền vững.

2.1.6.4. Chủ nghĩa hiện thực (CNHT)

Một góc nhìn quan trọng khác trong nghiên cứu quan hệ quốc tế chính là chủ nghĩa hiện thực (Realism), vốn cho rằng hệ thống quốc tế mang tính vô Chính phủ (anarchy) - không có một quyền lực tối cao nào có thể điều phối hành vi của các quốc gia. Theo lập luận của các học giả từ Thucydides, Machiavelli, Hobbes cho đến Morgenthau, Waltz và Mearsheimer, lợi ích quốc gia (national interest) là mục tiêu tối hậu và là yếu tố chi phối mọi quyết định của quốc gia trong chính trị quốc tế. Nói cách khác, đối với các nhà hiện thực chủ nghĩa, chủ quyền quốc gia là tối cao, còn lợi ích quốc gia là tối hậu. Lợi ích quốc gia được xem như kim chỉ nam trong việc hoạch định chính sách đối ngoại, đảm bảo các mục tiêu về an ninh, chủ quyền và quyền lực quốc gia trong môi trường quốc tế đầy cạnh tranh (Hoàng Khắc Nam, 2017, tr.37). Trong khuôn khổ chủ nghĩa tân hiện thực (Neorealism), quan hệ quốc tế là cuộc đấu tranh không ngừng nghỉ vì quyền lực. Morgenthau (1948) khẳng định lợi ích quốc gia luôn gắn liền với quyền lực; trong khi đó, Mearsheimer (2001, tr.1) nhấn mạnh rằng trong một hệ thống vô Chính phủ, các quốc gia buộc phải không ngừng tối đa hóa quyền lực để đảm bảo sự sống còn và vị thế của mình. Dù có khác biệt về thể chế, văn hoá hay trình độ phát triển, các quốc gia đều hành động trên cùng một logic: ưu tiên lợi ích quốc gia - dân tộc lên hàng đầu.

Bên cạnh yếu tố quyền lực cứng như quân sự và kinh tế, chủ nghĩa hiện thực hiện đại ngày càng chú trọng đến những yếu tố tinh thần và bản sắc dân tộc - những nguồn lực nội sinh giúp củng cố ý chí và sự chính danh cho việc theo đuổi lợi ích quốc gia. Ở đây, tinh thần dân tộc cũng được xem như một hình thái đặc biệt của sức mạnh quốc gia, phản ánh ý thức tập thể về chủ quyền, danh dự, và vị thế quốc gia trong hệ thống quốc tế.

Chính vì sự liên quan đến việc kiến tạo sức mạnh quốc gia, tinh thần dân tộc cũng là một khái niệm cần được xem xét khi nghiên cứu chủ nghĩa hiện thực hiện đại. Ernest Gellner đã định nghĩa về tinh thần dân tộc như một tình cảm dân tộc hay một phong trào thể hiện sự hài lòng hay bị kích động tùy thuộc vào nguyên tắc về quốc gia hay dân tộc có được đảm bảo hay không (Gellner, 1983, tr.1). Theo đó, tinh thần dân tộc không chỉ là biểu hiện của cảm xúc tập thể mà còn là nguồn động viên và biện minh cho hành động của quốc gia. Nó tạo ra ý chí chính trị (political will) để các quốc gia kiên định trong việc bảo vệ lợi ích và mở rộng ảnh hưởng. Mearsheimer (2018, tr.19) thậm chí cho rằng chủ nghĩa dân tộc là một trong những động lực mạnh mẽ nhất khiến các quốc gia hành động trong khuôn khổ chủ nghĩa hiện thực, vì nó gắn liền với nhu cầu bảo vệ bản sắc, an ninh và danh dự quốc gia.

Trong lĩnh vực văn hoá, tinh thần dân tộc cũng đóng vai trò như một công cụ quyền lực mềm. Việc quảng bá văn hoá dân tộc ra quốc tế không chỉ mang ý nghĩa giao lưu mà còn là một chiến lược nhằm khẳng định vị thế quốc gia. Theo chủ nghĩa hiện thực tân cổ điển (Neoclassical Realism), yếu tố nội tại như bản sắc văn hoá và tinh thần dân tộc có thể tác động đến cách quốc gia theo đuổi quyền lực và lợi ích trong môi trường quốc tế.

Trong bối cảnh quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản, tinh thần dân tộc là nhân tố không thể tách rời khi lý giải các tương tác văn hoá giữa hai quốc gia này. Cả hai đều là cường quốc văn hoá của Đông Á, nhưng lịch sử đối đầu - đặc biệt là ký ức về thời kỳ thuộc địa và các tranh chấp lịch sử - đã khiến tinh thần dân tộc trở thành một biến số quan trọng trong giao lưu văn hoá. Hàn Quốc, thông qua Làn sóng Hàn Quốc (Hallyu), không chỉ quảng bá hình ảnh quốc gia mà còn thể hiện sự tự cường và khát vọng khẳng định bản sắc dân tộc sau thời kỳ bị chi phối bởi các cường quốc. Ngược lại, Nhật Bản với chiến lược "Cool Japan" cũng nỗ lực duy trì ảnh hưởng văn hoá như một phần trong chính sách củng cố vị thế quốc tế. Ở cả hai trường hợp, văn hoá được sử dụng như công cụ thực thi lợi ích quốc gia, nhưng đồng thời cũng phản ánh tinh thần dân tộc và sự cạnh tranh biểu tượng giữa hai quốc gia có lịch sử, bản sắc và khát vọng tương đồng.

Do đó, khi đặt trong khung lý thuyết hiện thực, tinh thần dân tộc không chỉ là biểu hiện cảm xúc mà là cấu phần của quyền lực quốc gia, góp phần định hình hành vi đối ngoại - kể cả trong lĩnh vực văn hoá. Việc hiểu được vai trò của yếu tố này giúp lý giải sâu hơn vì sao quan hệ văn hoá Hàn - Nhật vừa hợp tác vừa cạnh tranh, và tại sao các hoạt động giao lưu văn hoá đôi khi cũng mang hàm ý đối trọng quyền lực và khẳng định bản sắc quốc gia.

2.2. Cơ sở thực tiễn của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)

2.2.1. Bối cảnh quốc tế và khu vực 2003 - 2024

Sự kết thúc của Chiến tranh Lạnh vào cuối thập niên 1980 và đầu 1990 đã đánh dấu sự thay đổi căn bản trong trật tự thế giới. Liên Xô tan rã vào năm 1991, kéo theo sự sụp đổ của hệ thống hai cực vốn tồn tại trong nhiều thập kỷ. Các quốc gia Đông Âu từng thuộc khối Xô Viết nhanh chóng chuyển sang mô hình dân chủ tự do và nền kinh tế thị trường, tạo ra những biến đổi chính trị to lớn trong khu vực. Các nước phương Tây, đặc biệt là Mỹ, nhanh chóng mở rộng ảnh hưởng về kinh tế và quân sự đối với các quốc gia này, thúc đẩy tiến trình hội nhập vào Liên minh châu Âu (EU) và Tổ chức Hiệp ước Bắc Đại Tây Dương (NATO).

Trong khi đó, khu vực châu Á chứng kiến sự trỗi dậy mạnh mẽ của Trung Quốc và Ấn Độ trong thập niên 1990. Nhờ vào chính sách cải cách kinh tế và mở cửa thị trường, Trung Quốc đạt tốc độ tăng trưởng ấn tượng, trở thành một trong những trung tâm sản xuất lớn nhất thế giới. Ấn Độ cũng tận dụng công nghệ thông tin và dịch vụ để vươn lên, tạo ra những bước tiến quan trọng trong nền kinh tế toàn cầu. Tuy nhiên, khu vực Trung Đông lại đối mặt với những bất ổn kéo dài, điển hình là cuộc chiến tranh vùng Vịnh năm 1990-1991, khi Mỹ và liên quân tấn công Iraq sau khi nước này tấn công Kuwait (Sean D. Murphy, 2004). Sau đó, các lệnh trừng phạt quốc tế đối với Iraq cùng với những căng thẳng khu vực tiếp tục duy trì sự bất ổn tại đây.

Toàn cầu hóa, dù mang lại nhiều cơ hội, cũng dẫn đến sự gia tăng bất bình đẳng giữa các quốc gia và tầng lớp dân cư trong xã hội. Cuộc khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997 là một ví dụ tiêu biểu, khi nền kinh tế của các nước như Thái Lan, Indonesia, Phillipines, Hàn Quốc, và Nhật Bản chịu tác động nặng nề. Hệ thống tài chính khu vực này gần như sụp đổ, buộc các quốc gia phải tiến hành những cải cách

sâu rộng để phục hồi nền kinh tế. Tiếp đó, năm 2008, cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu đắt đỏ bắt nguồn từ sự sụp đổ của Ngân hàng Lehman Brothers tại Mỹ khiến 30 triệu người lao động mất việc, 50 triệu người quay lại chuẩn dưới nghèo cùng 10.000 tỷ USD bị thất thoát (Minh Sơn, 2018). Tuy Chính phủ Mỹ nỗ lực tung ra những chính sách kích thích tiền tệ khổng lồ nhưng không thể cứu vãn được hệ thống tài chính thế giới toàn cầu gây nên sự xuống dốc cho nền kinh tế toàn cầu. Hệ quả lâu dài của các cuộc khủng hoảng vẫn ảnh hưởng đến tốc độ tăng trưởng và chính sách tài chính của các quốc gia trong nhiều năm sau đó. Những biến động quốc tế trên nhiều phương diện đã ảnh hưởng đến sự thay đổi thứ hạng cúa các nền kinh tế lớn trên thế giới.

Theo thống kê của Quỹ Tiền tệ quốc tế (Internationla Moneytary Fund - IMF), xét về Top 10 nền kinh tế lớn nhất thế giới dựa trên GDP, từ 2003 – 2024, ngoại trừ Mỹ luôn giữ vững vị trí dẫn đầu, sự xáo trộn vị trí luôn diễn ra với các quốc gia khác. Riêng Nhật Bản chứng kiến sự mất đi vị thế là quốc gia châu Á vững mạnh khi từ năm 2010 đã rơi xuống vị trí thứ 3 khi Trung Quốc vượt mặt và từ năm 2022 tiếp tục bi tụt xuống thứ 4 với sự soán ngôi vị trí thứ thuộc về Đức. Một trong nguyên nhân được chỉ ra là tiêu dùng cá nhân sụt giảm vì lương nhân công hầu như không tăng suốt 30 năm. Thậm chí, hiện tượng "chảy máu" lao động lành nghề diễn đến các thị trường châu Âu diễn ra ngày càng nhiều (Tô Minh, 2026). Trong khi đó, Hàn Quốc dù được đánh giá là nền kinh tế phát triển ở Đông Á cũng chỉ duy trì được vị trí số 10 ở những năm 2005, sau đó tận 2020 và 2021 mới trở lại được thứ hạng vì việc kiểm soát hiệu quả dịch bệnh làm giảm bớt tác động tiêu cực đến nền kinh tế (Quang Đặng, 2021).

Không chỉ diễn ra ở phương diện kinh tế, toàn cầu hóa còn diễn ra ở lĩnh vực văn hóa vừa mang tính hội tụ, vừa mang tính phân hóa. Sự phổ biến của Internet băng thông rộng kéo theo sự ra đời các nền tảng truyền thông toàn cầu như Netflix, Spotify, Disney + hay các mạng xã hội (Facebook, YouTube, Twitter/X, Instagram) thúc đẩy sự lan tỏa các giá trị, lối sống mang tỉnh phổ quát, gắn liền với chủ nghĩa tiêu dùng và văn hóa đại chúng. Điều này tạo điều kiện cho các nền văn hóa lớn như Mỹ, Trung Quốc, Phương Tây tham gia vào dòng chảy toàn cầu, hình thành quá trình "bản địa hóa" hấp thu và biến hóa các yếu tố văn hóa phục vụ cho xã hội bản

địa (Lương Văn Kế, 2005). Hay sự "lai ghép văn hóa" khiến các giá trị văn hóa được tái cấu trúc phù hợp với bối cảnh địa phương (Kraidy, 2005).

Giai đoạn từ năm 2003 đánh dấu sự chuyển dịch vai trò của khán giả không còn là người tiếp nhận thụ động mà trở thành chủ thể tham gia vào quá trình phân phối và tái tạo văn hóa. Các cộng đồng người hâm mộ (fandom) trực tuyến đã trở thành những lực lượng quyền lực mới, có khả năng đưa một sản phẩm văn hóa địa phương trở thành hiện tượng toàn cầu chỉ trong thời gian ngắn. Sự phát triển của điện thoại thông minh (smartphone) và hạ tầng mạng 4G/5G càng đẩy nhanh quá trình này, biến văn hóa trở thành một dòng chảy liên tục, tức thời (real-time) và phi biên giới.

Trong bối cảnh đó, vốn là các quốc gia sở hữu nền tảng công nghệ mạnh và khả năng sản xuất nội dung sáng tạo, Hàn Quốc và Nhật Bản trỗi dậy như những cường quốc văn hóa khu vực. Với cả hai quốc gia, văn hóa truyền thống được đổi mới hóa trong cách bảo tồn, truyền bá, cũng như tích hợp qua chính các sản phẩm văn hóa đại chúng. Nhìn nhận được sự thay đổi của thị trường, Nhật Bản và Hàn Quốc đã tận dụng cơ hội để xuất khẩu văn hóa, vượt qua các rào cản kiểm duyệt hay địa lý truyền thống. Từ cuối thế kỷ XX, Nhật Bản đã xuất khẩu mạnh mẽ hàng loạt manga, Anime và trò chơi điện tử. Hàn Quốc đầu thế kỷ thứ XXI tận dụng tốt dòng chảy toàn cầu hóa và công nghệ đưa phim truyền hình, âm nhạc và điện ảnh vươn đến thị trường toàn cầu (Jin, 2016). Điều này đã cho thấy trước bối cảnh toàn cầu hóa văn hóa, hai quốc gia không chỉ tiếp nhận thụ động các giá trị phương Tây mà còn tận dụng để tái định vị trong trật tự văn hóa toàn cầu. Cấu trúc văn hóa thế giới đã chuyển từ đơn cực sang đa cực, với sự trỗi dậy mạnh mẽ của các nền văn hóa Á Đông hay còn được gọi là các dòng chảy ngược (contra-flows) (Thussu, 2007, 2018; Iwabuchi, 2002).

Tuy nhiên, toàn cầu hóa văn hóa nảy sinh xung đột khi tranh chấp các hệ thống giá trị, chống lại sự xâm nhập các yếu tố văn hóa ngoại lai của quốc gia tiếp nhận. Dù sự giao lưu văn hóa diễn ra mạnh mẽ, nhưng những tranh cãi về nguồn gốc di sản, về lịch sử hay sự bài trừ các sản phẩm văn hóa ngoại lai trong những thời điểm căng thẳng chính trị vẫn thường xuyên xảy ra. Bên cạnh việc tiếp nhận,

đáp ứng các yếu tố của văn hóa hiện đại, các giá trị truyền thống có phần bị xao lãng có xu hướng phục hưng. Điển hình, sự ảnh hưởng văn hóa của Trung Quốc tại khu vực được hình thành thông qua sự kết hợp giữa di sản văn minh lâu đời, chiến lược sức mạnh mềm. Là một trong những cái nôi của nền văn minh thế giới, hệ tư tưởng Nho giáo, chữ Hán và một số mô hình tổ chức xã hội của quốc gia đã định hình nên các nền tảng văn hóa của Nhật Bản, Hàn Quốc và Việt Nam. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, những yếu tố này tiếp tục đóng vai trò là "gốc văn hóa lịch sử" giúp Trung Quốc giữ vững được vị thế biểu tượng của một nền văn minh cổ đại, khác biệt với văn hóa phương Tây hiện đại.

Bước qua thế kỷ thứ XXI, việc thực thi chiến lược sức mạnh mềm của Chính phủ giúp cho sự ảnh hưởng văn hóa của Trung Quốc ngày càng gia tăng. Tại Đông Á, các chương trình hợp tác học thuật, trao đổi sinh viên và quảng bá ngôn ngữ Trung Quốc cụ thể đã góp phần gia tăng sự hiện diện của văn hóa Trung Hoa trong khu vực. Các nền tảng kinh tế số và công nghệ của Trung Quốc tạo nên hệ thống lan tỏa văn hóa hiện đại. Thông qua các nền tảng iQIYI, Tencent Video và WeTV, các sản phẩm văn hóa đại chúng như phim ảnh, chương trình truyền hình, trò chơi điện tử và tiểu thuyết trực tuyến ngày cảng phổ biến tạo nên một không gian văn hóa mang màu sắc Trung Hoa (Keane, 2016).

Giai đoạn từ năm 2003 cũng chứng kiến những thay đổi quan trọng trong cấu trúc quyền lực toàn cầu. Sự dịch chuyển cán cân quyền lực từ Tây sang Đông ngày càng rõ rệt (Christopher Layne, 2012, tr.21). Trung Quốc nổi lên như một quốc gia mang tính lịch sử sâu sắc, có sự ảnh hưởng ngày càng rõ nét về chính trị, kinh tế và công nghệ. Sự đẩy mạnh sức mạnh mềm của quốc gia này thông qua các sáng kiến như Vành đai và Con đường, nhằm mở rộng tầm ảnh hưởng này sang châu Á, châu Phi và châu Âu. Vị trí kinh tế lớn thứ hai thế giới của Trung Quốc cạnh tranh trực tiếp với Mỹ (Sutherland, Michael D.; Sutter, Karen M, 2015). Trung Quốc đã xây dựng nên nền kinh tế thị trường mang đậm dấu ấn đặc sắc Đông Á. Với văn hóa, thông qua sự phổ biến Viện Khổng tử từ năm 2004, ngoại giao văn hóa, các chương trình truyền thông quốc tế, giao lưu giáo dục, Trung Quốc đã xây dựng được hình ảnh một quốc gia có trách nhiệm, hòa bình và giàu sản sắc

văn hóa (D'Hooghe, 2015). Quốc gia này cũng tích cực tham gia vào các tổ chức quốc tế như UNESCO để quảng bá di sản văn hóa, ghi dấu là một trong những quốc gia có số lượng di sản thiên nhiên nhiều thế giới nhiều nhất. Các lĩnh vực điện ảnh, truyền hình, xuất bản dựa trên sự phát triển nền tảng công nghệ hiện đại tiếp tục là chiến lược củng cố hình ảnh quốc gia.

Hoa Kỳ, dưới chính quyền Tổng thống George W. Bush, đã tập trung vào cuộc chiến chống khủng bố sau vụ tấn công của Al-Qaeda vào hai toà tháp đôi ngày 11/9/2001. Năm 2001, Mỹ mở chiến dịch quân sự tại Afghanistan để tiêu diệt Taliban và các nhóm khủng bố có liên hệ với Al-Qaeda. Đến năm 2003, Mỹ tiến hành cuộc xâm lược Iraq với cáo buộc Saddam Hussein sở hữu vũ khí hủy diệt hàng loạt, nhưng sau đó không tìm thấy bằng chứng thuyết phục (Benjamin et al, 2003). Cuộc chiến Iraq kéo dài và trở thành một gánh nặng đối với Mỹ cả về kinh tế lẫn chính trị. Các cuộc xung đột này đã làm gia tăng tình trạng bất ổn tại Trung Đông, tạo điều kiện cho các tổ chức khủng bố và cực đoan gia tăng hoạt động.

Nga, dưới sự lãnh đạo của Tổng thống Vladimir Putin, bắt đầu triển khai chiến lược "tái thiết vĩ đại" nhằm khôi phục vị thế cường quốc. Các động thái can thiệp quân sự tại Georgia (2008) và Ukraine (2014) cho thấy quyết tâm của Nga trong việc ngăn chặn sự mở rộng ảnh hưởng của phương Tây, đặc biệt là NATO. Việc Nga sáp nhập Crimea vào năm 2014 đã khiến quan hệ giữa nước này và phương Tây trở nên căng thẳng, kéo theo các lệnh trừng phạt kinh tế nghiêm khắc từ Mỹ và EU (Suleyman O. Altiparmak et al, 2023).

Bắc Triểu Tiên, vòng Hội đàm Sáu bên (Six-Party Talk) giữa Bắc Triều Tiên, Hàn Quốc, Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc và Nga nhằm giải quyết chương trình hạt nhân của Bắc Triều Tiên không có kết quả khả quan (Council on Foreign Relations, 2025). Năm 2017, chính quyền Tổng thống Moon Jae-in khởi xuống "Chính sách Ánh Dương" (Sunshine Policy) nhằm giải quyết những căng thẳng quân sự, cải thiện giao thông và xúc tiến việc đoàn tụ gia đình liên Triều, song tiến trình bị đình trệ. Từ năm 2017-2023, Bắc Triều Tiên liên tục tiến hành các vụ thử tên lửa, thả khinh khí cầu chứa rác, bắt cóc đe dọa an ninh Hàn Quốc và Nhật Bản gây nên những căng thẳng xung đột kéo dài đến hiện tại (NK News, 2025 & Reuters, 2024).

Bên cạnh đó, thế giới cũng đối mặt với nhiều thách thức an ninh phi truyền thống, bao gồm biến đổi khí hậu, khủng hoảng di cư, an ninh mạng và đại dịch toàn cầu. Đại dịch COVID-19 bùng phát từ năm 2019-2020 đã gây ra cuộc khủng hoảng kinh tế nghiêm trọng, làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu và thay đổi cách thức hoạt động của nhiều ngành công nghiệp. Các quốc gia phải thích nghi với tình hình mới bằng cách đẩy mạnh số hóa, cải cách y tế và nâng cao khả năng tự chủ trong sản xuất.

Nhìn chung, giai đoạn 2003-2024, thế giới đã chứng kiến sự phân cực quyền lực với sự cạnh tranh quyết liệt giữa Mỹ, Trung Quốc và Nga. Các quốc gia châu Á, đặc biệt là Trung Quốc tiếp tục nổi lên như những trung tâm kinh tế mới và Bắc Triều Tiên vẫn luôn là quốc gia thiếu thiện chí trong việc hợp tác giải quyết an ninh chung khu vực Đông Á và thế giới. Trong khi các vấn đề an ninh toàn cầu ngày càng trở nên phức tạp, sự đòi hỏi sự hợp tác đa phương để giải quyết những thách thức chung càng trở nên cần thiết. Trong đó, Hàn Quốc và Nhật Bản với những lợi thế về nền kinh tế lớn cần kết nối với nhau trên toàn phương diện, trong đó có cả văn hóa để củng cố vị thế hiện nay.

2.2.2. Bối cảnh kinh tế và xã hội của Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)

Trước năm 2003

Tình hình kinh tế, chính trị và xã hội của Hàn Quốc và Nhật Bản có sự khác biệt rõ rệt. Hàn Quốc duy trì tăng trưởng kinh tế ấn tượng, đặc biệt là sau cuộc khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997, với GDP tăng trưởng mạnh năm 1999 với mức 10,9% và cho đến năm 2002 đạt mức 7,73% (International Monetary Fund, 2002 & Macrotrends, n.d.). Các ngành công nghiệp về bán dẫn, điện tử tiêu dùng, ô tô, đóng tàu và thương mại điện tử (OECD Economic Surveys Korea, 2000 & Wired, 2000) đóng góp lớn vào sự phát triển này. Về mặt xã hội, Hàn Quốc trải qua quá trình đô thị hóa nhanh chóng, với tỷ lệ dân số sống ở đô thị tăng cao, và giáo dục, y tế được chú trọng, nâng cao chất lượng cuộc sống.

Trong khi đó, Nhật Bản đối mặt với suy thoái kinh tế kéo dài từ đầu thập niên 1990, được gọi là "Thập kỷ mất mát", với nền kinh tế tăng trưởng chậm và những vấn đề như nợ xấu và giảm giá trị tài sản (Takeo Hoshi and Anil K. Kashyap, 2004). Chính trị Nhật Bản chứng kiến sự thay đổi quyền lực khi Đảng Dân chủ Tự

do (LDP) mất quyền kiểm soát từ năm 1993 đến 2000, dẫn đến sự xuất hiện của các Chính phủ liên minh và đảng đối lập (Krauss & Pekkanen, 2011). Xã hội Nhật Bản gặp phải thách thức lớn với dân số già hóa do tỷ lệ sinh thấp và tuổi thọ cao, tạo áp lực đối với lực lượng lao động và hệ thống an sinh xã hội.

Giai đoạn 2003 - 2024

Trong giai đoạn từ 2003 đến 2024, Hàn Quốc đã có những bước chuyển mình mạnh mẽ trong cả ba lĩnh vực kinh tế, chính trị và xã hội, phản ánh sự linh hoạt và khả năng thích ứng của quốc gia này trước các thử thách. Sau cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008, nền kinh tế Hàn Quốc đã nhanh chóng phục hồi nhờ các chính sách kích thích kinh tế mạnh mẽ và sự gia tăng xuất khẩu. Hàn Quốc, với các ngành công nghiệp chủ lực như điện tử, ô tô, và hóa chất, đã tận dụng những cơ hội toàn cầu để duy trì tăng trưởng, mặc dù đã đối mặt với những thách thức toàn cầu về sự suy giảm trong nhu cầu tiêu dùng và thương mại quốc tế. Thị trường lao động chững lại, nạn thất nghiệp trong độ tuổi thanh niên gia tăng.

Đến năm 2024, nền kinh tế Hàn Quốc đã đạt mức tăng trưởng 2%, mặc dù tốc độ xuất khẩu đã giảm và nhu cầu tiêu dùng nội địa sụt giảm (Lee Kyung-min, 2025). Đây là một dấu hiệu cho thấy sự chuyển mình trong mô hình tăng trưởng của Hàn Quốc, từ việc chỉ tập trung vào xuất khẩu sang việc tìm kiếm động lực tăng trưởng nội địa. Mặc dù vậy, sự phục hồi sau khủng hoảng vẫn phản ánh sức mạnh và sự ổn định của nền kinh tế Hàn Quốc, một yếu tố quan trọng để quốc gia này có thể duy trì vị thế trong nền kinh tế toàn cầu và tiếp tục đầu tư cho sự phát triển văn hóa đại chúng đóng góp vào kinh tế quốc gia.

Mặc dù Hàn Quốc đã đạt được nhiều thành tựu về phát triển xã hội, quốc gia này vẫn phải đối mặt với một loạt vấn đề thách thức lớn, trong đó có tỷ lệ sinh thấp và dân số già. Điều này đã ảnh hưởng đến lực lượng lao động và tăng chi phí an sinh xã hội. Tuy nhiên, Chính phủ Hàn Quốc đã nhanh chóng nhận thức được những vấn đề này và triển khai nhiều chính sách nhằm đối phó với chúng. Các biện pháp như khuyến khích sinh đẻ, thúc đẩy lao động nhập cư, và thay đổi các chế độ phúc lợi xã hội đã được thực hiện. Một trong những khía cạnh quan trọng trong xã hội Hàn Quốc chính là sự phát triển mạnh mẽ của văn hóa đại chúng, đặc biệt là Hallyu, với những sản phẩm văn hóa như K-pop, phim truyền hình, và điện ảnh

không chỉ lan tỏa mạnh mẽ trong khu vực mà còn toàn cầu. Sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa này không chỉ là kết quả của các chính sách hỗ trợ từ Chính phủ mà còn là phần thưởng cho môi trường xã hội sáng tạo và không ngừng đổi mới mà Hàn Quốc đã xây dựng.

Tương tự, Nhật Bản cũng không thiếu thách thức trong giai đoạn này, nhưng quốc gia này đã cho thấy khả năng phục hồi và điều chỉnh thích hợp trong kinh tế, chính trị và xã hội. Nhật Bản đã trải qua một giai đoạn khó khăn trong suốt "Thập kỷ mất mát", với sự suy thoái kinh tế kéo dài từ đầu thập niên 1990. Khủng hoảng năm 2008 tiếp tục gây khó khăn cho thị trường việc làm trong nước khi hàng loạt nhưng hợp đồng lao động tạm thời bị cắt giảm Tuy nhiên, kể từ những năm đầu của thế kỷ XXI, Nhật Bản đã thực hiện các biện pháp cải cách và kích thích kinh tế để phục hồi. Mặc dù nền kinh tế đã có sự phục hồi nhẹ sau khủng hoảng tài chính toàn cầu, Nhật Bản vẫn phải đối mặt với các vấn đề nghiêm trọng như nợ công cao và sự cạnh tranh gay gắt trong khu vực. Tuy nhiên, Nhật Bản vẫn duy trì được vai trò quan trọng trong nền kinh tế toàn cầu, đặc biệt trong các ngành công nghiệp công nghệ cao như robot, ô tô, và điện tử.

Một trong những vấn đề nổi bật trong xã hội Nhật Bản trong giai đoạn này là dân số già và tỷ lệ sinh thấp. Nhật Bản đã đối mặt với một thách thức lớn trong việc duy trì lực lượng lao động và phát triển các chính sách an sinh xã hội hiệu quả. Chính phủ Nhật Bản đã triển khai các chính sách khuyến khích sinh đẻ và thu hút lao động nhập cư, nhưng hiệu quả vẫn chưa được như kỳ vọng. Tuy nhiên, trong bối cảnh này, văn hóa đại chúng Nhật Bản vẫn phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là trong các lĩnh vực như Anime, manga, và các trò chơi điện tử. Sự thành công của những sản phẩm văn hóa này không chỉ thúc đẩy nền kinh tế sáng tạo mà còn giúp Nhật Bản duy trì ảnh hưởng văn hóa mạnh mẽ trên toàn cầu.

2.2.3. Quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản về an ninh - chính trị và kinh tế giai đoạn 2003 - 2024

Trước 2003

Quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trước năm 2003 đã trải qua nhiều biến động, đặc biệt là giai đoạn từ khi Nhật Bản xâm lược bán đảo Triều Tiên cho đến khi hai quốc gia chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao vào năm 1965. Đây là một

mối quan hệ phức tạp, bị chi phối bởi lịch sử chiến tranh, các cuộc xung đột và những vấn đề lịch sử chưa được giải quyết, để lại những dấu ấn sâu sắc trong quan hệ giữa hai quốc gia này.

Quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản bắt đầu xấu đi từ khi Nhật Bản tiến hành xâm lược và chính thức đô hộ Triều Tiên vào năm 1910 (Seok Hee Yoon, 2015, tr. 106). Đây là một giai đoạn đen tối trong lịch sử Hàn Quốc, khi người dân Hàn Quốc phải chịu đựng sự bóc lột tàn bạo của đế quốc Nhật (Haeyoung Kim, Bruce Cumings, 2024, tr. 4). Trong suốt thời gian chiếm đóng, Nhật Bản đã thực hiện các chính sách cứng rắn nhằm áp đặt văn hóa, ngôn ngữ và các giá trị của Nhật Bản lên người dân Hàn Quốc. Trong đó, những chính sách mang dấu ấn "đế quốc" đã gây nên nhiều tổn thương cho người dân Hàn. *Thứ nhất*, "cưỡng bức lao động" (forced labour) khi hàng triệu người Hàn Quốc bị bắt làm việc trong các điều kiện khắc nghiệt trong các nhà máy, công trình chiến tranh và các dự án khác phục vụ cho mục đích quân sự Nhật. *Thứ hai*, "phụ nữ mua vui" (comfort women) với hàng nghìn phụ nữ Hàn buộc phải làm nô lệ tình dục cho binh lính Nhật trong suốt giai đoạn chiến tranh. Cho đến nay, những vấn đề này vẫn là những vết thương chưa lành trong quan hệ giữa hai quốc gia.

Chiến tranh Thế giới thứ hai vào năm 1945 kết thúc dẫn đến bán đảo Triều Tiên bị chia thành hai quốc gia độc lập: Hàn Quốc và Bắc Triều Tiên vào năm 1948 (William Stueck, 2001, tr. 58). Sự chia cắt này đã tạo ra những căng thẳng mới, đặc biệt trong bối cảnh chiến tranh lạnh, khi cả Hàn Quốc và Nhật Bản đều là các đồng minh của Mỹ và chống lại sự ảnh hưởng của Liên Xô trong khu vực.

Mặc dù lịch sử chiến tranh và xung đột vẫn còn đè nặng lên mối quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, nhưng quan hệ ngoại giao giữa hai quốc gia chính thức được thiết lập vào năm 1965 thông qua Hiệp định Hàn-Nhật. Đây là một bước đi quan trọng trong việc bình thường hóa quan hệ giữa hai nước, giúp Nhật Bản và Hàn Quốc ký kết một thỏa thuận để giải quyết các vấn đề liên quan đến chiến tranh, bồi thường thiệt hại và các vấn đề liên quan đến quyền lợi của công dân hai nước. Sự việc điển hình thời điểm này là việc bồi thường các nạn nhân "lao động cưỡng bức" của Nhật Bản. Tuy nhiên, nhiều vấn đề lịch sử chưa được

giải quyết hoàn toàn, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến nạn nhân của lao động cưỡng bức và phụ nữ mua vui và trở thành nguồn cơn của căng thẳng giữa hai quốc gia trong suốt nhiều thập kỷ sau đó.

Vào những năm 1990, các cuộc biểu tình và cuộc đấu tranh của người dân Hàn Quốc yêu cầu Nhật Bản thừa nhận trách nhiệm đối với những tội ác mà họ đã gây ra trong chiến tranh ngày càng gia tăng, thu hút sự chú ý của cộng đồng quốc tế. Các nạn nhân của lao động cưỡng bức và những người phụ nữ từng bị ép làm nô lệ tình dục trong "hệ thống giải trí quân sự" của Nhật Bản bắt đầu lên tiếng đòi hỏi công lý và bồi thường.

Trước diễn tiến đó, Chính phủ Nhật Bản, dù có một số động thái xin lỗi chính thức về những nỗi đau mà người dân Hàn Quốc phải chịu đựng trong quá khứ, lại thường xuyên gặp phải chỉ trích vì thiếu sự rõ ràng và cụ thể về trách nhiệm trong những lời xin lỗi này. Điều này dẫn đến sự thất vọng và bất mãn trong công chúng Hàn Quốc, khiến mối quan hệ giữa hai quốc gia không thể hoàn toàn bình ổn.

Giai đoạn 2003 - 2024

Giai đoạn 2003 - 2024 trong quan hệ Hàn Quốc và Nhật Bản có thể chia thành hai giai đoạn chính, mỗi giai đoạn phản ánh những thay đổi đáng kể trong mối quan hệ giữa hai quốc gia. Những vấn đề lịch sử vẫn tiếp tục là hòn đá tảng cho việc nối lại hòa bình hai bên. Cuộc khủng hoảng về “sự việc sách giáo khoa Nhật Bản” và các chuyến viếng thăm đền Yasukuni của các đời Thủ tướng vốn đã là trở ngại trong quan hệ song phương lại tiếp tục tái diễn mỗi khi tái in ấn khi các nhà xuất cánh hữu cố gắng tô hồng lịch sử quân phiệt Nhật.

Giai đoạn thứ nhất, từ năm 2003 đến 2015, hai quốc gia thực hiện các cuộc gặp gỡ cấp cao luôn nhấn mạnh thông điệp “hướng đến tương lai”. Điển hình cuộc gặp thượng đỉnh năm 2003 giữa Thủ tướng Koizumi và Tổng thống Roh Moo-hyun đặt nền tảng cho mối quan hệ khởi sắc hơn. Tuy nhiên, những căng thẳng lịch sử vẫn chưa được giải quyết hoàn toàn gây nên những căng thẳng mới đặc biệt là yêu cầu Nhật Bản phải xin lỗi sâu sắc hơn về "lao động cưỡng bức" và "phụ nữ mua vui" từ phía Chính phủ Hàn Quốc năm 2005. Điều này phản ánh sự giới hạn của hòa giải chính trị khi dư luận trong nước vẫn còn nhạy cảm (Taipei Times, 2005). Tổng

thống Roh càng lúc càng thể hiện lập trường cứng rắn khi cảnh bào về một "cuộc chiến ngoại giao" toàn diện khi Nhật Bản yêu sách về vùng lãnh thổ tranh chấp và làm nhẹ lịch sử xâm chiếm. Điểm nhấn quan trọng về dấu hiệu hòa giải ngoại giao giai đoạn này là việc bày tỏ "sự hối hận" và "lời xin lỗi chân thành" của Thủ tướng Naoto Kan vào ngày 10/08/2010 về những tổn thất và khổ đau do chế độ thuộc địa gây ra, đồng thời nhấn mạnh việc đối diện lịch sử một cách chân thành (Prime Minister of Japan, 2010). Đây lần thứ ba Nhật Bản gửi lời xin lỗi Hàn Quốc sau hành động trước đó của Thủ tướng Murayama (năm 1995), Koizumi (năm 2002). Đổi lại, Hàn Quốc chưa bao giờ hài lòng. Trong thời kỳ đương nhiệm (2008 – 2013), Tổng thống Lee Myung-bak tiếp tục có những hành động đối đầu với Nhật Bản về tranh chấp chủ quyền các đảo. Ông cũng phản ứng gây áp lực buộc Chính phủ Nhật Bản phải giải quyết chân thành vấn đề "phụ nữ mua vui" khi thẳng thắng từ chối di dời bức tượng "thiếu nữ hòa bình" – đại diện hình ảnh "phụ nữ mua vui" trước cơ quan ngoại giao của Nhật tại nước sở tại.

Xen lẫn những căng thẳng trong quan hệ là những bình ổn về hợp tác kinh tế. Hai nước tập trung đẩy mạnh hợp tác với việc gia tăng sự hiện diện của các công ty Nhật Bản tại Hàn Quốc và ngược lại. Nhật Bản tập trung vào xây dựng các mối quan hệ cùng có lợi, không những đóng góp cho những sự tăng trưởng kinh tế trong nước mà còn tạo nên sự phát đạt cho nền kinh tế của các nước đối tác (Phạm Thị Yên & Nguyễn Thị Thanh Hoa, 2024). Cụ thể, quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đã có những thay đổi đáng kể, đặc biệt là trong lĩnh vực hợp tác kinh tế. Đây là thời kỳ hai quốc gia bắt đầu coi nhau như đối tác kinh tế quan trọng trong khu vực châu Á, đặc biệt trong bối cảnh sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế toàn cầu và sự nổi lên của các nền kinh tế châu Á. Các công ty Nhật Bản như Sony, Toyota, Honda, và Panasonic đã gia tăng sự hiện diện tại Hàn Quốc, không chỉ trong lĩnh vực điện tử, ô tô mà còn trong nhiều ngành công nghiệp khác. Các sản phẩm của Nhật Bản được người tiêu dùng Hàn Quốc ưa chuộng, và các thương hiệu Nhật Bản dần trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống của người dân Hàn Quốc. Tương tự, các sản phẩm của Hàn Quốc như Samsung, LG, Hyundai cũng bắt đầu thâm nhập mạnh mẽ vào thị trường Nhật Bản, đặc biệt là trong ngành điện tử và ô tô. Samsung, với

những dòng sản phẩm điện thoại thông minh và thiết bị điện tử tiên tiến, đã thu hút được một lượng lớn khách hàng Nhật Bản (Phạm Vũ Thiều Quang, 2024).

Mặc dù mối quan hệ kinh tế ngày càng gắn kết, nhưng không thể phủ nhận rằng những căng thẳng lịch sử giữa hai quốc gia vẫn tồn tại. Vấn đề "phụ nữ mua vui" và "lao động cưỡng bức" vẫn là một chủ đề nóng trong quan hệ ngoại giao giữa hai quốc gia. Dù đã có một số bước tiến trong việc giải quyết vấn đề này, nhưng các cuộc đối thoại giữa hai quốc gia vẫn không đạt được sự đồng thuận hoàn toàn. Chính những vấn đề lịch sử này đã khiến quan hệ ngoại giao giữa hai nước vẫn thường xuyên gặp trục trặc, dù cả hai đều cố gắng duy trì sự hợp tác trong các lĩnh vực khác.

Giai đoạn thứ hai, từ 2015 đến 2024, mối quan hệ giữa hai quốc gia trở nên căng thẳng hơn với các tranh chấp về biên giới biển, các vụ kiện liên quan đến lao động cưỡng bức, và những biện pháp thương mại của Nhật Bản. Khởi đầu là việc giải quyết vấn đề "phụ nữ mua vui" đã có bước tiến lớn vào năm 2015 khi Nhật Bản và Hàn Quốc đạt được một thỏa thuận quan trọng (Linny Kit Tong Ng, 2024, tr.9). Theo đó, Nhật Bản cam kết xin lỗi chính thức và bồi thường cho các nạn nhân, đồng thời cam kết sẽ tiếp tục hợp tác để khắc phục hậu quả của chiến tranh. Thỏa thuận đền bù cho vấn đề này với thái độ hối lỗi chân thành từ Thủ tướng Shinzo Abe được xem như một nỗ lực chính trị lớn nhằm khép lại việc tranh chấp kéo dài (MOFA of Japan, 2015). Tuy nhiên, thỏa thuận này bị chỉ trích mạnh mẽ, không chỉ từ phía công chúng Hàn Quốc mà còn từ những nhóm nạn nhân, khi họ cho rằng Nhật Bản không thật sự thừa nhận đầy đủ trách nhiệm và những đau thương mà họ đã phải chịu đựng.

Giai đoạn này bắt đầu bằng những căng thẳng chưa từng có giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Một trong những nguyên nhân lớn là những tranh cãi leo thang liên quan đến các vấn đề biên giới biển, đặc biệt là các đảo nhỏ mà cả hai quốc gia đều tuyên bố chủ quyền (Terence Roehrig, 2021). Các cuộc đàm phán về vấn đề này gần như không có tiến triển, và căng thẳng gia tăng khi cả hai quốc gia đều tăng cường các hoạt động quân sự và ngoại giao xung quanh những khu vực tranh chấp.

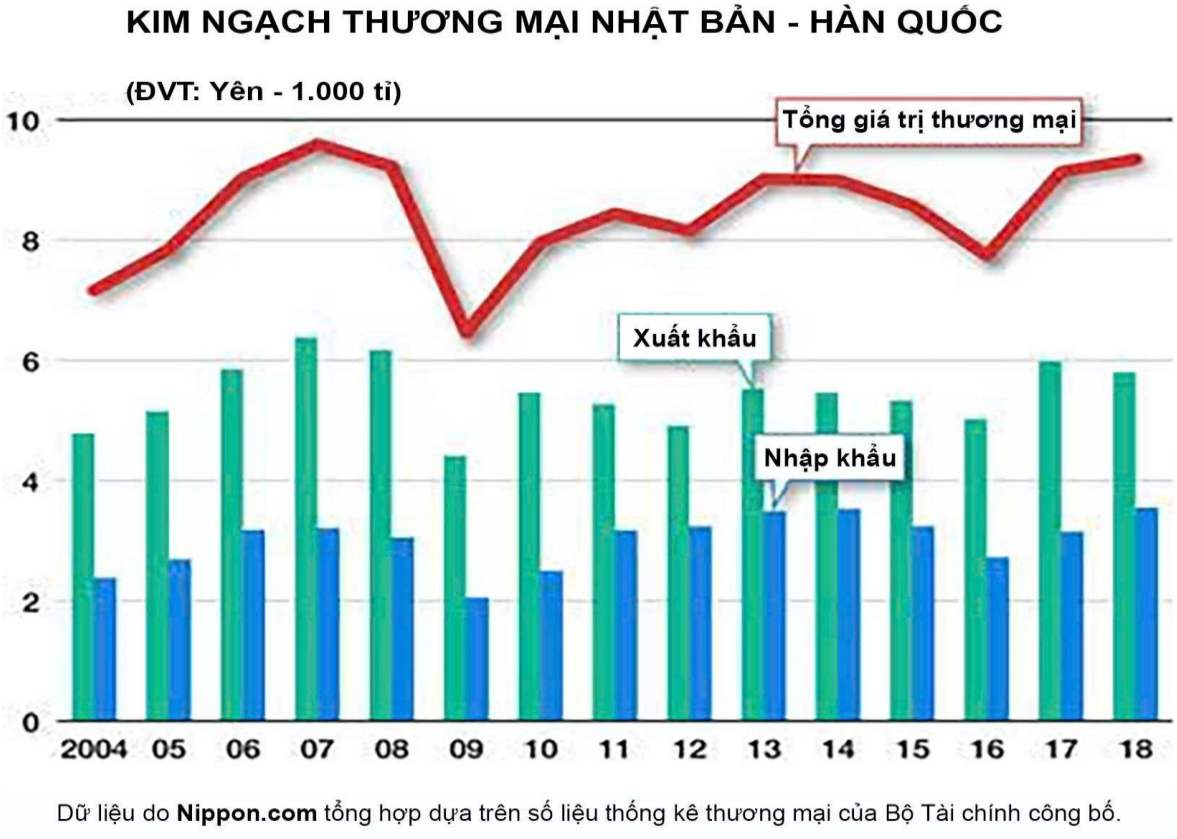
Bên cạnh đó, các vụ kiện liên quan đến lao động cưỡng bức trong Thế chiến II lại nổi lên vào năm 2018 khi Tòa án Hàn Quốc yêu cầu các công ty Nhật Bản bồi

thường cho các nạn nhân (The Asahi Shimbun, 2024). Điều này đã khiến Nhật Bản phản đối mạnh mẽ và yêu cầu Hàn Quốc tôn trọng các thỏa thuận trước đây, đặc biệt là thỏa thuận giải quyết vấn đề lao động cưỡng bức được ký kết vào năm 1965 trong khuôn khổ Hiệp định Hàn-Nhật. Những vụ kiện này không chỉ làm xấu đi quan hệ ngoại giao giữa hai quốc gia mà còn ảnh hưởng nặng nề đến các mối quan hệ thương mại. Vào năm 2019, Nhật Bản áp dụng các biện pháp kiểm soát xuất khẩu các vật liệu công nghệ cao quan trọng đối với ngành công nghiệp của Hàn Quốc, đặc biệt là các vật liệu cần thiết để sản xuất chip điện tử (Yen Nee Lee, 2019). Biện pháp này đã gây ra sự phản ứng mạnh mẽ từ phía Hàn Quốc và khiến cho mối quan hệ thương mại giữa hai nước thêm phần căng thẳng. Một loạt những động thái kế tiếp trả đũa nhau giữa hai quốc gia liên quan đến Hệ thống GSOMIA[2] và cuộc "thương chiến" trong lĩnh vực chất bán dẫn, linh kiện điện tử năm 2019 đã đưa quan hệ song phương hai nước ngày càng đối kháng nhau. Những diễn biến từ 2018-2019 đã thể hiện sự căng thẳng tột độ trong quan hệ Nhật – Hàn.

Chỉ đến khi bước qua năm 2020, mối quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản mới chứng kiến những nỗ lực hàn gắn, khi mối đe dọa từ Bắc Triều Tiên ngày càng gia tăng (Alexander Lipke, Elli-Katharina Pohlkamp, 2024). Cả hai quốc gia đều nhận thức rõ ràng rằng việc duy trì một quan hệ ổn định là cần thiết cho sự ổn định và an ninh khu vực, đặc biệt là trong bối cảnh căng thẳng giữa các quốc gia lớn như Mỹ, Trung Quốc và Triều Tiên. Các cuộc đối thoại ngoại giao đã được tái khởi động, và cả hai quốc gia đều tìm cách duy trì sự hợp tác trong các lĩnh vực kinh tế và an ninh. Từ năm 2023, hai bên tái thuc đẩy ngoại giao con thoi với các chuyến thăm cao cấp giữa Tổng thống Yoon Suk Yeol và Thủ tướng Kishida cho thấy việc ưu tiên chiến lược mới trong bối cảnh an ninh khu vực đã thay đổi (AP news, 2023). Hàn Quốc và Nhật Bản đều là thành viên của các tổ chức quốc tế như WTO và hợp tác chặt chẽ với Mỹ trong các vấn đề an ninh khu vực. Tháng 8/2023, Hội nghị thượng đỉnh Nhật Bản - Hoa Kỳ - Hàn Quốc tổ chức độc lập đầu tiên không đi kèm với diễn đàn quốc tế như mọi khi, trên tinh thần thân mật tại Trại David (David Camp) (Diplomatic Dluebook 2024).

[2] GSOMIA là hiệp định chia sẻ thông tin tình báo quân sự được Chính phủ Nhật Bản và Hàn Quốc ký kết năm 2016 nhằm đối phó các mối đe dọa tên lửa từ Triều Tiên.

Trên lĩnh vực thương mại nói chung, Hàn Quốc là đối tác thương mại lớn thứ ba của Nhật Bản, như được chỉ ra bởi tổng giá trị thương mại giữa hai nước, và đã như vậy kể từ năm 2001. Tổng thương mại song phương đã tăng lên 9,3 nghìn tỷ yên vào năm 2018 (*xem Hình 1*) (Nippon, 2019). Tuy nhiên, căng thẳng thương mại năm 2019 và đại dịch COVID -19 đã khiến tổng kim ngạch hai chiều giảm xuống còn 8,7 nghìn tỷ Yên năm 2020 và bắt đầu phục hồi mạnh từ năm 2021 sau đó (Trading Economic, 2024). Vào năm 2023, theo một Báo cáo của Tổ chức Xúc tiến Thương mại Nhật Bản (JETRO), Hàn Quốc tiếp tục giữ vững vị trí thứ ba trong số các quốc gia châu Á đầu tư vào Nhật Bản (JETRO, 2024)



Hình 2.1: Giá trị thương mại giữa Nhật Bản và Hàn Quốc từ năm 2004-2018

Các sản phẩm xuất khẩu chính của Nhật Bản sang Hàn Quốc bao gồm linh kiện bán dẫn và thiết bị sản xuất bán dẫn, thiết bị sản xuất màn hình phẳng, vật liệu hóa chất tinh chế và thiết bị quang học. Trong khi đó, các sản phẩm nhập khẩu chủ yếu là sản phẩm dầu mỏ, tấm thép, linh kiện bán dẫn, phụ tùng ô tô và vật liệu hóa chất tinh chế. Sự tương đồng giữa các sản phẩm nhập khẩu và xuất

khẩu này là do cơ cấu công nghiệp tương tự của Nhật Bản và Hàn Quốc, thúc đẩy "thương mại ngang" (Horizontal Trade)[3] giữa hai quốc gia. Các sản phẩm đặc trưng của các công ty trong những ngành công nghiệp nhất định của cả hai quốc gia, như linh kiện bán dẫn và các thiết bị điện tử khác, cùng với các thiết bị vận chuyển, được trao đổi giữa hai bên, tạo nên mối quan hệ đối tác mạnh mẽ trong các lĩnh vực sản xuất khác nhau.

Cụ thể, các công ty Nhật Bản như Panasonic, Sony, Toyota đầu tư mạnh vào Hàn Quốc ở lĩnh vực linh kiện điện tử và công nghệ sinh học. Trong khi đó, các tập đoàn Hàn Quốc như Samsung và LG chú trọng mở rộng kinh doanh tại Nhật Bản thông quan hình thức liên doanh và nghiên cứu phát triển (Park, 2021). Qua đó, hai quốc gia đều góp phần vào việc cải thiện chuỗi cung ứng khu vực cũng như nâng cao khả năng cạnh tranh toàn cầu.

Trong lĩnh vực năng lượng xanh và chống biến đổi khí hậu, Chính phủ Nhật Bản và Hàn Quốc đẩy mạnh hợp tác về công nghệ pin nhiên liệu, điện gió và chuyển đổi năng lượng sạch (Lee & Tanaka, 2022). Năm 2023, biên bản về hợp tác năng lượng tái tạo chứng tỏ một cam kết chung với sự phát triển bền vững trong khu vực Đông Á giữa hai quốc gia.

Nhìn chung, cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997 đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến nền kinh tế của nhiều quốc gia châu Á, trong đó có Nhật Bản và Hàn Quốc. Trong khi đó, hai quốc gia Trung Quốc và Ấn Độ vẫn giữ được sự trỗi dậy mạnh mẽ nhờ vào những cải cách kinh tế và mở cửa thị trường. Bước qua thế kỷ thứ XXI, Trung Quốc tiếp tục đẩy mạnh sức mạnh mềm thông qua sáng kiến Vành đai và con đường mở rộng ảnh hưởng sang châu Á, châu Phi và châu Âu và vượt qua Nhật Bản trở thành nền kinh tế lớn thứ hai trên thế giới năm 2010. Điều này tạo nên động lực Nhật Bản phải có nỗ lực tiến hành những cải cách để khôi phục lại nền kinh tế. Hàn Quốc trong thời kỳ này cũng vươn lên xây dựng thương hiệu quốc gia về công nghệ cạnh tranh với Nhật Bản qua sự ghi dấu của các tập đoàn lớn như Samsung, Hyundai toàn cầu.

[3] Thương mại ngang là quá trình hai quốc gia trao đổi thông qua quá trình xuất và nhập khẩu các sản phẩm tương tự thuộc cùng một ngành công nghiệp, có chất lượng và mức giá gần giống nhau, chỉ khác biệt ở một số đặc tính (ví dụ: nhãn hiệu, mẫu mã, thiết kế).

Một vấn đề nổi bật của cả hai xã hội Hàn Quốc và Nhật Bản chính là dân số già hóa và tỷ lệ sinh thấp ảnh hưởng đến việc duy trì lực lượng lao động và các chính sách an sinh xã hội. Điều này đòi hỏi một ngành nghề có thể tạo nên việc làm lâu dài cho người dân mà vẫn đảm bảo tính thương mại cao cho quốc gia.

Bên cạnh đó, cho đến nay, các vấn đề lịch sử, tranh chấp về lãnh thổ đặc biệt là những cuộc đối đầu về trách nhiệm và xin lỗi liên quan đến các tội ác trong chiến tranh vẫn tiếp tục là một yếu tố gây căng thẳng và chia rẽ trong quan hệ ngoại giao song phương. Cho đến năm 2020, trước sự đe dọa về an ninh từ Bắc Triều Tiên, Hàn Quốc và Nhật Bản mới có những nỗ lực hàn gắn hướng tới việc duy trì một mối quan hệ ổn định. Thực tế, đây là điều cần thiết vì hai quốc gia vốn là đối tác ở nhiều lĩnh vực, điển hình như công nghệ, điện tử và năng lượng xanh với mục tiêu hướng đến sự phát triển quốc gia bền vững trong tương lai và trở thành những đối tác kinh tế toàn diện

2.2.4. Chính sách văn hóa và hợp tác văn hóa song phương của Hàn Quốc và Nhật Bản 2003 - 2024

Từ năm 1948 đến đầu thập niên 1960, chính sách văn hóa Hàn Quốc thiên về bảo tồn, phục hồi các giá trị truyền thống nhằm khẳng định bản sắc dân tộc sau thời kỳ Nhật Bản đô hộ. Các hoạt động như lễ hội dân gian, nhạc truyền thống (Gugak, Pansori) được phục hưng, song chịu sự kiểm soát chính trị chặt chẽ (Culture360. & n.d., 2012). Song song, Hàn Quốc khởi đầu hoạt động ngoại giao văn hóa như triển lãm "Masterpieces of Korean Art" tại Mỹ nhằm định vị văn hóa riêng biệt với Trung Quốc và Nhật Bản (Charles K. Amstrong, 2003).

Giai đoạn dưới thời Tổng thống Park Chung-hee đánh dấu bước chuyển trong phát triển văn hóa khi ban hành Đạo luật Xúc tiến Văn hóa và Nghệ thuật (1972), thành lập Quỹ Văn hóa Nghệ thuật (1973), tham khảo mô hình của UNESCO, Pháp, Anh, Mỹ (D.-H. Kim, 2015). Chính sách lúc này vẫn nhấn mạnh tầm quan trọng của các di sản, nhưng được hệ thống hóa, hiện đại hóa, góp phần phục hưng văn hóa quốc gia với các hoạt động như phát triển thành phố cổ Gyeongju và tôn vinh các anh hùng kháng Nhật (C.-H. Park, 1979). Tuy nhiên, chính sách vẫn mang nặng tính kiểm soát, thể hiện qua các đạo luật về điện ảnh, ghi âm, biểu diễn nhằm loại bỏ "tính chất Nhật Bản" và thúc đẩy tinh thần dân tộc (J.-Y. Park, 2005).

Bước ngoặt lớn trong phát triển văn hóa bắt đầu từ năm 1994 khi Chính phủ thiết lập Cục công nghiệp văn hóa, ban hành các đạo luật mới nhằm thúc đẩy ngành điện ảnh, âm nhạc, xuất bản (Shim, 2006). Từ giữa thập niên 1990, Chính phủ chủ động điều tiết và hỗ trợ các công ty văn hóa bằng trợ cấp, ưu đãi thuế, khuyến khích đầu tư tư nhân và quốc tế, tạo tiền đề cho sự ra đời của Làn sóng Hàn Quốc (Parc, 2017).

Sau khủng hoảng tài chính 1997, chính quyền Kim Dae-jung nhận ra tiềm năng kinh tế và ngoại giao của văn hóa, coi đây là trụ cột sức mạnh quốc gia (Kim, 1998). Các chiến lược tầm nhìn như "Tầm nhìn công nghiệp văn hóa thế kỷ XXI" được triển khai, tập trung vào số hóa, xuất khẩu sản phẩm văn hóa, phát triển hạ tầng và hỗ trợ sáng tạo (MCT, 2002). Chính sách văn hóa giai đoạn này chú trọng tự do hóa, giảm kiểm soát nhà nước, trao quyền tự chủ cho các doanh nghiệp văn hóa (Kwon & Kim, 2014), đồng thời ứng dụng công nghệ vào các sản phẩm văn hóa đại chúng (J.-K. Kim, 2013; Hye Kyung-lee, 2019).

Với Nhật Bản, sau Thế chiến II, quốc gia này bước vào thời kỳ phục hồi với sự phát triển kinh tế nhanh chóng, kéo theo những thay đổi sâu rộng trong chính sách và định hướng văn hóa. Chính sách văn hóa giai đoạn này tập trung vào "tái giáo dục" xã hội bằng cách cải tổ giáo dục, kiểm duyệt truyền thông và phát triển văn hóa đại chúng như Anime, manga và nhạc pop (Dower, 1999).

Dưới ảnh hưởng văn hóa phương Tây, đặc biệt là Hoa Kỳ, tầng lớp thanh niên Nhật Bản hình thành phong cách hiện đại và cá nhân hóa. Tuy nhiên, các yếu tố truyền thống như nghi lễ và tinh thần cộng đồng vẫn được giữ gìn, thể hiện sự dung hòa giữa hiện đại và truyền thống trong văn hóa hậu chiến (Tsutsui, 2010; Gordon, 2003).

Sau khi giành lại chủ quyền năm 1952, Chính phủ Nhật Bản định hình chính sách văn hóa độc lập, chú trọng phục hồi bản sắc dân tộc và quảng bá hình ảnh đất nước ra thế giới. Nghệ thuật truyền thống như kịch Noh, Kabuki và thư pháp được đầu tư cùng với các hình thức hiện đại như điện ảnh và văn học đương đại (Sakai, 1997). Sự kiện Thế vận hội Tokyo 1964 là cột mốc quan trọng nhằm giới thiệu Nhật Bản như một quốc gia yêu chuộng hòa bình thông qua kết hợp thể thao và lễ hội văn hóa (International Olympic Committee, 1966; Drouble, 2008).

Từ năm 1968, Cục Văn hóa được thành lập để thúc đẩy giao lưu văn hóa quốc tế và cải thiện hình ảnh Nhật Bản. Chính phủ xác định văn hóa là trụ cột ngoại giao bên cạnh kinh tế và hòa bình (Ozawa, 2009). Vào cuối thập niên 1980, Nhật Bản mở rộng hợp tác văn hóa với các nước châu Á, đồng thời ban hành Luật bảo vệ Tài sản văn hóa như một hình mẫu quốc tế (Geoffrey R. Scott, 2003; MOFA, 2024).

Đến thập niên 1990, văn hóa đại chúng Nhật Bản (Anime, manga, âm nhạc) lan rộng toàn cầu, góp phần xây dựng sức mạnh mềm quốc gia. Chiến lược "Cool Japan" được triển khai nhằm xuất khẩu văn hóa đại chúng như một công cụ ngoại giao hiệu quả (Agency for Cultural Affairs, 2018). Quỹ Giao lưu Văn hóa Nhật Bản (The Japan Foundation) cũng đóng vai trò thúc đẩy trao đổi học thuật và giáo dục văn hóa Nhật ra toàn cầu (The Japan Foundation, 2024).

Nối tiếp theo đó, sự phát triển thể chế văn hóa như Đạo luật Xúc tiến Văn hóa năm 2001 cùng các sáng kiến hợp tác công - tư đã tạo tiền đề cho một xã hội sáng tạo, đa dạng và nhân văn. Dù gặp trở ngại như tranh cãi dư luận quốc tế qua động thái viếng thăm đền Yasukuni của các Thủ tướng và sách giáo khoa lịch sử, Nhật Bản vẫn nỗ lực thông qua các hội đồng ngoại giao văn hóa để duy trì hình ảnh quốc gia tích cực (Ozawa, 2009).

Nhìn chung, từ mô hình bảo tồn mang tính chính trị sang mô hình phát triển, Hàn Quốc và Nhật Bản đã chuyển hướng chiến lược văn hóa thành công, kết hợp giữa di sản và sáng tạo hiện đại, tạo dựng vị thế văn hóa toàn cầu qua ngoại giao văn hóa và công nghiệp văn hóa. Đây là tiền đề để cả hai quốc gia bước vào thời kỳ tăng tốc phát triển văn hóa thông qua sự thay đổi liên tục các chiến thuật phát triển về nội dung cũng như hình thức quảng bá toàn cầu.

Trong quan hệ văn hóa song phương, sau khi bình thường hóa quan hệ ngoại giao năm 1965, chính sách hợp tác văn hóa giữa hai quốc gia phát triển chậm và thận trọng vì chịu ảnh hưởng sấu sắc của lịch sử thuộc địa cũng như tâm lý xã hội hai nước. Có thể chia làm hai giai đoạn, giai đoạn từ 1965 đến cuối thập niên 1980, hợp tác văn hóa gần như bị hạn chế tối đa. Chính phủ Hàn Quốc duy trì việc kiểm soát nghiêm ngặt các sản phẩm văn hóa đại chúng Nhật Bản bao gồm phim ảnh, âm nhạc, ấn phẩm xuất bản nhằm bảo vệ bản sắc dân tộc tránh ảnh hưởng từ quá khứ thuộc địa (Yoshimi, 2003).

Sang thập niên 1990, trong bối cảnh toàn cầu hóa và quá trình dân chủ hóa tại Hàn Quốc, hợp tác văn hóa song phương có những khởi sắc. Chính phủ hai nước thúc đẩy các chương trình giao lưu học thuật, trao đổi nghệ thuật truyền thống cũng như bảo tồn di sản văn hóa. Tuyên bố chung của Tổng thống Kim Dae-Jung - Obuchi năm 1998 đánh dấu bước ngoặt quan trọng khi Hàn Quốc mở của thị trường chính thức tiếp nhận văn hóa đại chúng Nhật Bản (Kim & Kim, 2008).

Nhìn chung, trước năm 2003, hợp tác văn hóa Hàn - Nhật vẫn mang tính kiểm soát và chọn lọc chặt chẽ. Những tranh cãi lịch sử, vấn đề sách giáo khoa hay ký ức thời kỳ thuộc địa thường xuyên gây gián đoạn tiến trình hợp tác. Tuy nhiên, các chính sách này đã đặt nền móng, góp phần xây dựng lòng tin cho những giao lưu văn hóa truyền thống và đại chúng sâu rộng hơn giữa hai nước trong thế kỷ thứ XXI.

	Chính sách văn hóa Hàn Quốc	**Chính sách văn hóa Nhật Bản**
2003	***Thời kỳ chính quyền Roh Moo - hyun (2003 - 2008)***	***Thời kỳ chính quyền Koizumi Junichiro (2001 - 2006)***
2004		
2005	- Văn hóa là công cụ chiến lược nhằm nâng cao vị thế quốc gia, cải thiện hình ảnh quốc tế và thúc đẩy kinh tế. - Tái cấu trúc ngành văn hóa thành "công nghiệp nội dung", khai thác di sản truyền thống kết hợp kỹ thuật số nhằm gia tăng tính cạnh tranh toàn cầu (Hye Kyung-lee, 2019; MCT, 2003, 2007) - Thúc đẩy hội tụ giữa văn hóa và công nghệ, phát triển ngành như thể thao điện tử và công nghệ văn hóa, đồng thời đào tạo chuyên gia, đầu tư hạ tầng và luật pháp để xây	- Tầm nhìn thế kỷ XXI của Nhật Bản xác định văn hóa sáng tạo là nền tảng để nâng cao vị thế quốc tế (Japan Foundation, 2003) - Cung cấp những chương trình hỗ trợ tài chính về văn hóa, bao gồm thiết bị miễn phí bảo tồn môi trường và hoạt động giáo dục về di sản văn hóa cho các nước đang phát triển và tổ chức quốc tế. - Triển khai website Bộ ngoại giao đa ngôn ngữ, có cả tiếng Hàn để phổ biến công khai các chính sách đối ngoại (Diplomatic Bluebook, 2003). - Đẩy mạnh việc tổ chức các sự

	dựng vị thế một cường quốc văn hóa hàng đầu (Woo, 2004; Roh, 2003, 2007; MCT, 2005). - Văn hóa thể hiện sức mạnh mềm và niềm tự hào dân tộc (Kim & Jin, 2016; Kim & Lee, 2018), đồng thời chứng minh năng lực thương mại của sản phẩm văn hóa, kể cả khi đã lai ghép hay xuyên quốc gia (Volcic và Andrejevic, 2011). - Các tổ chức như Quỹ Trao đổi Văn hóa Quốc tế Hàn Quốc (KOFICE, 2003) và Trung tâm Văn hóa Châu Á (ACC, 2005) đẩy mạnh hợp tác khu vực, trong đó Nhật Bản được ưu tiên thông qua các nền tảng đa ngôn ngữ (Kim & Jin, 2016; Kang, 2015). Dù mang danh nghĩa "đa dạng văn hóa", chính sách vẫn nghiêng về quảng bá sản phẩm văn hóa Hàn Quốc. - Chủ trương mở rộng thị trường Nhật Bản bởi tiềm năng tiêu thụ lớn và vị trí địa lý gần thông qua chính sách thúc đẩy Làn sóng Hàn Quốc (Hallyu Promotion Policies) tập trung dịch thuật, quảng bá phim truyền hình Hàn tại Nhật Bản, cùng với việc tổ chức các Liên hoan phim và hòa	kiện có liên quan đến văn hóa mang tầm vóc quốc tế. Cục văn hóa đã hỗ trợ các sự kiện, các buổi biểu diễn của các Hiệp hội Văn hóa và Nghệ thuật Nhật Bản ở những quốc gia đối tác. Lễ hội phim ảnh nghệ thuật quốc tế được tổ chức thường xuyên tại Nhật. Đồng thời, Nhật Bản cũng cử các nghệ sĩ đại diện đến tham dự các Lễ hội nghệ thuật quốc tế để phổ biến các giá trị mới ra nước ngoài (ACA Japan, 2018). - Thiết lập chiến lược cơ bản nhằm tạo ra giá trị văn hóa mới và phổ biến nghệ thuật qua du lịch và phát triển địa phương, hướng đến hình ảnh quốc gia đề cao văn hóa (Agency for Cultural Affairs, 2018). - Khai thác giá trị truyền thống để tạo ra sản phẩm hấp dẫn, khác biệt và có khả năng cạnh tranh (Valaskivi, 2013), giới thiệu kịch Noh, Kabuki, Bunraku, Sumo cùng hoạt hình, truyện tranh, thời trang (Diplomatic Bluebook, 2004, 2005) - Văn hóa đại chúng như văn hóa phụ (sub - culture) đang phổ biến nhiều ở châu Âu, Mỹ và châu Á (Diplomatic Bluebook, 2004, 2005) được thể chế hóa mạnh mẽ với sự thành lập nhiều ủy ban hỗ trợ phát

	nhạc K - pop (Korea Culture and Tourism Policy Institute, 2006)	triển công nghiệp nội dung (Iwabuchi, 2015). Các biểu tượng văn hóa đại chúng như Doraemon và Hello Kitty được chọn làm đại sứ văn hóa quốc tế, phản ánh chiến lược dùng văn hóa đại chúng để nâng cao sức mạnh mềm (Asahi.com, 2005; Yomiuri Shimbun, 2005). - Thành lập Bộ Ngoại giao công chúng năm 2004 nhằm kết hợp quan hệ công chúng và trao đổi văn hóa một cách hệ thống, đồng thời mở rộng quảng bá từ nghệ thuật truyền thống đến Anime, manga, thời trang. Cool Japan được ghi nhận là văn hóa đương đại sẽ tạo nên nét quyến rũ mới góp phần hồi sinh nền kinh tế Nhật Bản (Diplomatic Bluebook, 2004, 2005). - Đẩy mạnh xây dựng thương hiệu quốc gia thông qua chiến lược quảng bá văn hóa đa dạng và nghệ thuật chất lượng cao. - Bộ Ngoại giao và Bộ văn hóa nhìn nhận việc tiếp nhận văn hóa là một phần của việc cải thiện quan hệ song phương và tăng cường hiểu biết lẫn nhau, thông qua Hiệp định trao đổi văn hóa Nhật - Hàn (Japan - Korea Cultural Exchange) thúc đẩy các

		hoạt động giao lưu gồm liên hoan phim, trao đổi sinh viên, nghệ sĩ và hội thảo nghệ thuật. Nhật Bản cũng cho phép phát sóng rộng rãi các chương trình truyền hình Hàn Quốc trên kênh truyền hình lớn NHK (MOFA, 2005). - Nhật Bản và Hàn Quốc tổ chức Lễ kỷ niệm 40 năm bình thường hóa quan hệ giữa hai nước (2004) với hàng loạt các sự kiện trao đổi, giao lưu văn hóa hai nước (Diplomatic Bluebook, 2006)
2006 2007		***Thời kỳ các chính quyền ngắn hạn (2006- 2012)*** - Trải qua thời kỳ bất ổn chính trị nhiều đời Thủ tướng thay đổi liên tục vì không giải quyết được thỏa đáng những vấn đề an ninh, thiên tai. Sự trở lại cầm quyền của Shinzo Abe đánh dấu sự ổn định trở lại, tạo nền tảng cho các chiến lược phát triển văn hóa quốc gia (Schoppa, 2013). - Củng cố vị thế "cường quốc văn hóa" trong khu vực, đặc biệt trong quan hệ với Hàn Quốc - một đối tác có ảnh hưởng mạnh về công nghiệp văn hóa tại châu Á (Yeoh, 2005; Kong, 2014).
2008 2009 2010 2011 2012	***Thời kỳ chính quyền Lee Myung - bak (2008-2013)*** - Ngoại giao văn hóa trở thành thuật ngữ chính thức trong tiếng Hàn (2010). - Hàn Quốc tập trung vào phát triển ngành công nghiệp nội dung thông qua đầu tư vào công nghệ thông tin, truyền thông và nội dung số nhằm cải thiện hình ảnh quốc gia (Lee, 2008a; MSCT, 2008c) - Chính phủ thúc đẩy số hóa và đột phá nội dung, từ đó định hình khái niệm "Nội dung thông minh	

	Hàn Quốc" và xây dựng ngành văn hóa thành lĩnh vực ngoại thương, tạo việc làm mới (Content Industry Promotion Committee, 2011). - Chiến lược nổi bật là phát triển "ngành công nghiệp truyện" để kể những câu chuyện mang thông điệp tích cực về con người và xã hội Hàn Quốc hiện đại (MCST, 2011) xây dựng "Killer Content" (nội dung hấp dẫn) xuất khẩu ra nước ngoài (KOCCA, 2010). - Chính sách văn hóa được phối hợp đồng bộ giữa nhiều bộ ngành, trong đó Bộ Ngoại giao, Bộ Khoa học, Bộ Nông nghiệp… đều tham gia vào quảng bá văn hóa Hàn Quốc và sản phẩm Hallyu (KOFICE, 2015) - Tổ chức KOCCA (thành lập 2009) giữ vai trò then chốt, từ nghiên cứu thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp nội địa, đến quảng bá toàn cầu và đào tạo nguồn nhân lực, thúc đẩy xuất khẩu văn hóa, xâm nhập vào thị trường châu Á, trong đó có Nhật Bản (KOCCA, 2012; MCST, 2012; Taeyoung Kim, 2021).	- 2007, Ngoại trưởng Aso nhấn mạnh tầm quan trọng khi kết hợp Văn hóa vào ngoại giao, cụ thể giới thiệu tác phẩm Anime xuất sắc ra nước ngoài với vai trò "Đại sứ văn hóa Anime". - Các thành phố lớn được đầu tư sáng tạo để trở thành trung tâm văn hóa - điển hình là ý tưởng biến Tokyo thành "bảo tàng văn hóa" (Yoshimi, 2016) - Chiến lược "Cool Japan" trở thành trung tâm của chính sách ngoại giao văn hóa, nhấn mạnh mục tiêu nâng cao hình ảnh quốc gia, thúc đẩy sự hợp tác và trao đổi giáo dục - văn hóa quốc tế. Quỹ Cool Japan thành lập năm 2010 khuyến khích các chương trình giao lưu nghệ thuật, đồng sản xuất phim truyền hình và tổ chức lễ hội văn hóa hai quốc gia (Ministry of Economy, Trade and Industry, 2010).

2013 2014 2015 2016	***Thời kỳ chính quyền Park Geun-hye (2013 - 2017)*** - Phát triển văn hóa như một trụ cột trong nền kinh tế sáng tạo, qua việc thành lập Ủy ban Phát triển Văn hóa của Tổng thống (PCCE) nhằm tư vấn và hoạch định chính sách văn hóa phục vụ cho cả mục tiêu chính trị và kinh tế (Jin, 2016) - Tăng cường sự tham gia của công chúng vào văn hóa, đẩy mạnh quảng bá nghệ thuật và văn hóa, và xây dựng nền kinh tế sáng tạo với sự tham gia của các doanh nghiệp nhỏ, tập đoàn lớn như CJ, LOTTE, Samsung, LG... trong lĩnh vực văn hóa như phim ảnh, âm nhạc, thời trang và game - Góp phần mở rộng thị phần tại các quốc gia châu Á, bao gồm cả Nhật Bản (Taeyoung Kim, 2021). - Chú trọng khai thác các giá trị văn hóa truyền thống song song với thương mại hóa các sản phẩm văn hóa, qua đó thúc đẩy xuất khẩu văn hóa. KOCCA với đại diện tại 7 quốc gia đóng vai trò chủ chốt trong việc giới thiệu văn hóa Hàn Quốc ra thế giới, đặc biệt là tại thị trường Nhật Bản (Asia Europe Foundation, 2020).	***Thời kỳ chính quyền Abe Shinzo (2013 - 2020)*** - Bộ Ngoại giao và Quỹ Nhật Bản đẩy mạnh các dự án quảng bá hình ảnh quốc gia, điển hình Chương trình "Thương hiệu Nhật Bản" kết hợp giữa văn hóa truyền thống đến hiện đại, hoạt hình, truyện tranh, thời trang, kiến trúc và thiết kế cùng công nghệ tiên tiến, mở đường cho các giao lưu quốc tế (Diplimatic Bluebook, 2016). - Đẩy mạnh chính sách văn hóa nhằm củng cố vị thế quốc tế và phát triển kinh tế sáng tạo, tiêu biểu là chiến dịch "Cool Japan" với ngân sách 50 tỷ Yên nhằm quảng bá văn hóa truyền thống như Washoku - được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể (Abe, 2013; UNESCO, 2013) - Thúc đẩy với sự tham gia vào lĩnh vực văn hóa của cả khu vực công và tư, tập trung vào hợp tác sáng tạo xuyên quốc gia, bao gồm cả ngành công nghiệp truyện tranh gồm các nghệ sĩ nghiệp dư Dōjinshi (Nissim Kadosh Otmazgin, 2014). - Chương trình hợp tác văn hóa - giáo dục như dự án "WA: Hướng tới châu Á kết nối thông qua sự hòa hợp và hợp tác" với chương trình

2017 2018 2019 2020	***Thời kỳ chính quyền Moon Jae-in (2017- 2022)*** - Triển khai nhiều chính sách phát triển văn hóa theo hướng thị trường hóa, công nghệ hóa, đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế, trong đó có Nhật Bản. Trọng tâm là thúc đẩy công nghiệp văn hóa như một động lực kinh tế, giảm vai trò can thiệp trực tiếp của nhà nước và tăng cường thu hút đầu tư tư nhân (MCST, 2019b; MCST, 2020). - Bộ ngoại giao và Cơ quan thông tin văn hóa Hàn Quốc tổ chức một số sự kiện tiêu biểu khuyến khích sự tìm hiểu về văn hóa Hàn Quốc, điển hình như các cuộc thi, biểu diễn, triễn lãm nghệ thuật cổ điển, truyền thống mang đậm mà sắc văn hóa Hàn Quốc. - Mở rộng việc thi các chính sách giao lưu nhân dân với các chương trình giao lưu thanh niên (Diplomatic White Paper, 2018) - Các chính sách như "Tầm nhìn văn hóa 2020" và "Tầm nhìn bản quyền 2030" nhấn mạnh vai trò sáng tạo, quyền lợi nhà sản xuất và doanh nghiệp văn hóa (MCST, 2019c; MCST, 2020).	NIHONGO đã góp phần mở rộng giao lưu với sinh viên và cộng đồng khu vực, trong đó có Hàn Quốc (Diplomatic Bluebook Japan, 2016), thông qua Quỹ nghệ thuật và các chương trình học bổng để phát triển nguồn nhân lực văn hóa, nuôi dưỡng tài năng trẻ và khuyến khích sáng tạo, bao gồm cả nghệ thuật đại chúng như manga, Anime và game - các lĩnh vực có sức ảnh hưởng lớn tại Hàn Quốc (Agency for Cultural Affairs, 2018). - Tổ chức các hoạt động văn hóa gồm chiếu phim, biểu diễn âm nhạc, trình diễn võ thuật triễn lãm gốm sứ, đồ chơi truyền thống. origami, ikebana cũng như tích cực quảng bá Anime, manga, ẩm thực (Diplomatic Bluebook, 2017) - Sự kiện "DANCE DANCE ASIA", Nhật Bản xây dựng cầu nối văn hóa với sinh viên và người trẻ khu vực, tăng cường sự hiểu biết và thiện cảm với văn hóa Nhật Bản. - Hỗ trợ việc tái tạo, bảo tồn di sản văn hóa kết hợp quảng bá quốc tế thông qua các dự án như Đại sứ văn hóa (Japan Cultural Envoy), hợp tác kỹ thuật phục chế cùng các nước châu Á - trong đó có Hàn Quốc (ACA Japan, 2018).

	- Sự kiện "K-Content Start-up" tổ chức tại Đại học Keio, năm 2019, Tokyo, nhằm tạo cầu nối cho doanh nghiệp khởi nghiệp Hàn Quốc tìm kiếm đối tác Nhật Bản trong ngành công nghiệp nội dung. - Tiếp tục sử dụng văn hóa để củng cố vị thế quốc tế và phát triển hình ảnh quốc gia, thông qua các hoạt động quảng bá có sự góp mặt của các biểu tượng văn hóa như BTS tại các sự kiện ngoại giao (Eom et al., 2019), xây dựng hình ảnh "thân thiện, hợp tác" hơn trong mắt công chúng quốc tế, đặc biệt là ở các quốc gia có mối quan hệ nhạy cảm như Nhật Bản.	- Thư tịch về sứ bộ thời Joseon (Joseon Tongsinga) với nội dung về tư liệu, tranh ảnh về Lịch sử xây dựng hòa bình và giao lưu văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản từ thế kỷ XVII đến XIX được UNESCO công nhận là Di sản tư liệu thế giới năm 2017 (Diplomatic Bluebook, 2018). - Đầu tư mạnh vào hạ tầng truyền thông số như JapanGov và các nền tảng mạng xã hội đa ngôn ngữ, bao gồm cả tiếng Hàn, để quảng bá văn hóa Nhật Bản ra thế giới, góp phần kết nối với cộng đồng quốc tế, bao gồm cả công chúng Hàn Quốc quan tâm đến văn hóa Nhật (Yamamura et al., 2017, p.15).
2021		***Thời kỳ chính quyền Suga Yoshihide và Kishida Fumio (2020-2024)*** - Tận dụng các dịp kỷ niệm ngoại giao để tổ chức nhiều sự kiện văn hóa quy mô lớn, với sự phối hợp giữa cơ quan Chính phủ và khu vực tư nhân. - Liên hoan phim quốc tế Tokyo (2020) với cuộc hội thoại chuyên môn (Asia Lounge) với sự tham gia của đạo diễn phim Hàn Quốc (Diplomatic Bluebook, 2020).
2022	***Thời kỳ chính quyền Yoon Suk - yeol (2022 - 2025)*** - Các đơn vị phối hợp thực hiện bao gồm Bộ ngoại giao, Bộ nông nghiệp, thực phẩm và nông thôn, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Quỹ Hàn Quốc, Chính quyền địa phương với mục tiêu gia tăng sức mạnh mềm để củng cố vị thế quốc gia thông qua nội dung văn hóa K. - Tổ chức các sự kiện văn hóa tổng hợp (như Cầu văn hóa	
2023		
2024		

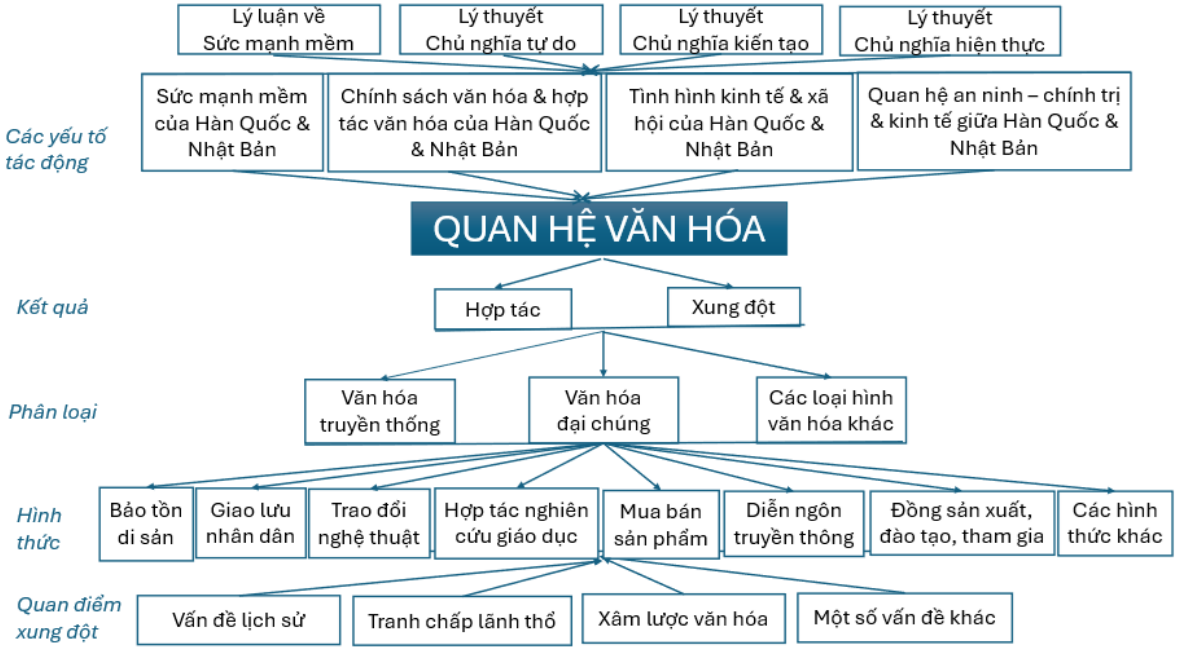
	Hallyu mới - Culture Itzio), Lễ hội Hàn Quốc - Nhật Bản, Lễ hội Hàn Quốc - Trung Quốc - Nhật Bản, Lễ hội K-pop thế giới Changwon, Lễ hội ban nhạc quân đội quốc tế nhằm thúc đẩy sự hiểu biết đúng đắn về Hàn Quốc - Phổ biến nội dung K- pop đa dạng phù hợp thị trường tiếp nhận: tổ chức triễn lãm văn hóa ẩm thực, quảng bá sách K-pop, bảo vệ bản quyền nội dung (MOFA, 2024). - Vận hành Website trực tuyến - Phát triển thương hiệu K-Content và thiết lập hạ tầng kỹ thuật số, như thực tế ảo và nền tảng truyền thông OTT, để tăng cường trao đổi văn hóa toàn cầu (MCST, 2022; The Government of Republic of Korea, 2022). - Phát triển công nghiệp nội dung - nhánh mở rộng của công nghiệp văn hóa - qua việc hỗ trợ khởi nghiệp, thành lập các quỹ đầu tư và đẩy mạnh xuất khẩu văn hóa, góp phần hình thành hệ sinh thái văn hóa toàn cầu, thúc đẩy du lịch, dịch vụ và sản xuất liên quan (UN, 2024; MCST, 2023a, 2023b). - Năm 2024 ghi dấu bước tiến	- Triển khai các chương trình giới thiệu văn hóa truyền thống như trà đạo, cắm hoa, gấp giấy Origami, điện ảnh, âm nhạc, võ thuật, hoạt hình, truyện tranh và ẩm thực Nhật thường xuyên ở nước ngoài, trong đó có Hàn Quốc - một quốc gia có mối giao lưu văn hóa lâu đời với Nhật Bản. - Duy trì và mở rộng các kênh quảng bá văn hóa đa dạng mở rộng hợp tác văn hóa mang tính song phương nhiều hơn với các khu vực như Đông Nam Á, châu Mỹ, Trung Quốc và cả Hàn Quốc, phản ánh một phần của quá trình dịch chuyển quyền lực toàn cầu từ phương Tây sang phương Đông trong thế kỷ XXI (Christopher Layne, 2012, tr.21). - Giải thưởng Manga quốc tế Nhật Bản lần thứ 16 năm 2022, với số lượng tác phẩm dự thi 503 từ 77 quốc gia, lần đầu tiên Giải Vàng thuộc về một tác phẩm đến từ Hàn Quốc.

	trong quan hệ văn hóa Hàn - Nhật khi Văn phòng Kinh doanh KOCCA được mở tại Osaka - trung tâm hợp tác thứ hai tại Nhật Bản, cho thấy nỗ lực khôi phục quan hệ hợp tác song phương và đa phương diện (Korea JoongAng Daily, 2024; Sách trắng ngoại giao, 2022, 2023, 2024).	

Nhìn chung, trong suốt thời gian 2003 - 2024, chính sách văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đều được nghiên cứu, xây dựng bài bản, vừa gìn giữ được tính truyền thống vừa đảm bảo tính chất thị trường, nâng cao sức mạnh kinh tế góp phần củng cố vị thế trên thế giới. Trong suốt giai đoạn 2003 -2024, chính sách văn hóa của hai quốc gia không nhấn mạnh nhiều đến các hoạt động kết nối văn hóa cụ thể giữa hai quốc gia mà tập trung vào các chính sách ngoại giao văn hóa đối ngoại nhìn chung với mục đích lan tỏa và củng cố hình ảnh "quốc gia văn hóa điển hình thế giới". Qua đó, các chương trình giao lưu hợp tác thông qua Internet, các nền tảng mạng xã hội, website đa ngôn ngữ đã tạo nên những bước tiến lớn trong mối quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Với văn hóa truyền thống, việc hợp tác thể hiện qua các chủ trương tổ chức các lễ hội giao lưu, giới thiệu văn hóa nghệ thuật, ẩm thực. Các chương trình trao đổi, thưởng thức phim ảnh, âm nhạc hiện đại, K-pop, phim hoạt hình hay cuộc thi sáng tác manga cũng rất được chú trọng trong lĩnh vực văn hóa đại chúng. Một số hoạt động hợp tác văn hóa đã được triển khai ở mỗi quốc gia. Hàn Quốc cố gắng tìm kiếm đối tác phát triển công nghiệp nội dung tại Nhật Bản. Nhật Bản triển khai chương trình Đại sứ văn hóa hỗ trợ việc bảo tồn di sản cho Hàn Quốc, đồng thời đầu tư vào mạng truyền thông số bao gồm cả tiếng Hàn góp phần kết nối với cộng đồng công chúng Hàn Quốc. Việc cả hàn Quốc và Nhật Bản nhân dịp kỷ niệm ngoại giao đều đồng lòng tổ chức các sự kiện giao lưu văn hóa lớn ở cả hai quốc gia cũng đã minh chứng cho vai trò ngày càng lớn của quan hệ văn hóa trong quan hệ song phương nhìn chung.

2.3. Khung phân tích

Bảng 2.1: Khung phân tích của Luận án



(Nguồn: NCS xây dựng dựa trên khung lý thuyết của luận án)

Dựa trên lăng kính của các lý thuyết Sức mạnh mềm, CNKT, CNTD, CNHT, Hàn Quốc và Nhật Bản với vai trò là các quốc gia đều không có lợi thế về quân sự đã biết tận dụng triệt để nguồn lực văn hóa để xây dựng công nghiệp văn hóa có sức ảnh hưởng lớn toàn cầu. Cả hai quốc gia đều cho thấy rõ nỗ lực tối đa hóa lợi ích quốc gia vừa để gia tăng sự cạnh tranh vừa để tạo nên sự đối trọng khi hợp tác trong lĩnh vực này. Khung phân tích quan hệ văn hóa Hàn Quốc - Nhật Bản được xây dựng dựa trên sơ đồ gồm bốn nhóm: (i) các yếu tố tác động, (ii) phân loại quan hệ văn hóa (truyền thống và đại chúng), (iii) hình thức thể hiện, và (iv) kết quả. Việc gắn kết lý thuyết quan hệ quốc tế giúp luận án có cơ sở khoa học để lý giải tính chất vừa hợp tác vừa cạnh tranh trong quan hệ song phương này.

Thứ nhất, các yếu tố tác động. Sức mạnh mềm theo quan điểm của Joseph Nye được coi là động lực cơ bản. Trong bối cảnh quốc tế ngày nay, cả Hàn Quốc và Nhật Bản đều tận dụng văn hóa như công cụ tạo sức hấp dẫn và nâng cao vị thế quốc gia. Hàn Quốc đã thành công khi đưa làn sóng Hallyu ra toàn cầu, biến K-pop, K-drama và thời trang thành biểu tượng quốc gia hiện đại, năng động và sáng tạo. Ngược lại, Nhật Bản sử dụng Anime, Manga, trò chơi điện tử cùng với những di sản

truyền thống như trà đạo hay kịch Noh để quảng bá hình ảnh một đất nước vừa giữ gìn bản sắc, vừa mang tính sáng tạo toàn cầu. Như vậy, lý thuyết sức mạnh mềm cho phép lý giải vì sao văn hóa được cả hai quốc gia được coi là "vũ khí" chiến lược trong quan hệ đối ngoại. Tính chất của ngành công nghiệp văn hóa của mỗi quốc gia vừa có nét tương đồng, vừa có sự khác biệt tạo nên sự hấp dẫn, thu hút lẫn nhau trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản.

Bên cạnh đó, chính sách văn hóa của mỗi quốc gia là yếu tố mang tính quyết định cho quan hệ văn hóa hai quốc gia. Dưới góc nhìn của chủ nghĩa kiến tạo, chính sách văn hóa không đơn thuần là các văn bản hành chính, mà còn phản ánh bản sắc dân tộc, chuẩn mực xã hội và cách mà quốc gia tự định hình lợi ích của mình. Hàn Quốc đã xây dựng nên hệ thống văn hóa mang tính chất toàn cầu. Với tiêu chí không can thiệp sâu, Chính phủ hỗ trợ vốn, đầu tư cơ sở hạ tầng, truyền thông mạnh mẽ cho các công ty giải trí tư nhân tự do đa dạng hóa nội dung. Mục đích là biến ngành công nghiệp văn hóa của Hàn Quốc thành mũi nhọn kinh tế đất nước. Nhật Bản, trong khi đó, lại chú trọng truyền bá một nền văn hóa dân tộc kiểu mẫu chú trọng gìn giữ văn hóa truyền thống. Đồng thời, với sự điều tiết chính từ Chính phủ kết hợp chặt chẽ với doanh nghiệp, sự hiện diện của các sản phẩm văn hóa đại chúng được mở rộng trên thế giới. Việc kiến tạo bản sắc thông qua chính sách đã khiến quan hệ văn hóa giữa hai nước trở nên năng động, có thể bổ sung cho nhau trong quá trình phát triển chính nền văn hóa mỗi quốc gia.

Một yếu tố tác động khác là tình hình kinh tế - xã hội, gắn liền với cách tiếp cận của chủ nghĩa tự do và tân tự do. Văn hóa hiện nay không chỉ mang giá trị tinh thần mà còn trở thành một ngành công nghiệp, góp phần trực tiếp vào tăng trưởng kinh tế và thương mại quốc tế. Hallyu đã mang về hàng tỷ USD cho Hàn Quốc, trong khi ngành Anime và Manga giúp Nhật Bản trở thành trung tâm công nghiệp giải trí toàn cầu. Lý thuyết tân tự do cũng nhấn mạnh rằng văn hóa đã hòa nhập vào chuỗi cung ứng toàn cầu, không chỉ là sản phẩm đầu ra, mà còn được tích hợp vào hệ sinh thái sản xuất để gia tăng giá trị thương mại của các lĩnh vực khác như thời trang, mỹ phẩm, du lịch. Do đó, quan hệ văn hóa Hàn - Nhật không chỉ gắn với bản sắc quốc gia mà còn gắn liền với lợi ích kinh tế cụ thể, mở ra nhiều cơ hội hợp tác song phương.

Cuối cùng, quan hệ an ninh - chính trị là yếu tố không thể bỏ qua. Dưới góc nhìn chủ nghĩa hiện thực, mọi chính sách văn hóa đều chịu chi phối bởi lợi ích và chủ quyền quốc gia. Các căng thẳng chính trị, tranh chấp lãnh thổ, hay ký ức lịch sử chưa được giải quyết, chẳng hạn như vấn đề "phụ nữ mua vui" hay "lao động cưỡng bức", đều có khả năng làm gián đoạn hợp tác văn hóa. Trên thực tế, khi quan hệ chính trị xấu đi, các phong trào tẩy chay văn hóa giữa hai bên đã có lần bùng phát. Điều này cho thấy hợp tác văn hóa, dù liên tục được thúc đẩy, vẫn dễ bị tổn thương trước những toan tính hiện thực về chủ quyền và lợi ích quốc gia.

Thứ hai, phân loại quan hệ văn hóa. Trong khung phân tích, quan hệ văn hóa Hàn - Nhật được chia thành hai lĩnh vực chính là văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng. Văn hóa truyền thống phản ánh sâu sắc tinh thần dân tộc. Nhật Bản tự hào về trà đạo, nghệ thuật Ikebana, kịch Kabuki, trong khi Hàn Quốc chú trọng gìn giữ dân ca, múa mặt nạ, ẩm thực truyền thống. Những di sản này trở thành biểu tượng của niềm tự hào và bản sắc, nhưng cũng là yếu tố cạnh tranh khi hai nước cùng nỗ lực quảng bá và tìm kiếm sự công nhận quốc tế. Trong khi đó, văn hóa đại chúng lại thể hiện rõ nhất biểu hiện của sức mạnh mềm. K-pop, K-drama, Anime hay Manga vừa là công cụ tạo dựng hình ảnh quốc gia, vừa là sản phẩm kinh tế.

Thứ ba, hình thức thể hiện quan hệ văn hóa. Quá trình học hỏi và cạnh tranh giữa hai bên cũng minh họa cho chủ nghĩa kiến tạo, bởi bản sắc và chiến lược văn hóa được hình thành và điều chỉnh qua sự phát triển theo thời gian. Sự tương tác song phương và đa phương trong cả hai thể loại văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đem lại những sản phẩm mang tính toàn cầu là biểu hiện rõ nét của chủ nghĩa tự do và tân tự do. Các hoạt động hợp tác, cụ thể như giao lưu bảo tồn di sản, trao đổi chuyên gia, đại sứ văn hóa, nghệ thuật, đồng tham gia, sản xuất các dự án âm nhạc, phim ảnh, phản ánh quan điểm của chủ nghĩa tự do và tân tự do. Đó là sự tin tưởng, lợi ích chung và sự phụ thuộc lẫn nhau thúc đẩy sự hợp tác đôi bên.

Thứ tư và thứ năm, kết quả quan hệ văn hóa. Trong quá trình thực hiện các hình thức trên, nếu có xảy ra xung đột quan điểm về vấn đề lịch sử hoặc một số vấn đề liên quan, hai kết quả song song vẫn diễn ra. Một mặt, hợp tác vẫn được duy trì ở một số hình thức giúp thắt chặt quan hệ, củng cố sức mạnh mềm, mở rộng thị

trường cho sự phát triển của nền công nghiệp văn hóa và nâng cao vị thế quốc tế. Kết quả này phù hợp với lý thuyết Sức mạnh mềm và chủ nghĩa tự do cũng như tân tự do. Mặt khác, xung đột và cạnh tranh cho thấy quyền lực, lợi ích và rào cản lịch sử vẫn tồn tại. Phong trào tẩy chay, hay phản đối nội dung tác phẩm văn hóa đều là minh chứng cho chủ nghĩa hiện thực và tinh thần dân tộc, khi lợi ích quốc gia và ký ức lịch sử lấn át tinh thần hợp tác.

Thông qua đây, khung phân tích này chứng minh rằng quan hệ văn hóa Hàn Quốc - Nhật Bản mang tính hai mặt: vừa hợp tác để tận dụng sức mạnh mềm củng cố vị thế và lợi ích kinh tế, vừa xung đột, cạnh tranh do tinh thần dân tộc và các lợi ích quốc gia hiện thực chi phối. Việc kết hợp nhiều lý thuyết quan hệ quốc tế cho phép luận án có cách nhìn toàn diện về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản: sức mạnh mềm giải thích về động lực, chủ nghĩa kiến tạo lý giải quá trình, chủ nghĩa tự do/tân tự do nhấn mạnh cơ hội hợp tác, còn chủ nghĩa hiện thực và tinh thần dân tộc chỉ ra những nguy cơ xung đột, cạnh tranh.

Tiểu kết chương 2

Như vậy, văn hóa theo phạm vi đề tài này chỉ tập trung vào đặc tính về tinh thần và vật chất, trí tuệ và cảm xúc bao gồm nghệ thuật, lối sống, hệ thống giá trị truyền thống, với hai phân loại văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng. Đáng chú ý, văn hóa trong quan hệ văn hóa giữa Nhật Bản và Hàn Quốc vừa có tính chủ quan và vừa được sáng tạo qua những giao lưu, tương tác với nhau dựa trên nền tảng các giá trị truyền thống Nho giáo tích hợp với các giá trị hiện đại. Cả hai quốc gia đã tận dụng hữu hiệu vai trò sức mạnh mềm tạo nên sức hút tự thân cũng như thúc đẩy lợi ích và kiềm chế những điều bất lợi cho quốc gia. Quan hệ văn hóa Nhật – Hàn hàm chứa những chính sách phát triển nền công nghiệp văn hóa, hợp tác song phương và công tác ngoại giao.

Việc kết hợp nhiều lý thuyết quan hệ quốc tế tạo nên một bức tranh toàn cảnh về đề tài. Dưới góc nhìn Sức mạnh mềm, Chủ nghĩa tự do và tân tự do, sự hợp tác trong quan hệ quốc tế luôn được duy trì giúp củng cố quan hệ, phát huy sức mạnh mềm qua sự phát triển nền công nghiệp văn hóa nội tại góp phần nâng cao vị thế quốc gia. Quá trình học hỏi và cạnh tranh nhau cho thấy bản sắc và các chiến

lược thương mại hóa văn hóa luôn có sự vận động, thích ứng để tối ưu hóa hiệu quả trước những biến động toàn cầu biểu hiện góc nhìn từ chủ nghĩa kiến tạo. Mặt khác, sự xung đột và cạnh tranh bị chi phối bởi tinh thần dân tộc, chủ nghĩa hiện thực cho thấy rào cản lịch sử, lợi ích quốc gia luôn tác động đến mối quan hệ này.

Thực tế, từ năm 2003, cấu trúc quyền lực toàn cầu đang có sự dịch chuyển từ Tây sang Đông ngày càng rõ rệt. Toàn cầu hóa mang đến nhiều cơ hội nhưng cũng gia tăng trở ngại cho quan hệ quốc tế hiện đại. An ninh toàn cầu liên tục có những diễn biến phức tạp. Mỹ bước ra từ cuộc chiến Iraq với sự hao hụt ngân sách cho quân sự nhưng vẫn tiếp tục đưa ra các lệnh trừng phạt gây nên những căng thẳng khu vực Trung Đông. Trong khi đó, Trung Quốc gây ảnh hưởng với sự bành trướng và gây hấn quân sự trên Biển Đông. Các vấn đề khác như An ninh phi truyền thống về khí hậu, di cư, an ninh mạng hay đại dịch bệnh Covid 19 liên tục xảy ra. Tất cả khiến toàn thế giới đối mặt với nhiều thử thách về chuỗi cung ứng, hợp tác song phương và đa phương. Bên cạnh đó, qua nhiều vòng đàm phán nhằm giải quyết chương trình hạt nhân sáu bên (Bắc Triều Tiên, Hàn Quốc, Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc và Nga) thất bại khiến mối đe dọa hạt nhân từ Bắc Triều Tiên luôn hiện hữu trong quan hệ quốc tế hiện đại.

Kinh tế toàn cầu cũng trải qua nhiều diễn biến thăng trầm. Cuộc khủng hoảng năm 2008 ảnh hưởng lớn đến quá trình phục hồi lĩnh vực này của Mỹ, cũng như một số quốc gia liên đới. Nhân cơ hội đó, Trung Quốc mở rộng sự ảnh hưởng về kinh tế lẫn chính trị qua châu Á, châu Phi và châu Âu nhờ vào sáng kiến Vành đai và con đường. Bên cạnh đó, cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997 diễn ra khiến các quốc gia châu Á chịu tác động nặng nề, trong đó có cả Nhật Bản và Hàn Quốc. Lúc này, Trung Quốc kịp thời có những chính sách cải cách kinh tế, mở cửa thị trường vượt qua Nhật Bản trở thành nền kinh tế lớn thứ hai thế giới từ 2010. Trải qua quá trình nỗ lực không ngừng, Mỹ đã phục hồi mạnh mẽ định hình chuỗi căng thẳng Mỹ - Trung khi liên tục tranh giành vị thế về kinh tế và quân sự trên thế giới.

Với riêng phương diện văn hóa, kỷ nguyên công nghệ 5.0 đã cho ra đời Internet, băng thông rộng và các nền tảng phát sóng và truyền thông xã hội xóa nhòa ranh giới địa lý, thúc đẩy sự lan tỏa các giá trị văn hóa trên toàn cầu. Điều này tạo điều kiện cho văn hóa được thương mại hóa, hình thành xu hướng tiêu dùng các

sản phẩm lĩnh vực này. Nổi bật là Trung Quốc luôn được công nhận sở hữu những giá trị "lịch sử gốc rễ" bởi là một trong những cái nôi văn minh của thế giới. Mạng lưới Viện Khổng tử trải qua 2 thập kỷ đã nhanh chóng mở rộng ở các Trường Đại học và Cơ sở giáo dục toàn cầu. Là một trong những quốc gia có số lượng di sản văn hóa nhiều nhất thế giới và làm chủ lĩnh vực điện ảnh, truyền hình, xuất bản hiện đại, Trung Quốc khẳng định vị thế biểu tượng bản sắc Á Đông bền vững. Tuy nhiên, dưới dòng chảy toàn cầu hóa, nền văn hóa quốc gia này cùng các nền văn hóa Mỹ, phương Tây khi thâm nhập thị trường các quốc gia khác đã dần được chuyển đổi trạng thái từ được tiếp nhận thụ động sang bản địa và lai ghép hóa. Hệ thống văn hóa thế giới cũng vì vậy mà chuyển từ đơn cực sang đa cực với sự trỗi dậy mạnh mẽ của các nền văn hóa Á Đông tạo nên dòng chảy ngược (contra-flows).

Với sự tự chủ trong chiến lược tái cấu trúc văn hóa, Nhật Bản và Hàn Quốc đã trở thành những "cường quốc văn hóa" khu vực. Sở hữu nền công nghệ mạnh và khả năng sáng tạo trong sản xuất nội dung, hai quốc gia đã làm mới cách bảo tồn, quảng bá văn hóa truyền thống cũng như tích hợp trong chính các sản phẩm văn hóa đại chúng được đẩy mạnh xuất khẩu. Nhật Bản định hình thương hiệu với Anime, manga và trò chơi điện tử và chiến lược Cool Japan (Nhật Bản thân thiện). Trong khi đó, Hàn Quốc lại tạo nên một hiện tượng văn hóa với Hallyu qua phim ảnh và âm nhạc.

Xét về cấp độ hệ thống quốc tế

Trước tình hình đó, để ổn định và tăng trưởng trở lại, Nhật Bản và Hàn Quốc đều xác định phải thay đổi chiến lược. Cả hai quốc gia tham gia nhiều hơn vào những hội nhóm, chương trình nghị sự về chính trị, quân sự, kinh tế quốc tế với mục đích vì chủ quyền, an ninh và lợi ích quốc gia. Bên cạnh đó, cả hai bên Chính phủ đều nắm bắt được xu thế toàn cầu hóa đã mang theo sự phổ biến của Internet và các nền tảng truyền thông toàn cầu đa dạng giúp cho các nền văn hóa hội tụ cùng nhau. Tận dụng điều này, và ý thức không chỉ trông chờ vào các lĩnh vực kinh tế chủ chốt hiện tại đang chịu ảnh hưởng của các biến động khôn lường, những hướng đến phát triển những ngành công nghiệp mũi nhọn mới phù hợp, tiêu biểu là công nghiệp văn hóa đã được thực thi. Được nhìn nhận là những cường quốc văn hóa khu vực, Nhật Bản và Hàn Quốc thuận lợi trong thương thuyết các điều kiện kiểm duyệt, khoảng cách địa lý để đẩy mạnh xuất khẩu văn hóa. Vì vậy, nhu cầu

hình thành và phát triển Quan hệ văn hóa đẩy mạnh sự trao đổi, giao lưu, hợp tác giữa hai quốc gia cũng trở nên thiết yếu giúp tăng trưởng kinh tế, góp phần củng cố vị thế văn hóa và vị thế quốc gia trên thế giới.

Xét về cấp độ Liên quốc gia

Với vai trò cùng là đồng minh của Mỹ và cùng chung sự quan ngại về các quốc gia Trung Quốc, Bắc Triều Tiên, việc Hàn Quốc và Nhật Bản chú trọng củng cố mối quan hệ ba bên Nhật – Mỹ - Hàn là điều tất yếu. Mối quan hệ này giúp hai quốc gia Đông Á cân bằng được quyền lực khu vực. "Chiếc ô an ninh" của Mỹ giúp Hàn Quốc và Nhật Bản nâng cao năng lực quân sự trước các mối đe dọa về an ninh và quốc phòng, tạo nền tảng ổn định cho sự phát triển công nghiệp văn hóa nước nhà.

Đứng trước Trung Quốc – quốc gia đối trọng trong cuộc chiến vị thế với Mỹ, Hàn Quốc và Nhật Bản chủ trương duy trì quan hệ đối tác chiến lược cùng có lợi. Trung Quốc là một trong những cái nôi của văn minh thế giới với nền tảng văn hóa trở thành biểu tượng của phương Đông, cả hai quốc gia cũng chú trọng tạo dựng mối quan hệ liên văn hóa Đông Á. Trong suốt giai đoạn 2003- 2004, việc xây dựng "Đô thị văn hóa Đông Á" với Trung Quốc được duy trì đều đặn tạo nên sự hợp tác liên quốc gia Hàn Quốc - Nhật Bản - Trung Quốc toàn diện lâu dài. Chính phủ Hàn Quốc và Nhật Bản cũng tỏ rõ sự ủng hộ giao lưu tri thức, hiểu biết về con người và văn hóa thông qua việc tham gia đều đặn các Hội nghị quốc tế liên lục địa Á, Âu, Đông Bắc Á và Đông Nam Á.

Xét về cấp độ Quốc gia

Sự phát triển lớn mạnh của Trung Quốc ghi dấu tính lịch sử sâu sắc khi tạo nên sự ảnh hưởng trọng yếu với các quốc gia toàn cầu về chính trị, kinh tế, công nghệ và cả văn hóa. Do đó, hợp tác đa lĩnh vực song phương Nhật- Trung và Hàn - Trung quan trọng hơn bao giờ hết để né tránh những bất lợi từ nền kinh tế thứ hai thế giới. Và để tạo vị thế đối trọng với Trung Quốc ở khu vực Đông Á, Chính phủ và thế hệ trẻ hai quốc gia đã nhiều lần nỗ lực củng cố mối quan hệ song phương Nhật Bản – Hàn Quốc, đặc biệt trong lĩnh vực an ninh, và kinh tế bao gồm ngành điện tử, ô tô, năng lượng. Tuy vậy, những trở ngại trong giải quyết các vấn đề liên

quan trực tiếp và gián tiếp đến lịch sử vẫn luôn cản trở việc theo đuổi tiêu chí "hướng đến tương lai" của cả hai quốc gia.

Mặt khác, là hai quốc gia không có thế mạnh về quân sự, lại ý thức được sự nổi lên của sức mạnh mềm về văn hóa trong quan hệ quốc tế, Nhật Bản và Hàn Quốc đã tận dụng tốt việc khai thác lĩnh vực này. Toàn cầu hóa trong lĩnh vực văn hóa vừa mang tính hội tụ, vừa mang tính phân hóa đã tạo cơ hội cho mỗi đất nước duy trì sự phát triển bền vững của công nghiệp văn hóa nội tại. Tuy nhiên, thành công trong ngành công nghiệp mang tính sáng tạo khiến hai quốc gia cũng nảy sinh những xung đột trong việc tranh chấp các hệ thống giá trị, bảo toàn bản sắc trước làn sóng văn hóa ngoại lai. Điều này khiến nhu cầu tìm hiểu, lĩnh hội văn hóa hai chiều của Chính phủ và người dân Hàn Quốc và Nhật Bản đôi lúc có những khoảng chững lại. Bên cạnh đó, hiện nay cả hai quốc gia phải đối mặt với khía cạnh dân số già và tỷ lệ sinh thấp trong nước. Trong thời đại số hóa, vấn đề này ảnh hưởng đến ngành công nghiệp văn hóa vốn luôn đòi hỏi lực lượng lao động có tính sáng tạo, cập nhật nhu cầu mới liên tục cùng với kỹ năng công nghệ tiên tiến. Đây chính là nền tảng và động lực cho một quan hệ văn hóa Hàn – Nhật được mở rộng, đẩy mạnh kim ngạch thương mại, góp phần gia tăng lợi ích hai quốc gia.

Xét về cấp độ Cá nhân

Nhận thức được những diễn biến phức tạp của thế giới, các lãnh đạo của cả hai quốc gia Nhật Bản và Hàn Quốc đều chủ trương duy trì quan hệ tích cực nhất có thể với các quốc gia, chú trọng Mỹ, Trung Quốc, Bắc Triều Tiên và Đông Nam Á để bảo vệ lợi ích về an ninh, chính trị và kinh tế toàn cầu. Trong đó, Bắc Triều Tiên luôn là mối quan tâm chung của cả Chính phủ Hàn, Nhật trong công tác ngăn ngừa đe dọa hạt nhân và Đông Nam Á là địa điểm xoay trục ảnh hưởng của hai quốc gia trong thế kỷ 21.

Riêng về quan hệ song phương, hai quốc gia luôn trải qua thăng trầm vì những xung đột quan điểm lịch sử. Những lời xin lỗi chính thức về những tổn thất và khổ đau do chế độ thuộc địa gây ra đã được thực hiện bởi bốn Thủ tướng Nhật, Murayama (1995), Koizumi (2002), Naoto (2010) cũng như bày tỏ đồng cảm nỗi đau của ông Kishida (năm 2023) chưa bao giờ làm hài lòng phía Hàn Quốc. Những

nhà lãnh đạo của hai quốc gia liên tục có những động thái đáp trả thể hiện sự bất đồng trong việc giải quyết các vấn đề "phụ nữ mua vui" và "cưỡng bức lao động". Điển hình, các Thủ tướng Nhật đều hiển nhiên cho rằng việc thăm đền Yasukuni là hành động chính đáng thì Tổng thống Lee Myung-bak năm 2012 cũng công khai đến thăm hòn đảo tranh chấp hai bên Takeshima/Dokdo. Trước đó, năm 2011, ông công khai gây áp lực cho Chính phủ Nhật khi thẳng thắn từ chối di dời bức tượng "thiếu nữ hòa bình" – đại diện hình ảnh "phụ nữ mua vui" trước cơ quan ngoại giao của Nhật tại nước sở tại. Đối lập lại, Tổng thống Park Geun-hye năm 2016 lại ủng hộ việc di dời tượng với ý định tăng cường quan hệ trở lại với Nhật Bản phải đối mặt với làn sóng phản đối của người dân nước mình. Như vậy, trong suốt giai đoạn 2003 – 2024, chỉ có Tổng thống Park cùng với Tổng thống Yoon Suk-yeol với cách thức hủy bỏ yêu cầu buộc Chính phủ Kishida đền bù tiếp tục cho nạn nhân "cưỡng bức lao động", là hai nhân vật theo đuổi chính sách "làm hòa" với Chính phủ Nhật Bản. Các nhà lãnh đạo Hàn Quốc khác đều thuận theo "chủ nghĩa dân túy" coi việc giải quyết vấn đề lịch sử là điều kiện để cải thiện quan hệ song phương.

Những điểm sáng nhỏ lẻ cho hy vọng hòa hợp quan hệ là các cuộc gặp gỡ cấp cao không liên tục giữa các Nhà lãnh đạo với định hướng "hướng đến tương lai" cho hai quốc gia. Trong đó, chính sách hợp tác văn hóa được ghi nhận là sợi dây kết nối hai chiều liên tục bất chấp những căng thẳng leo thang. Trong khi Chính quyền Koizumi đẩy mạnh việc đưa tiếng Hàn vào thành ngôn ngữ chính thức của Website Bộ ngoại giao, hạ tầng truyền thông số, phát sóng chương trình truyền hình Hàn trên kênh quốc gia NHK thì Tổng thống Roh Moo-hyun và Park Geun-hye trong thời kỳ đương nhiệm chủ trương mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm văn hóa sáng tạo qua Nhật. Giai đoạn 2023 – 2020, việc cử Đại sứ văn hóa (Japan Culural Envoy) đến Hàn Quốc tư vấn phục chế di sản, chia sẻ kinh nghiệm bảo tồn văn hóa nghệ thuật của Thủ tướng Shinzo chứng tỏ việc Nhật Bản coi trọng vai trò đối tác của quốc gia láng giềng. Đặc biệt, các nhà lãnh đạo đều đồng lòng duy trì Hiệp định trao đổi văn hóa Nhật – Hàn chủ trương thúc đẩy hoạt động giao lưu văn hóa, nghệ thuật hai quốc gia liên tục trong suốt gần hai thập kỷ. Văn hóa vừa là đối tượng, vừa là công cụ chứa đựng khả năng làm "mềm hóa" những xung đột tồn đọng về lịch sử, chính trị vẫn chưa tìm được giải pháp tối ưu cho đến hiện tại.

Chương 3. THỰC TRẠNG QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC VÀ NHẬT BẢN GIAI ĐOẠN 2003 - 2024

Quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản là mối quan hệ phức tạp trong khu vực Đông Á. Mâu thuẫn lịch sử về quá khứ chiếm đóng và đô hộ của Nhật Bản đối với bán đảo Triều Tiên (1910-1945) chưa đạt được sự đồng thuận của hai bên về phương hướng giải quyết khiến quan hệ an ninh - chính trị và kinh tế của hai quốc gia luôn trong trạng thái bất ổn định. Trước diễn biến đó, văn hóa được lựa chọn như một yếu tố kết nối hai quốc gia trong thế kỷ thứ XXI.

Từ ý tưởng ban đầu chỉ sử dụng văn hóa để bảo tồn bản sắc, Chính phủ hai quốc gia liên tục có sự đầu tư về quỹ, cải thiện về phương thức phát triển, quảng bá để xây dựng nên thương hiệu văn hóa quốc gia, tạo thế cạnh tranh nhau cả về độ nhận diện và cả giá trị kinh tế. Sự kết hợp của yếu tố văn hóa truyền thống vào văn hóa đại chúng là yếu tố cốt lõi tạo nên những ngành công nghiệp văn hóa phát triển bền vững đến nay của cả hai quốc gia. Nhật Bản thể hiện rõ định hướng ưu tiên tạo ra những giá trị mới hấp dẫn từ chính văn hóa truyền thống, trong khi Hàn Quốc liên tục sử dụng văn hóa đại chúng làm công cụ để lồng ghép giới thiệu văn hóa truyền thống.

Trong quan hệ văn hóa, sự giao lưu, trao đổi giữa hai quốc gia đã bắt đầu từ cuối những năm 90 luôn được duy trì thông qua hoạt động trao đổi, giao lưu văn hóa truyền thống được tổ chức bởi các cơ quan đại diện văn hóa tại nước đối tác…. Điều này được đánh dấu bởi sự có mặt của các Tổ chức quản lý văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản đặt tại nước đối tác. Trung tâm thông tin cộng đồng và Văn hóa thuộc Đại sứ quán Nhật Bản (The Public Information and Cultural Center of the Embassy) mở tại Hàn Quốc năm 1971 đã tổ chức rất nhiều sự kiện văn hóa, cung cấp dịch vụ thông tin và hỗ trợ những người quan tâm tìm hiểu về Nhật Bản. Tại Nhật Bản, Trung tâm văn hóa Hàn Quốc (The Korean Cultural Center) được thành lập năm 1979 giữ vai trò quan trọng trong việc kết nối người dân hai nước thông qua văn hóa Hàn Quốc.

Trong thế kỷ XXI, hai quốc gia cũng nhận ra vai trò quan trọng thông qua việc thắt chặt quan hệ văn hóa thông qua việc kích hoạt nhiều hoạt động giao lưu

văn hóa, du lịch, giao lưu nhân dân, giao lưu địa phương hay trao đổi học thuật. Nhật Bản tỏ rõ thiện chí trong việc hỗ trợ bảo tồn di sản, chú trọng việc hợp tác tổ chức các lễ hội văn hóa song phương để cùng nhau giới thiệu, giao lưu các giá trị văn hóa truyền thống với Hàn Quốc. Trong khi đó, Hàn Quốc đẩy mạnh xuất khẩu, mở rộng thị trường tiêu thụ Nhật Bản về văn hóa đại chúng, đẩy mạnh hợp tác trong lĩnh vực phim ảnh, âm nhạc giữa hai bên.

Sự kết nối hai quốc gia trong lĩnh vực này đã đem lại những kết quả đáng ghi nhận, góp phần giải quyết được việc làm, sức tiêu thụ các sản phẩm văn hóa bên ngoài. Lợi ích kinh tế của hai quốc gia cũng từ đó tăng trưởng hàng năm dù vẫn luôn chịu ảnh hưởng nhất định từ quan hệ về lịch sử, an ninh và chính trị. Đó là kết quả của những hợp tác văn hóa song phương luôn được chú trọng duy trì trong suốt hơn hai thập kỷ của thế kỷ thứ XXI.

3.1. Tổng quan về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)

3.1.1. Xét từ góc độ ngoại giao văn hóa

Trong giai đoạn 2003 - 2024, quan hệ song phương giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đã trải qua nhiều thăng trầm về an ninh - chính trị, kinh tế và xã hội. Bất chấp bối cảnh đó, một nội dung luôn được đề cập trong các cuộc gặp cấp cao là việc hợp tác văn hóa và giao lưu nhân dân. Những hội nghị thượng đỉnh Nhật - Hàn và các cuộc gặp cấp lãnh đạo tương đương là những dấu hiệu cho những biến động trong quan hệ ngoại giao. Tại những thời điểm đó, ngoại giao văn hóa đã được hai quốc gia sử dụng để xây dựng lòng tin, khắc phục những vấn đề lịch sử tồn đọng hướng đến sự gia tăng hiểu biết lẫn nhau trong mối quan hệ còn nhiều điều phức tạp. Đây cũng là điểm tương đồng của Hàn Quốc và Nhật Bản khi tận dụng việc hợp tác thông qua ngoại giao văn hóa để xây dựng hình ảnh, uy tín quốc gia, vốn là một mục tiêu quan trọng trong chính sách đối ngoại nhìn chung. Thông qua Bảng 2.1, có thể tổng kết được tổng cộng chín cuộc họp cấp cao tại những Hội nghị thượng đỉnh giữa lãnh đạo hai quốc gia đã đề cập đến những hợp tác văn hóa với mức độ ngày càng sâu rộng, chú trọng phát triển thế hệ trẻ trở thành cầu nối gia tăng sự hiểu biết lẫn nhau giữa hai quốc gia.

Bảng 3.1: Thống kê tóm tắt thông tin hoạt động hợp tác văn hóa trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 -2024)

NĂM VÀ ĐỊA ĐIỂM	LÃNH ĐẠO HAI NƯỚC	NỘI DUNG HỢP TÁC VĂN HÓA TRỌNG TÂM
2003, Tokyo	Junichiro Koizumi & Roh Moo-hyun	Kích hoạt giao lưu văn hóa, du lịch
2009, Seoul	Yukio Hatoyama & Lee Myung-bak	Giao lưu thế hệ trẻ, trao đổi học thuật
2010, Tokyo	Naoto Kan & Lee Myung-bak	Giao lưu nhân dân
2015, Seoul	Shinzo Abe & Park Geun-hye	Giao lưu nhân dân
2018, PyeongChang	Shinzo Abe & Moon Jae-in	Giao lưu địa phương
2022, Phnom Penh	Fumio Kishida & Yoon Suk Yeol	Tăng nhanh đi lại, giao lưu nhân dân
2023, Tokyo	Fumio Kishida & Yoon Suk Yeol	Giao lưu thanh niên (JENESYS)
2024, Seoul	Fumio Kishida & Yoon Suk Yeol	Giao lưu nhân dân, mở rộng JENESYS
2024, Vientiane	Ishiba Shigeru & Yoon Suk Yeol	Giao lưu nhân dân, kỷ niệm 60 năm

(Nguồn: NCS tự tổng hợp)

Năm 2003, tuy bối cảnh chính trị còn nhiều căng thẳng do vấn đề lịch sử, cuộc gặp gỡ tại Tokyo giữa thủ tướng Nhật Bản Junichiro Koizumi và Tổng thống Hàn Quốc Roh Moo-hyun vẫn diễn ra. Hai bên thống nhất việc kích hoạt các hoạt động giao lưu văn hóa đa thể loại, cũng như nhấn mạnh việc tăng cường hợp tác trong các lĩnh vực du lịch và trao đổi nhân dân thông qua văn hóa. Các nội dung này được thể hiện rõ trong Tuyên bố chung của Hội nghị như một sự thừa nhận vai trò văn hóa là một phương tiện giảm thiểu những hiểu lầm và thúc đẩy mối quan hệ tương lai giữa hai quốc gia (MOFA of Japan, 2003).

Trong cuộc gặp kế tiếp tháng 10/2009 tại Seoul giữa Thủ tướng Nhật Bản Yukio Hatoyama và Tổng thống Hàn Quốc Lee Myung-bak, hợp tác văn hóa giữa hai quốc gia được đề cập dưới góc độ giao lưu thế hệ trẻ và trao đổi giáo dục. Cụ thể, hai

quốc gia đồng ý việc gia tăng các chương trình trao đổi sinh viên và các hoạt động dành cho thanh niên về văn hóa với mục tiêu duy trì sự hiểu biết và xây dựng tình hữu nghị lâu dài giữa các thế hệ kế tiếp của hai quốc gia (Prime Minister's Office of Japan, 2009).

Vào tháng 2/2010, Thủ tướng Naoto Kan và Tổng thống Lee Myung-bak trong hội nghị tại Tokyo tiếp tục nhấn mạnh việc mở rộng giao lưu văn hóa và nhân dân. Hai nhà lãnh đạo cũng lên kế hoạch tăng cường hoạt động của Hội đồng giao lưu văn hóa Nhật - Hàn tạo một kênh thực hiện thường xuyên các hoạt động văn hóa, nghệ thuật và học thuật (WorldJPN, 2010). Đây là một bước tiến rõ nét từ ngoại giao văn hóa "mang tính biểu tượng" sang việc thể chế hóa thành những hoạt động giao lưu thực tiễn.

Trải qua thời kỳ khó khăn do xung đột chính trị và tranh cãi vấn đề lịch sử trong suốt thập niên 2010, Hội nghị thượng đỉnh ngày 02/11/2015 tại Seoul giữa Thủ tướng Shinzo Abe và Tổng thống Park Geun-hye tiếp tục chú trọng đẩy mạnh việc hợp tác văn hóa. Thông qua buổi tọa đàm, hai bên cam kết mở rộng việc trao đổi văn hóa cũng như giao lưu nhân dân. Hai quốc gia khẳng định đây chính là trụ cột cùng hướng đến tương lai bất chấp những tranh chấp lịch sử vẫn chưa dược giải quyết hoàn toàn (MOFA of Japan, 2015).

Quan hệ văn hóa song phương tiếp tục được củng cố trong Hội nghị của Thế vấn hội Mùa đông PyeongChang vào tháng 02/2018. Tổng thống Moon Jae-in và Thủ tướng Shinzo Abe đề cập đến giao lưu địa phương giữa các thành phố cảng Shimonoseki (Nhật) và Busan (Hàn) như một phần không thể thiếu trong quan hệ đối tác hai bên. Đây là một ví dụ điển hình cho thấy hợp tác văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản hiện nay không chỉ dừng lại ở việc trao đổi cấp trung ương mà còn lan tỏa đến cấp địa phương, đóng góp vào việc xây dựng mạng lưới kết nối xã hội - cộng đồng.

Việc cung cấp thị thực và khôi phục hoàn toàn việc đi lại sau đại dịch COVID -19 trong Hội nghị tháng 13/11/2022 bên lề Hội nghị ASEAN tại Phnom Penh giữa Thủ tướng Fumio Kishida và Tổng thống Yoon Suk Yeol ghi nhận sự gia tăng trở lại số lượng người dân hai nước qua lại. Điều này tiếp tục mở ra hy vọng về

việc mở rộng giao lưu nhân dân thành nền tảng vững chắc nhằm thúc đẩy hợp tác văn hóa trong giai đoạn hậu đại dịch (MOFA of Japan, 2022).

Bước sang năm 2023, trong cuộc gặp gỡ ở Tokyo ngày 16/03, hai nhà lãnh đạo tiếp tục thống nhất thúc đẩy mục tiêu "hợp tác cùng có lợi", ưu tiên chương trình giao lưu thanh niên. Trong đó, JENESYS là một điển hình với rất nhiều hoạt động thiết thực nhằm tăng cường tiếp xúc giữa thanh niên hai nước thông qua các hoạt động văn hóa xã hội (MOFA of Japan, 2023). Chương trình này là một bước tiến quan trọng trong quan hệ văn háo hai nước khi nội dung văn hóa gắn liền với chính sách đối ngoại trẻ trung, năng động hơn, hướng đến thế hệ tương lai.

Trong cuộc gặp gỡ ngày 26/05/2024 tại Seoul, nội dung trao đổi tiếp tục nhấn mạnh vào việc tăng cường giao lưu nhân dân, đặt trọng tâm việc mở rộng chương trình giao lưu thanh niên Nhật - Hàn (JENESYS) mở rộng quy mô trong những năm kế tiếp (MOFA of Japan, 2024a). Bên lề hội nghị ASEAN ở Vientiane ngày 10/10/2024, hai quốc gia lại lần nữa thảo luận về cách thúc đẩy ngoại giao nhân dân, đặc biệt hướng đến cột mốc quan trọng Kỷ niệm 60 năm bình thường hóa quan hệ (1965 - 2025). Hợp tác văn hóa được nhìn nhận là yếu tố không thể thiếu trong việc kỷ niệm và củng cố mối quan hệ song phương lâu dài (MOFA of Japan, 2024b).

Nhìn chung, trải qua hơn hai thập kỷ từ 2003 - 2024, ngoại giao văn hóa đã đóng vai trò kết nối cho quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, thể hiện qua những điều khoản hợp tác văn hóa trong các cuộc gặp thượng đỉnh Nhật - Hàn với những biến chuyển. Nhưng thảo luận mang tính tổng quát, biểu tượng đã được thể chế hóa thành những chương trình cụ thể hơn như việc trao đổi sinh viên, giao lưu nhân dân, thanh niên và quan hệ địa phương. Điều này phản ánh bước tiến lớn trong mối quan hệ song phương ở lĩnh vực này thông qua việc sử dụng văn hóa như một công cụ mềm để đối thoại nhằm xây dựng lòng tin, uy tín và sự hiểu biết lẫn nhau. Qua đó, sự hợp tác trong văn hóa đã không chỉ còn trên giấy tờ mà được thực thi đúng theo những cam kết tạo nên những thành tựu đáng kể cho cả hai quốc gia.

3.1.2. Xét từ góc độ thành tựu văn hóa

3.1.2.1. Về văn hóa truyền thống

Trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, văn hóa truyền thống bao gồm bảo tồn di sản, giao lưu nhân dân và trao đổi học thuật giữ vai trò trụ cột,

nền tảng cho sự phát triển bền vững. Giai đoạn từ năm 2003 - 2024 đánh dấu sự chuyển biến từ việc tiếp cận thận trọng, mang tính hòa giải lịch sử sang mô hình hợp tác đa tầng, có tính thể chế và hướng đến tương lai thông qua nhiều hoạt động trong lĩnh vực.

Từ năm 2003 - 2015, sau nhiều thập niên chịu ảnh hưởng nặng nề của ký ức lịch sử, hai quốc gia đã nỗ lực củng cố lòng tin và khôi phục giao lưu văn hóa truyền thống. Hợp tác văn hóa truyền thống của hai nước tập trung vào việc nghiên cứu lịch sử chung, trao đổi học thuật, tổ chức các lễ hội giao lưu văn hóa và bảo tồn di sản, chú trọng những di sản liên quan đến giao lưu cổ đại và trung đại giữa bán đảo Triều Tiên và quần đảo Nhật Bản (Shin & Sneider, 2011). Với hoạt động trao đổi học thuật, số lượng sinh viên Hàn Quốc học tập tại Nhật Bản gia tăng đều đặn giai đoạn này. Theo thông kê của tổ chức JASSO, cho đến đầu năm 2010, Hàn Quốc thường xuyên có mặt trong Top 3 các quốc gia có số lượng du học sinh lớn nhất tại Nhật Bản (JASSO, 2014).

Lĩnh vực giao lưu nhân dân cũng ghi nhận sự gia tăng đáng kể về lượng khách qua lại giữa hai nước. Theo một Báo cáo của Bộ ngoại giao Nhật Bản, cho đến năm 2015, số lượt người dân hai nước thăm viếng lẫn nhau thường xuyên đạt trên 5 triệu lượt/năm khi tham dự các chương trình du lịch văn hóa, lễ hội giao lưu truyền thống và giao lưu địa phương (MOFA of Japan, 2015). Các hoạt động giao lưu văn hóa truyền thống lúc này mang tính biểu tượng hơn là những hợp tác dài hạn.

Bước sang giai đoạn 2015 - 2024, quan hệ văn hóa truyền thống và giao lưu nhân dân giữa hai nước bước vào cột mốc phát triển mới, với sự biểu hiện rõ nét của tính thể chế và đa tầng. Với bảo tồn di sản văn hóa, hai quốc gia đã vượt qua giới hạn quan hệ song phương để có mặt trong các diễn đàn đa phương, đặc biệt trong khuôn khổ UNESCO. Nhiều hình thức được tổ chức thường xuyên nâng cấp sự kết nối về văn hóa truyền thống.

Với giao lưu nhân dân, theo thống kê của Bộ ngoại giao Nhật Bản, số lượt qua lại của người dân hai nước đã đạt 10 triệu lượt năm 2018, sau thời gian ảnh hưởng bởi đại dịch COVID - 19 đã phục hồi nhanh chóng trở lại năm 2022, 2023 (MOFA of Japan, 2023). Các chương trình giao lưu thanh niên và thế hệ trẻ được

mở rộng mạnh mẽ giúp hai quốc gia chuyển trọng tâm giao lưu văn hóa từ thế hệ từng trải ký ức lịch sử sang thế hệ có định hướng tương lai (MOFA of Japan, 2024).

Lĩnh vực trao đổi học thuật cũng ghi nhận sự gia tăng về chất lượng hơn số lượng, với định hướng dài hạn thay cho ngắn hạn, chú trọng vào việc nghiên cứu các vấn đề về Đông Á học phản ánh sự trưởng thành trong quan hệ về học thuật, vượt ra ngoài vai trò bổ trợ để trở thành một kênh hợp tác tri thức độc lập.

Nhìn chung, ba chuyển biến chính quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản về văn hóa truyền thống được nhìn nhận như sau: *Thứ nhất*, nếu giai đoạn 2003 - 2015 hai nước chỉ tập trung chủ yếu việc hàn gắn và xây dựng lòng tin thông qua giao lưu văn hóa truyền thống và đối thoại học thuật thì giai đoạn 2015 - 2024 thể hiện rõ tính bền vững và hướng về tương lai, với đối tượng tham gia trọng tâm là thể hệ trẻ và sự xuất hiện của các thể chế hoạt động cụ thể. *Thứ hai*, quy mô giao lưu đã có sự gia tăng đáng kể cả về bề rộng (số lượt qua lại, quy mô các hoạt động) lẫn bề sâu (đi sâu chuyên môn). *Thứ ba*, vai trò của văn hóa truyền thống đã đi từ tính biểu tượng trở thành nguồn lực ngoại giao mềm, gắn liền với những chuẩn mực quốc tế và diễn đàn đa phương như UNESCO.

3.1.2.2. Về văn hóa đại chúng

Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản là một yếu tố quan trọng trong quan hệ kinh tế song phương giữa hai quốc gia. Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường hiện đại, văn hóa hiện nay không chỉ đơn thuần là di sản và giải trí mà còn là một nguồn lực kinh tế, được biểu hiện qua công nghiệp văn hóa, du lịch và việc làm. Ngành công nghiệp văn hóa của cả Hàn Quốc và Nhật Bản là biểu tượng điển hình của thế kỷ XXI với những nguồn doanh thu từ xuất khẩu sản phẩm văn hóa đại chúng, thúc đẩy sự phát triển đa dạng của du lịch cũng như tạo nên thị trường lao động ngành nghề mới.

Văn hóa đại chúng đóng vai trò then chốt trong việc xây dựng thương hiệu quốc gia và tăng trưởng kinh tế thông qua xuất khẩu nội dung văn hóa, du lịch, mỹ phẩm, ẩm thực cũng như tác động trực tiếp đến GDP hai quốc gia. Giai đoạn năm 2003 - 2015 đánh dấu sự bùng nổ của Hallyu thị trường Nhật Bản, tạo nền tảng cho việc hình thành một hệ sinh thái công nghiệp giải trí nổi bật tại Đông Á. Năm 2005, giá trị xuất khẩu K-pop đã tăng mạnh từ 22 triệu USD (2005) lên 381 triệu USD

(2015), với Nhật Bản là thị trường tiêu thụ quan trọng hàng đầu các sản phẩm văn hóa đại chúng của Hàn Quốc (Chang, 2017). Với con số khả quan về kim ngạch xuất khẩu của thể loại K-pop, Hally đã gieo mầm tại thị trường Nhật Bản tạo đà cho việc mở rộng xuất khẩu, phát triển toàn diện.

Trong khi đó, bối cảnh truyền bá các tác phẩm văn hóa đại chúng Nhật Bản qua Hàn Quốc không được thuận lợi từ đầu. Những năm 1900s của thế kỷ XX là thời gian truyện tranh và phim hoạt hình Nhật Bản đang ở đỉnh cao ở châu Á nhưng chỉ được lưu hành qua chợ đen vì lệnh giới hạn văn hóa Nhật Bản từ Hàn Quốc. Cho đến khi Hàn Quốc mở cửa thì các sản phẩm này lại phải cạnh tranh với phim ảnh, âm nhạc của Hallyu ngay tại thị trường nội địa. Tuy vậy, các tác phẩm truyện tranh và phim hoạt hình Nhật Bản vẫn có một lượng người hâm mộ nhất định. Một vài số liệu ấn tượng phải kể đến là số lượng đĩa nhạc J-Pop cao nhất có thể lên đến 30.000 đĩa, hay lượt người xem phim Anime điện ảnh của họa sĩ nổi tiếng Miyazaki Hayao dao động từ 1,5 triệu đến hơn 3 triệu lượt người xem (Jeong Kwang-ryeol và cộng sự, 2009). Hay năm 2006, có đến 4095 bộ truyện tranh được xuất bản ở Hàn Quốc, trong đó có đến 70% dịch lại từ truyện tranh Nhật Bản. Anime cũng thể hiện là lĩnh vực cốt lõi trong văn hóa đại chúng với sự phát triển mang tính toàn cầu trị giá hàng chục tỷ USD vào những năm 2010 (Phạm Văn Thủy & Hồ Ngọc Kiên, 2024).

Trong giai đoạn 2015 - 2024, trong kỷ nguyên số hóa với sự phổ biến của các nền tảng phát sóng trực tuyến, việc hợp tác đa thể loại, đa hình thức giữa hai ngành công nghiệp văn hóa Hàn Quốc và Nhật Bản ngày càng thể hiện rõ. Quan hệ văn hóa đại chúng giữa hai quốc gia cũng trở nên cân bằng tương đối hơn với vị thế vừa hợp tác vừa cạnh tranh. Năm 2015, tổng giá trị xuất khẩu nội dung văn hóa Hàn Quốc đạt 5,66 tỷ USD (Yonhap News Agency, 2019), trong đó Nhật Bản chiếm thị phần với 70,98 triệu USD nhập khẩu các chương trình và phim truyền hình (Japan Media Communication Center, 2016-2017). Năm 2021, sự tăng trưởng được thể hiện rõ khi tổng giá trị xuất khẩu nội dung Hàn Quốc đạt 12,4 tỷ USD (Korea. Net, 2023) thì xuất khẩu nội dung Video của Hàn Quốc sang Nhật Bản đa nền tảng cũng tăng lên 1,81 tỷ USD (Pyo Kyung-min, 2023). Như vậy, việc tiêu thụ sản phẩm văn hóa đại chúng Hallyu ngày càng lớn tại Nhật Bản đã tạo nên những giá trị kinh tế đáng kể cho Hàn Quốc.

Gần đây nhất, năm 2023, Suzume trở thành phim hoạt hình Nhật ăn khách nhất mọi thời đại với doanh thu đạt tại thị trường Hàn Quốc gần 37 triệu USD. Từ đó trở đi, nhiều cuộc triển lãm các loại hình truyện tranh và phim hoạt hình Nhật Bản được nâng cấp tổ chức quy mô lớn tại những khu vực trung tâm sầm uất, cạnh trường học. Như vậy, tuy số liệu cụ thể về doanh thu đem lại cho Nhật Bản từ việc xuất khẩu các sản phẩm văn hóa đại chúng qua Hàn Quốc chưa thể hiện rõ nhưng những thành quả biểu hiện có xu hướng gia tăng tích cực. Điều này góp phần không nhỏ cho chiến lược "New Cool Japan Strategy 2024" xác định truyện tranh, phim hoạt hình và trò chơi điện tử sẽ là ngành mũi nhọn trong mục tiêu nâng cao doanh thu cho công nghiệp văn hóa toàn cầu, trong đó có Hàn Quốc, lên 20 nghìn tỷ yên vào năm 2033 của Nhật Bản (Cabinet Secretariat, Government of Japan, 2024).

Nhìn chung, theo góc độ thành tựu, quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản có những chuyển biến giữa hai giai đoạn. *Thứ nhất*, nếu giai đoạn 2003 - 2015 là giai đoạn định hình thị trường với trọng tâm là độ phủ sóng của văn hóa đại chúng được thương mại hóa theo sản phẩm (điển hình K-drama và K-pop) thì qua 2015 - 2024 là giai đoạn mở rộng hệ sính thái văn hóa với các thành tựu được thể hiện qua quy mô doanh thu toàn ngành cùng kim ngạch xuất khẩu tổng hợp. *Thứ hai*, trong giai đoạn 1, Nhật Bản đóng vai trò là bệ phóng quan trọng cho xuất khẩu văn hóa Hàn Quốc sang giai đoạn 2 với sự chuyển dịch sang mô hình đa nền tảng, đa thị trường, Nhật Bản vẫn giữ vai trò là thị trường then chốt và cũng gia tăng tính cạnh tranh qua việc tăng tốc xuất khẩu nội dung sang Hàn Quốc. Điều này khiến quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản không chỉ còn "tính giao lưu" mà chuyển hóa thành "tính tương tác" - vừa hợp tác (trao đổi nhân lực, đồng sản xuất, giao lưu nhân dân) vừa cạnh tranh trong hệ sinh thái phân phối và phát sóng trực tuyến giữa hai cường quốc về nội dung văn hóa.

3.2. Hợp tác trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)

3.2.1. Về văn hóa truyền thống

3.2.1.1. Giai đoạn 2003 - 2015

*Với việc hợp tác liên quốc gia, v*ăn hóa được nhìn nhận như một yếu tố phi vật chất góp phần tạo nên môi trường hòa bình trong thời đại toàn cầu hóa. Vì vậy, hai quốc gia bắt đầu từ nỗ lực củng cố vị thế trong quan hệ đa phương khi đều lựa

chọn hợp tác cùng với Trung Quốc. Trải qua 6 cuộc họp cấp lãnh đạo ba bên giữa Hàn Quốc, Trung Quốc và Nhật Bản, bên lề các cơ chế khu vực, với tên gọi Hội nghị thượng đỉnh Tam giác Đông Bắc Á không chỉ đối thoại về kinh tế và chính trị mà còn chú trọng trao đổi văn hóa và giao lưu nhân dân. Lãnh đạo ba nước thừa nhận văn hóa là một lĩnh vực có khả năng tạo dựng lòng tin cũng như thúc đẩy hợp tác khu vực, đặc biệt trong bối cảnh các quốc gia còn tồn tại nhiều khác biệt về quan điểm lịch sử và chiến lược (Trilateral Cooperation Secretariat -TCS, 2019).

Trong giai đoạn 2003 - 2015, các hội nghị ba bên chủ yếu thiết lập các cơ chế nền tảng bao gồm những hình thức giao lưu thanh niên, hợp tác giáo dục cũng như trao đổi văn hóa truyền thống. Một số sáng kiến như "Năm giao lưu văn hóa Đông Bắc Á", "Diễn đàn học thuật ba bên" cùng các chương trình giao lưu sinh viên thường xuyên được đề cập trong các tuyên bố chung của các buổi Hội nghị. Bên cạnh đó, Tuyên bố chung về tăng cường hợp tác toàn diện của Hàn Quốc - Nhật Bản - Trung Quốc, ý tưởng về một "Đô thị văn hóa Á Đông" đã được đề xuất thực thi dài hạn nhằm mục đích bảo vệ các di sản văn hóa và phát triển ngành công nghiệp văn hóa của 3 quốc gia (Ministry of Foreign Affair of Japan, 2012). Năm 2012, sáng kiến về việc lựa chọn và ấn định ba thành phố tiêu biểu của Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản là "Thành phố văn hóa Á Đông (Culture city of East Asia)" đã được nhất trí nằm tăng cường giao lưu văn hóa thông qua việc giới thiệu các nét văn hóa đặc trưng riêng biệt của mỗi nơi với nhau (The Kore Herald, 2016 &(ACA Japan, 2018). Tuy quy mô còn hạn chế, các hoạt động này đã góp phần tạo nên một "không gian đối thoại mềm", duy trì sự hợp tac trong những trường hợp quan hệ song phương của một số cặp quốc gia gặp khó khăn (MOFA of Japan, 2012).

Bên cạnh đó, Nhật Bản và Hàn Quốc luôn có mặt trong các Hội nghị quốc tế thúc đẩy sự hiểu biết, giao lưu tri thức, con người và văn hóa như Hội nghị Bộ trưởng văn hóa ASEAN+3 giữa các quốc gia Đông Nam Á và ba quốc gia Đông Bắc Á Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc; ASEM giữa hai châu lục Á Âu từ năm 2003 và Hội nghị Bộ trưởng văn hóa liên quốc gia Nhật Bản-Trung Quốc-Hàn Quốc được tổ chức đều đặn từ năm 2007.

Với hợp tác song phuong văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, hình thức giao lưu nhân dân đực thể hiện rõ nét các Lễ hội văn hóa Hàn - Nhật (Japan - Korea Festival

hay Korea - Japan Festival) bắt đầu từ năm 2005, cột mốc quan trọng kỷ niệm 40 năm bình thường hóa quan hệ với tên gọi "Năm của tình bạn Hàn Quốc - Nhật Bản" (Japan Foundation, 2024). Đây là sự kiện điển hình của ngoại giao văn hóa và giao lưu nhân dân được tổ chức ở cả Nhật Bản và Hàn Quốc với mục đích gia tăng sự tôn trọng và thấu hiểu nhau thông qua trao đổi văn hóa đã thu hút hàng ngàn khách tham dự mỗi năm (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2005). Các hoạt động tập trung vào việc giới thiệu các loại hình truyền thống, điển hình như múa quạt Hàn Quốc, kịch Noh, điệu nhảy Awa Odori của Nhật Bản cà cả những sản phẩm văn hóa đại chúng như K - Pop, J - Pop, Anime và thời trang Harajuku. Sự kết hợp giữa hai yếu tố truyền thống và hiện đại tạo nên sức hấp dẫn với giới trẻ hai quốc gia. Cũng trong dịp này, các gian hàng ẩm thực với những món đặc trưng Hàn Quốc và Nhật Bản như kimchi, bò bulgogi hay sushi, mì ramen cũng góp phần tạo nên những trải nghiệm văn hóa phong phú. Theo Báo cáo năm 2022 của Bộ văn hóa, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc, số lượng người tham gia lễ hội đã tăng lên gấp ba lần so với giai đoạn đầu chứng tỏ sự quan tâm ngày càng lớn của người dân hai nước (Ministry of Foreign Affairs of Japn, 2022).

Một Lễ hội khác khá tương tự là Lễ hội trao đổi văn hóa Nhật Bản - Hàn Quốc (Japan - Korea Exchange Festival) cũng bắt nguồn từ năm 2005 nhưng nhấn mạnh về tính trao đổi, kết nối cộng đồng người Hàn ở Nhật và người Nhật bản xứ. Từ năm 2009, hai nước đã có sự phối hợp để tổ chức ở cả Tokyo và Seoul gần như cùng thời điểm với rất nhiều hoạt động trải nghiệm, hội thảo văn hóa bên cạnh những tiết mục biểu diễn (Japan Insides, 2023). Cả hai lễ hội này đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố quan hệ song phương, đặc biệt trong những giai đoạn bất ổn về chính trị và kinh tế, thông qua hiệu quả tương tác tích cực giữa người dân hai quốc gia.

Việc hợp tác thông qua *bảo tồn di sản* là một nội dung không thể thiếu trong hợp tác văn hóa giữa hai quốc gia. Nhật Bản thể hiện uy tín trong công tác bảo tồn di sản văn hóa trong cả mối quan hệ đa phương và song phương cùng việc giao lưu, hợp tác các giá trị văn hóa truyền thống, nghệ thuật. Điều này thể hiện được rõ ràng việc thực thi theo định hướng của Thủ tướng Shinzo Abe về một "Nhật Bản vĩ đại về các giá trị văn hóa truyền thống để lan tỏa sự tôn trọng của cộng đồng thế giới

dành cho Nhật Bản" (Abe, 2013). Song song với đó, Nhật Bản đưa văn hóa truyền thống vào văn hóa đại chúng như một phương tiện để truyền bá các giá trị đó.

Hệ thống pháp lý của Nhật Bản cùng chính sách bảo tồn di sản có tính hệ thống và lâu đời. Từ khi Luật Bảo vệ tài sản văn hóa được thiết lập năm 1950, chương trình Báu vật sống (Living National Treasures) công nhận và hỗ trợ cho những nghệ nhân, nghệ sĩ bậc thầy chuyên gìn giữ truyền thống bao gồm kịch Noh, Kabuki, Gagaku, trà đạo trong xã hội hiện đại (Ogawa, M., 2009). Công tác bảo tồn các loại hình nghệ thuật trên được kết hợp với du lịch, giúp di sản được quảng bá mạnh mẽ đến cộng đồng, đem lại giá trị kinh tế cho lĩnh vực văn hóa.

Hàn Quốc sau đó cũng cho ra đời Luật bảo vệ Di sản văn hóa phi vật thể (1962) công nhận các nghệ nhân truyền thống là người giữ gìn di sản văn hóa phi vật thể (Human Cultural Assets) (Seth, M., 2021). Tuy nhiên, Hàn Quốc lại lựa chọn phương thức giới thiệu các di sản văn hóa thông qua các loại hình văn hóa đại chúng. Cụ thể, loại hình âm nhạc quốc gia Gugak được kết hợp cùng với nhạc trẻ đương đại trong một số buổi biểu diễn; ẩm thực và y học dân tộc Hàn Quốc được phổ biến toàn cầu qua bộ phim lịch sử Dae Jang Geum, vốn dựa trên câu chuyện có thật về nữ ngự y đầu tiên của Triều đại Joseon (Choi, J. , 2010). Chính phủ Hàn Quốc định hướng phát triển mạnh văn hóa đại chúng trước sau đó mới mạnh mẽ khai thác các giá trị văn hóa truyền thống vào, tạo nên những sản phẩm kết hợp đa dạng giữa hai phương diện, gây ảnh hưởng lớn đến nhận thức về văn hóa Hàn đến cộng đồng toàn cầu.

Không chỉ dừng lại ở công tác bảo tồn trong nước, Nhật Bản là quốc gia hưởng ứng nhiệt tình việc tăng cường hợp tác bảo vệ Di sản văn hóa Thế giới và các Tài sản văn hóa khác của khu vực châu Á-Thái Bình Dương. Điều này phù hợp với chủ trương của chiến lược ngoại giao Nhật Bản trong thế kỷ thứ XX tập trung vào quáng bá các ấn phẩm công nghiệp văn hóa với những thông điệp cụ thể song song với việc bảo vệ di sản nhân loại (Phạm Văn Thủy & Hồ Ngọc Kiên, 2024).

Trong tiến trình hội nhập quốc tế về văn hóa, Hàn Quốc cũng rất nỗ lực tham gia vào việc bảo tồn các di sản văn hóa quốc gia và di sản thế giới, đặc biệt thông qua việc hợp tác chặt chẽ với UNESCO cùng các quốc gia đối tác, trong đó Nhật Bản giữ

vai trò đối tác quan trọng. Giai đoạn 2003 - 2015 là thời gian Hàn Quốc đặt mục đích khẳng định vị thế quốc gia trong hệ thống di sản thế giới và thúc đẩy hội thoại khu vực Đông Bắc Á thông qua hợp tác bảo tồn di sản. Quốc gia này tích cực đề cử và tham gia vào quá trinh quản lý các Di sản Văn hóa vật thể và phi vật thể Thế giới. Đồng thời, Hàn Quốc tích cực tham gia các cơ chế hợp tác kỹ thuật và hội thảo chuyên môn của UNESCO về bảo tồn, trùng tu và truyền dạy kiến thức về di sản (UNESCO, 2014).

Sự hợp tác giữa Hàn Quốc và Nhật Bản giai đoạn này chủ yếu diễn ra ở cấp độ học thuật, chuyên gia, thông qua những trao đổi nghiên cứu lịch sử, khảo cổ học và bảo tồn di tích cổ bất chấp những hạn chế nhất định cho hợp tác chính trị song phương (Shin & Sneider, 2011). Cụ thể, hai quốc gia có lúc trong vai trò tổ chức hoặc có lúc tham gia những chương trình đào tạo các chuyên gia bảo tồn và phục hồi tài sản văn hóa nước ngoài. Điển hình như sự hợp tác giữa thành phố Nara với Trung tâm hợp tác bảo vệ di sản văn hóa, tại châu Á hay Trung tâm văn hóa Thái Bình Dương cho tổ chức UNESCO với sự tham dự của các chuyên gia trong lĩnh vực. Dựa trên những yêu cầu của các quốc gia đối tác, trong đó có cả Hàn Quốc, các chuyên gia Nhật Bản được cử đi khảo sát, bảo quản và khôi phục các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể (ACA Japan, 2017).

Với hình thức hợp tác *trao đổi nghệ thuật*, một trong những chương trình mang dấu ấn riêng của Nhật Bản là Đại sứ văn hóa Nhật Bản (Japan Cultural Envoy) thực hiện nhiệm vụ "truyền đạt tâm trí và tinh thần Nhật Bản". Các đại sứ thực thi một số hoạt động trong thời gian ở nước ngoài như giảng dạy, hội thảo, biểu diễn hay hợp tác với một số nghệ sĩ hay các nhân vật nổi tiếng trong lĩnh vực văn hóa ở địa phương đó. Từ khi thiết lập năm 2003 cho đến nay, các Đại sứ đã có mặt ở nhiều quốc gia trải dài trên cả 5 châu lục của thế giới. Nhật Bản đã lần lượt cử các Đại sứ văn hóa thực hiện công tác tại Hàn Quốc. Cụ thể, giáo sư Đại học Kyoto Etsuo Genda, chuyên ngành Nghệ thuật truyền thống và Thiết kế thông tin thực hiện nhiệm vụ năm 2006; nghệ sĩ kịch Noh truyền thống Manjiro Tatsumi truyền bá những nét đặc sắc kịch Noh truyền thống năm 2011 và nghệ sĩ tiêu biểu về sáo Noh Rokurobyoue Fujita cũng tiếp nối công tác giới thiệu về nhạc cụ của lĩnh vực nghệ thuật truyền thống này năm 2015 (ACA, Governement of Japan, n.d.).

Sự tiếp nhận về văn hóa truyền thống của Hàn Quốc tại Nhật Bản lại thể hiện qua một số hoạt động quảng bá, giao lưu đều đặn hàng năm. Trung tâm văn hóa Hàn quốc mở cửa chính thức năm 2009 tại Tokyo thường xuyên tổ chức các sự kiện triễn lãm văn hóa, nghệ thuật, biểu diễn kịch, âm nhạc và mỹ thuật truyền thống (Korean Cultural Center, 2025). Trong đó, TeRra Han nữ nghệ sĩ biểu diễn đàn gagagrum thuộc âm nhạc truyền thống của Hàn Quốc là người gây được ấn tượng với khán giả Nhật Bản với các buổi biểu diễn và Album dòng nhạc này (Korea.net, 2018).

Riêng với việc *hợp tác giáo dục, trao đổi học thuật*, sự kết nối giữa hai quốc gia được thể hiện rõ qua việc Ủy ban nghiên cứu lịch sử chung Nhật - Hàn tiếp tục duy trì hoạt động và mở rộng. Từ khi thành lập và đi vào hoạt động những năm 2000, tổ chức này giữ vai trò quan trọng trong việc đối thoại học thuật và giảm thiểu xung đột lịch sử trong giáo dục và nghiên cứu giữa hai quốc gia (Shin & Sneider, 2011). Thông qua đó, số lượng sinh viên Hàn Quốc học tập tại Nhật Bản cũng vì vậy gia tăng đều đặn giai đoạn này. Nhật Bản trở thành điểm đến quan trọng của các chương trình trao đổi của các trường Đại học Hàn Quốc (JASSO, 2014).

3.2.1.2. Giai đoạn 2015 - 2024

Với hợp tác liên quốc gia, bước qua năm 2015, Hàn Quốc và Nhật Bản tiếp tục duy trì việc tham gia vào các tổ chức đa phương, liên quốc gia cùng Trung Quốc tạo nên sức ảnh hưởng và vị thế về văn hóa trong khu vực. Nếu giai đoạn 2003 - 2015 ba quốc gia đặt trọng tâm vào việc xây dựng lòng tin và cơ chế ban đầu, thì giai đoạn này phản ánh xu hướng mở rộng phạm vi, thể chế hóa và khu vực hóa việc hợp tác văn hóa. Các cuộc hợp ba bên không chỉ góp phần thúc đẩy trao đổi văn hóa riêng lẻ mà còn định hình văn hóa như một trụ cột hỗ trợ và hợp tác ổn định, lâu dài ở Đông Bắc Á.

Trải qua 7 cuộc họp tại Hội nghị thượng đỉnh ba bên, sự ra đời và hoạt động của Tổ chức liên Chính phủ Trilateral Cooperation Secretariat giúp điều phối hiệu quả các chương trình giao lưu văn hóa, giáo dục và thanh niên. Trong các Hội nghị thượng đỉnh ba bên giai đoạn này, hợp tác bảo tồn di sản văn hóa, giao lưu thế hệ trẻ trong khu vực nhằm gia tăng sự hiểu biết lẫn nhau thông qua những dự án văn hóa chung được chú trọng (TCS, 2023). Điều này đặc biệt quan trọng cho việc tái kết nối xã hội, củng cố hợp tác sau đại dịch COVID - 19.

Dự án *Thành phố văn hóa Đông Á* (Culture city of East Asia) của Hội nghị bộ trưởng văn hóa ba nước Trung Quốc- Hàn Quốc và Nhật Bản với các sự kiện giao lưu nghệ thuật và văn hóa được tổ chức đồng thời ở cả ba quốc gia đều đặn từ năm 2007 đến nay. Nhân kỷ niệm 10 năm ngày khởi động dự án, năm 2017, tại Kyoto, chương trình Lễ hội Nghệ thuật ba bên (Trilateral Arts Festival) đã diễn ra với những màn trình diễn vũ điệu và âm nhạc đến từ ba quốc gia kết hợp cả yếu tố truyền thống và hiện đại kết hợp với các diễn đàn giáo dục Nghệ thuật và Văn hóa với chuyên đề tập trung văn hóa đánh dấu sự hợp tác liên quốc gia ngày càng chặt chẽ (ACA, 2018). Đặc biệt, tại Hội nghị Bộ trưởng văn hóa lần thứ 15 năm 2024, ba nước đã chọn năm 2025 và 2026 là "Năm trao đổi văn hóa Đông Á", tiếp tục phát triển các nét văn hóa đặc sắc ở ba quốc gia cùng các hoạt động biểu diễn nghệ thuật truyền thống tại đó tạo nên bản sắc chung, cũng như nâng cao hình ảnh của từng thành phố (Yim, S.-H., 2024). Đây là một tín hiệu khả quan trong quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia Hàn Quốc và Nhật Bản trong lúc căng thẳng ngoại giao và thương mại đang leo thang, đã chứng tỏ được sức mạnh kết nối của văn hóa vượt ra ngoài chính trị và kinh tế.

Với *hợp tác văn hóa song phương giữa Hàn Quốc và Nhật Bản,* hình thức *trao đổi nghệ thuật* vẫn tiếp tục được đẩy mạnh. Năm 2015, Quỹ Nhật Bản tăng cường các hoạt động trao đổi văn hóa và nghệ thuật với các quốc gia toàn cầu. Nhật Bản cử các nghệ sĩ biểu diễn trong các Lễ hội văn hóa; một loạt buổi hòa nhạc, hội thảo chuyên đề về tiểu thuyết gia Haruki Murakami. Bên cạnh đó, 11 chuyên gia nghệ thuật biểu diễn từ Hàn Quốc cũng được mời đến Nhật Bản để cùng giao lưu trao đổi về văn hóa với các tổ chức nghệ thuật sở tại (Japan Foundation Report, 2015 - 2016). Liên quan đến Triển lãm Nghệ thuật và vẻ đẹp của Búp bê Nhật Bản, một sự kiện giao lưu nghệ thuật vẽ tranh về búp bê gỗ Nhật Bản cũng được tổ chức trực tuyến với Hàn Quốc năm 2021. Chương trình đã thu hút số người Hàn Quốc đã tham gia mong muốn có cơ hội được du lịch và nghiên cứu sâu hơn về xưởng sản xuất ra sản phẩm này (Japan Foundation Report, 2021 - 2022).

Về *giao lưu nhân dân,* Lễ hội văn hóa Hàn Quốc - Nhật Bản tiếp tục được duy trì đều đặn vào cuối tháng 9 hàng năm trong giai đoạn này dưới sự hợp tác chặt chẽ của Chính phủ Hàn Quốc và Nhật Bản. Trong các sự kiện, Nhật Bản lựa chọn

biểu diễn những tiết mục văn hóa truyền thống điển hình bao gồm Kịch Kabuki, Sumo, trà đạo, trang phục Kimono, Búp bê truyền thống Hinamatsuri (Irina, 2011). Trong khi đó, Hàn Quốc cũng giới thiệu trang phục Hanbok, âm nhạc từ thế hệ thiếu niên, ẩm thực hay điệu múa truyền thống cung đình (Jeongjae). Lễ hội hướng đến mục đích chính phát triển du lịch (Korea.net, 2016), thể thao giữa hai quốc gia nhằm thắt chặt hơn mối quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (Korea.net, 2017).

Đặc biệt, trong lúc căng thẳng ngoại giao hai quốc gia xảy ra năm 2019 và dịch bệnh COVID 19, Chính phủ hai quốc gia vẫn duy trì Lễ hội văn hóa về chủ đề "15 năm kỷ niệm Lễ hội văn hóa, cho một tương lai mới" tiếp tục kết hợp biểu diễn những tiết mục âm nhạc, võ thuật truyền thống, trang phục và ẩm thực của hai quốc gia. Những năm tiếp theo cho đến năm 2024, sự kiện giao lưu văn hóa này vẫn diễn ra đều đặn và ngày càng được đầu tư trong việc phối hợp trình diễn của nghệ sĩ hai quốc gia. Điều này thể hiện thái độ tích cực của Hàn Quốc và Nhật Bản trong việc sử dụng văn hóa làm cầu nối để cải thiện quan hệ song phương lúc bấy giờ (The Dong-A Ilbo, 2024).

Với việc *hợp tác bảo tồn di sản*, vai trò của Hàn Quốc đã được mở rộng và thể chế hóa rõ rệt hơn. Số lượng và chất lượng các hồ sơ di sản của Hàn Quốc được UNESCO công nhận ngày càng gia tăng. Bên cạnh đó, Hàn Quốc cũng tham gia sâu hơn vào các Ủy ban liên Chính phủ của UNESCO, đóng góp về tài chính, chuyên gia và kinh nghiệm bảo tồn di sản phi vật thể (UNESCO, 2023). Quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong việc bảo tồn di sản chuyển từ đối thoại song phương thận trọng sang hợp tác chuyên môn trong khuôn khổ đa phương.

Một dấu mốc quan trọng là việc thành lập và vận hành Trung tâm quốc tế về Di sản văn hóa phi vật thể khu vực châu Á - Thái Bình Dương (ICHCAP), đặt trụ sở tại Seoul, dưới sự bảo trợ của UNESCO. Tổ chức này thường xuyên phối hợp với các cơ quan văn hóa, việc nghiên cứu và chuyên gia Nhật Bản thực thi việc hỗ trợ đào tạo, nghiên cứu về bảo tồn di sản với các quốc gia trong khu vực. Kinh nghiệm trong lĩnh vực với hệ thống Living National Treasure của Nhật Bản đã đóng góp nhiều mô hình và kinh nghiệm thực tiễn cho các hoạt động này dưới sự điều phối của ICHCAP (ICHCAP, 2020). Trong khuôn khổ này, sự hợp tác giữa Hàn Quốc và

Nhật Bản được triển khai thông qua những hội thảo chuyên gia, trao đổi học thuật, tham vấn chính sách liên quan đến bảo tồn di sản phi vật thể, gồm nghi lễ, nghệ thuật trình diễn truyền thống và ngành nghề thủ công (ICHCAP, 2021).

Bên cạnh đó, các chương trình *hợp tác giao lưu thanh niên và thế hệ trẻ* ngày càng được mở rộng mạnh mẽ. Điển hình như chương trình JENESYS (Japan- East Asia Network of Exchange for Students and Youth) đã đẩy mạnh hợp tác văn hóa truyền thống và giao lưu nhân dân giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong khuôn khổ ngoại giao văn hóa khu vực Đông Bắc Á. Được khởi xướng từ năm 2007 bởi Chính phủ Nhật Bản, JENESYS hướng đến mục đích tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau thông qua các chương trình trao đổi thanh niên, sinh viên và cán bộ trẻ tuổi, với trọng tâm là văn hóa truyền thống và di sản.

Trong mối quan hệ Hàn - Nhật, chương trình được thiết lập như một cơ chế giao lưu có cấu trúc, bao gồm trải nghiệm thực tế và học tập văn hóa truyền thống. Các đoàn thanh niên Hàn Quốc tham gia chương trình được trải nghiệm các hoạt động như trà đạo, thư pháp, nghệ thuật biểu diễn truyền thống, tham quan đền chùa bảo tàng cũng như đối thoại với cộng đồng tại các địa phương Nhật Bản có giá trị di sản cao. Ở chiều ngược lại, đoàn thanh niên Nhật Bản khi sang Hàn Quốc sẽ được tiếp cận với các di sản phi vât thể như nghi lễ, âm nhạc truyền thống, nghi lễ, ẩm thực và nền văn hóa dân gian. Cách tiếp cận này mang tính tương tác cao giúp cho văn hóa truyền thống vượt ra khỏi hình thức trưng bày tĩnh và tạo nên những trải nghiệm liên văn hóa trực tiếp (MOFA of Japan, 2023).

Mỗi năm, JENESYS thu hút hàng chục ngàn thanh niên Đông Á, trong đó Hàn Quốc luôn nằm trong nhóm đối tác trọng điểm. Từ năm 2015, quy mô chương trình được mở rộng đáng kể, với hàng trăm đến hàng ngàn thanh niên Hàn Quốc tham gia, phản ánh sự ưu tiên của Nhật Bản đối với giao lưu nhân dân với Hàn Quốc trong bối cảnh quan hệ chính trị nhiều biến động (MOFA of Japan, 2024). Đáng chú ý hơn, ngay cả trong những thời điểm quan hệ song phương căng thẳng, các hoạt động của chương trình vẫn được duy trì, cho thấy chương trình đóng vai là một "vùng đệm", giúp giảm thiểu tác động tiêu cực của chính trị lên quan hệ nhân dân. Đây là một tín hiệu khả quan minh chứng cho sự chuyển đổi tượng trọng tâm vào những người được sinh ra và lớn lên hậu thời kỳ lịch sử thuộc địa với tư duy cởi mở và hướng đến tương

lai trong quan hệ văn hóa song phương là bước đi mang tính chiến lược. Qua đó, tính hiệu quả của JENESYS dựa trên ba yếu tố: thể chế rõ ràng, đối tượng trung tâm là thế hệ trẻ và gắn kết giữa di sản với trải nghiệm cộng đồng.

Hợp tác *trao đổi học thuật* giữa hai quốc gia cũng chú trọng vào chất lượng và trở thành cầu nối của các nhà nghiên cứu và trí thức hai quốc gia. Các chương trình nghiên cứu chung, đồng hướng dẫn nghiên cứu sinh và hội thảo quốc tế Đông Á học, lịch sử khu vực và nghiên cứu biển Nhật - Hàn ngày càng phổ biến. Các trường đại học hai quốc gia cũng ký kết nhiều bản MOU học thuật dài hạn, thể hiện sự dịch chuyển từ trao đổi ngắn hạn sáng đào tạo và hợp tác nghiên cứu chuyên sâu (Shin & Sneider, 2011).

Như vậy, trong suốt hơn hai thập kỷ, quan hệ văn hóa lĩnh vực truyền thống đã có sự phát triển theo quỹ đạo từ thận trọng, thăm dò sang thể chế hóa, từ việc chú trọng giái quyết quá khứ sang tầm nhìn hướng đến tương lai. Những thành tựu đã đạt được không chỉ tạo nên một nền tảng xã hội và tri thức vững chắc mà còn bổ trợ cho quan hệ song phương nhiều phương diện giúp cả hai quốc gia Hàn Quốc và Nhật Bản.

Trong các hình thức hợp tác, các lễ hội trao đổi văn hóa mang tính ổn định, trở thành cầu nối quan trọng cho quan hệ song phương hai nước. Giữa những thời điểm mâu thuẫn trong quan hệ, cả hai quốc gia vẫn duy trì việc tổ chức chương trình, góp phần giảm bớt căng thẳng hé mở nhiều cơ hội đối thoại cho hai bên. Bên cạnh đó, cách thức cùng nhau góp sức công tác bảo tồn di sản văn hóa thế giới, đẩy mạnh giao lưu, trao đổi nhân dân, thanh niên, hợp tác ngày càng chuyên sâu trong học thuật, nghiên cứu cũng như cởi mở hơn trong các đối thoại về lịch sử đại diện cho một cam kết lâu dài về sự thiện chí, tôn trọng lẫn nhau vì những lợi ích chung.

3.2.2. Về văn hóa đại chúng

3.2.2.1. Giai đoạn 2003 - 2015

Trước khi Hàn Quốc chính thức gỡ bỏ việc cấm vận Nhật Bản năm 1998, việc phổ biến các thiết bị tái sản xuất và tiêu dùng giá rẻ chủ yếu dạng đĩa CD, DVD, VCD rất hiệu quả trong việc lưu hành qua chợ đen những sản phẩm văn hóa đại chúng lậu vào Hàn Quốc. Những người Hàn yêu thích manga, Anime hay trò chơi điện tử của Nhật Bản vẫn đón nhận vì không cưỡng lại được sự hấp dẫn của

chúng. Việc vi phảm bản quyền này tuy gây nên thất thoát nguồn lợi nhuận lớn cho Nhật Bản nhưng đóng vai trò quan trọng trong việc lưu thông văn hóa đại chúng trong khu vực Đông Á nếu xét về mặt tích cực. Nói cách khác, đó là sự thành công đáng ghi nhận trong việc giới thiệu các sản phẩm giải trí này đến với người tiêu dùng trong hoàn cảnh kiểm duyệt, hạn chế gắt gao của chính quyền Kim Young-sam (Nissim Kadosh Otmazgin, 2014).

Với việc *mua bán sản phẩm*, vượt qua giai đoạn hạn chế đó là thời kỳ nở rộ của văn hóa đại chúng Nhật Bản trong thị trường Hàn Quốc. Nữ nghệ sĩ nhạc Pop như Chiba Mika, Namie Amuro, Utada Hiraku và Hamsaki Ayumi là những gương mặt đại diện cho văn hóa đại chúng Nhật Bản nhận được sự hâm mộ nhiệt tình. Tuy việc tiêu thụ nhạc Pop nội địa cao, nhưng vẫn có một bộ phận giới trẻ Hàn Quốc tiếp nhận âm nhạc Nhật Bản, vốn rất phổ biến với thể loại nhạc điện tử, thường trong độ tuổi 20. Các Album nhạc được yêu thích từ năm 2004 -2008 bao gồm cả bài hát nhóm nhạc Arashi, ca sĩ Mika Nakashima hay chính các bài nhạc chính (OST) của phim hoạt hình như Lâu đài bay của Howl hay Nodame Cantabibe ghi dấu với số lượng bán ra trung bình từ 7000 - 30.000 đĩa (Jeong Kwang-ryeol và cộng sự, 2009). Các tác phẩm nhạc đại chúng của Nhật Bản được truyền thông qua Internet, phát thanh truyền hình cùng những cửa hàng băng đĩa.

Bảng 3.2: Album Nhật Bản hay nhất theo từng năm

Năm	Tên Album	Ngày phát hành	Doanh số Album	Bảng xếp hạng tại Hàn Quốc
2000	Nhạc phim "Bức thư tình"	Ngày 09/11/1999	187.492	Vị trí thứ 08
2001	"Cánh đồng tình yêu" (Yuki Kuramoto)	Ngày 17/04/2001	65.829	Vị trí thứ 19
2002	"Time for Journey" (Kuramoto Yuki)	Ngày 09/05/2002	46.205	Vị trí thứ 28
2003	Không có trong top 50			
2004	"Love" (Mika NakaShima)	Ngày 19/01/2004	30.285	Vị trí thứ 12
2005	Nhạc phim "Lâu đài di động của Howl" (Joe Hisaishi)	Ngày 15/12/2004	24.147	Vị trí thứ 11
2006	"Arashic"	Ngày 20/07/2006	13.286	Vị trí thứ 15
2007	"Thời gian" (Arashi)	Ngày 25/07/2007	9.360	Vị trí thứ 22
Nữa đầu năm 2008	"Nodame Cantabile Special Best (Dàn nhạc Nodame)	Ngày 19/02/2008	7.446	Vị trí thứ 18

Nguồn: Jeong Kwang-ryeol và cộng sự (2009), trang 366.

(Nguồn: Jung Kwang-ryeol và cộng sự, 2009)

Trong lĩnh vực phim hoạt hình, hiếm có khán giả Hàn Quốc nào lại không yêu thích tác phẩm của họa sĩ Miyazaki Hayao với hình ảnh đa dạng, cảm xúc độc đáo mang thông điệp nhân văn về khát vọng cho giới trẻ ở tương lai. Ghi dấu với bộ phim Spirited Away (Vùng đất linh hồn) với tượng vàng Oscar gây sốt phòng vé năm 2002, các tác phẩm tiếp theo của ông đã đạt những lượt xem trong cả nước Hàn Quốc ấn tượng. Cụ thể, Howl's moving castle (Lâu đài di động của Howl) năm 2004 thu hút hơn 3 triệu lượt xem và Ponyo (Ponyo trên vách đá) năm 2008 cũng có được hơn 1,5 triệu lượt xem (Jeong Kwang-ryeol và cộng sự, 2009).

Bảng 3.3: Doanh thu phòng vé phim hoạt hình Nhật Bản (Theo năm phát hành)

Tên phim	Số lượng khán giả (người)	Năm
"Pokemon: Mewtwo phản công"	53.800 (Seoul)	2000
"Hàng xóm của tôi là Totoro"	128.900 (Seoul)	2001
"Vùng đất linh hồn"	936.250 (Seoul)	2002
"Công chúa Mononoke"	195.630 (toàn quốc)	2003
"Sự trở lại của mèo"	531.544 (toàn quốc)	2003
"Lâu đài di động của Howl"	3.015.615 (toàn quốc)	2004
"Vua chơi"	120.415 (toàn quốc)	2005
"Vào một đêm giông bão"	253.041 (toàn quốc)	2006
"Pokémon Ranger và Hoàng tử Biển Xanh Manaphy"	124.391 (toàn quốc)	2006
"Ponyo trên vách đá"	1.524.734 (toàn quốc)	2008
"Doraemon: Cuộc phiêu lưu vĩ đại của Nobita ở thế giới quỷ"	337.908 (toàn quốc)	2008
"Trung sĩ Keroro 3"	171.148 (toàn quốc)	2008
Nguồn: Jung Kwang-ryeol và cộng sự (2009) trang 355		

(Nguồn: Jung Kwang-ryeol và cộng sự, 2009)

Những bộ phim truyền hình như Chuyện tình Tokyo, Kỳ nghỉ dài, Tiểu thư hoàn hảo hay các chương trình tạp kỹ như Nhà vô địch truyền hình, các chương trình nấu ăn, đặc biệt các bộ phim hoạt hình Doraemon, Mặt nạ hổ hay Thám tử lừng danh Conan thường xuyên được phát sóng ở Hàn Quốc (Nissim O., 2011). Công chúng Hàn Quốc cũng dành một tình cảm đặc biệt cho truyện tranh Nhật Bản. Năm 2006, có đến 4095 bộ truyện tranh được xuất bản ở Hàn Quốc, trong đó có đến 70% dịch lại từ truyện tranh Nhật Bản, trong đó khoảng một triệu bản truyện

“Devines Drop” của Nhật Bản được phát hành giữa năm 2005 (Chung Ah-Young, 2009). Thanh niên Hàn Quốc có thể được tìm thấy trong trang phục từ một chương trình truyện tranh (cosplay hoặc nhập vai hóa trang), thành các nhân vật trong manga, Anime, trò chơi điện tử hoặc đôi khi là phim ảnh và nhạc pop Nhật Bản.

Nhìn lại cột mốc bình thường hóa quan hệ giữa hai quốc gia năm 1965, tác phẩm *Nhật ký Yunbogi* (Yunbogi Diary) ra đời đánh dấu một sự thiện chí trong sự hòa giải tư tưởng của người dân hai quốc gia về khoảng thời gian chiến tranh thuộc địa. Tác phẩm là câu chuyện kể về cuộc sống nghèo khổ của một cậu học sinh Hàn Quốc lớp bốn bị bỏ rơi bởi những người thân ruột thịt và cả xã hội Hàn Quốc được đăng nhiều kỳ trên báo Hàn Quốc Donga Iibo năm 1964. Đây là câu chuyện mang tính chính trị cao, chỉ trích sự can dự của Nhật Bản vào Triều Tiên đã cướp đi tương lai của những đưa trẻ và đất nước này. Được dịch và xuất bản năm 1965 tổng cộng 11 lần tại Nhật Bản, tác phẩm đã nhận được sự hưởng ứng mạnh mẽ của người dân địa phương (Murata, Kiyoaki, 1965). Cuốn sách sau đó đã được chuyển thể thành phim cả ở Hàn Quốc lẫn Nhật Bản và phiên bản manga vẫn tiếp tục gây được những hiệu ứng tích cực. Thậm chí, Nhật ký Yunbogi còn là một tác phẩm được đề xuất cho bạn đọc bởi Bộ y tế, Lao động và Phúc lợi và luôn có sẵn ở Hiệp hội thư viện Nhật Bản. Cho đến năm 2006, phiên bản hoàn chỉnh của Nhật ký đã được Yasuda, một người Hàn Quốc sống tại Nhật Bản, tái xuất bản với cách làm mới thông điệp những khó khăn mà tác giả gốc cuốn nhật ký, Yi Yun - bok đã trải qua để đánh thức suy nghĩ của người Nhật Bản, gián tiếp hỗ trợ việc bình thường hóa quan hệ hai quốc gia cho một nền kinh tế hưng thịnh ngày nay của Hàn Quốc.

Trong khi đó, việc Nhật Bản tiếp nhận các sản phẩm văn hóa Hàn Quốc được đánh dấu bởi hiệu ứng bộ phim Bản tình ca mùa đông. Bộ phim được phát sóng lần đầu tiên trên đài NHK năm 2003 và phát lại vào năm 2004 đã đạt tỷ lệ nghe nhìn cao nổi bật là 15% lúc đó (Chung Youngran, 2014). Các nhân vật của phim đã thu hút số lượng nhiều người hâm mộ, trong đó nam diễn viên chính Bea Young Joon đã được ưu ái với tên gọi “Yon Sama”- đóng khung trong hình ảnh của một người nam tính lãng mạn, điềm tĩnh, chung tình như trong nội dung phim. Khi

“Yon Sama” đến Nhật Bản đã có đến 7000 người tụ tập đón thần tượng tại sân bay quốc tế Narita, trong đó số lượng phụ nữ cao niên và trung niên chiếm ưu thế số đông (Eiko, 2008).

Một loạt phim đã được trình chiếu và thu hút rất đông số lượng khán giả như các bộ phim *Những ngày tháng tươi đẹp, Ván bài định mệnh, Nấc thang lên thiên đường, Truyền thuyết Jumong, Một thời thời để nhớ*. Theo Viện điều tra Quốc hội của truyền hình NHK, trong trào lưu Làn sóng Hàn Quốc lúc bấy giờ, tỷ lệ phim truyền hình Hàn Quốc nhập khẩu vào Nhật Bản có số lượng đông chiếm áp đảo thị phần chung. Theo Nghiên cứu của Viện nghiên cứu kinh tế Daiichi Ce Me 12/2004, việc xuất khẩu phim đã thu về cho Hàn Quốc khoảng 1190,6 tỷ Won, đồng thời nâng số lương khách du lịch Nhật Bản đến Hàn Quốc đạt đến khoảng 18.792 người (Chung Youngran, 2014). Nguyên nhân cho sự tiếp nhận tích cực này do mo-tuyp phim mang tính nhân văn, cách xây dựng nhân vật dù là tài phiệt giàu có hay người nghèo khó đều được cảm hóa bởi tình yêu chân chính và ý chí đấu tranh cho lẽ phải (Oh Hyuna, 2013).

Từ sau năm 2010, phim truyền hình và phim điện ảnh Hàn Quốc tiếp tục tạo được sức ảnh hưởng và thậm chí mở rộng ra nhiều lĩnh vực phong phú hơn giai đoạn trước. Một số phim có thể loại đa dạng với đề tài xoay quanh cuộc sống thực tế của nhiều thế hệ, như Chị kế của Lọ Lem (Cinderella’s sister), Phẩm chất quý ông (A Gentleman's Dignity), Vì sao đưa anh tới (My love from the Star), Hậu duệ mặt trời (Descendants of the Sun), Yêu tinh (Gobin) đã trở thành những món ăn tinh thần không thể thiếu với nhiều tầng lớp khán giả Nhật Bản với độ tuổi khác nhau. Hiệu ứng của phim truyền hình Hàn Quốc tiếp nối sự lan rộng ra nhiều lĩnh vực khác như mỹ phẩm, ẩm thực, du lịch. Điều này thể hiện rõ nét thông qua sự xuất hiện của khu phố Hàn Quốc tại ga Shin-Ōkubo. Nơi đây được xem là một “Tokyo Koreatown” mô phỏng bối cảnh quay của những tác phẩm truyền hình Hàn Quốc, những cửa hàng nhạc K-Pop, gian hàng quà lưu niệm với hình ảnh thần tượng, món ăn vặt đường phố hay mỹ phẩm, đồ dùng mang thương hiệu Hàn Quốc, mỹ phẩm và phong cách trang điểm của Hàn Quốc.

Hình 3.1: Khu phố Shin Okubo (Tokyo Koreatown), thuộc quận Shinjuku, Tokyo, Nhật Bản (Nguồn: NCS tự tổng hợp, 2025)

Sự tiếp nhận phim ảnh đã kéo theo sự lớn mạnh của âm nhạc đại chúng Hàn Quốc tại Nhật Bản. Thông qua sự bùng nổ các kênh truyền thông đa phương tiện, sự tự do chọn lựa âm nhạc theo gu, không quá đặt nặng nguồn gốc Âu Mỹ như các thế hệ trước, đặc biệt khán giả trẻ độ tuổi 10-20 tuổi chính là khán giả cuồng nhiệt đã tiếp nhận K- Pop, ngay cả thể loại âm nhạc dance, vốn khó được khán giả Nhật Bản tiếp nhận trước đây. Các nhóm nhạc Hàn Quốc chiếm lĩnh thị trường Nhật Bản có các đặc điểm nổi bật: tính âm nhạc toàn cầu kết hợp giữa nhạc điện tử cùng R&B của Mỹ mang đến sự sôi nổi, vực dậy tinh thần rất tốt so với dòng nhạc Pop an toàn của J-Pop; xây dựng hình ảnh gợi cảm, quyến rũ của thế hệ ca sĩ K-Pop mang phong cách của người trưởng thành thật sự tạo sự mới lạ, thu hút hơn phong cách "Kawaii" luôn đề cao sự dễ thương, trong sáng của tuổi mới lớn với những bộ đồ học sinh trung học hay thời trang thủy thủ từ những năm 70 của J-Pop (Patrick ST. Michel, 2011). K-Pop đã có bước thâm nhập ban đầu với thế hệ Idol đầu tiên với các nhóm HOT, BOA,

Big Bang và đã bắt đầu có mặt trong bảng xếp hạng âm nhạc Oricon (Patrick ST. Michel, 2011). Hoặc nhóm nhạc Toho Shinki sau 3 năm lập nghiệp tại Nhật Bản đã chính thức tham gia biểu diễn Lễ hội đón Tết ở đài NHK năm 2008.

Việc hợp tác giữa hai quốc gia trong lĩnh vực còn thể hiện qua *hình thức đồng sản xuất, đào tạo và tham gia*. Vượt qua những vấn đề lịch sử còn tồn đọng, nối tiếp với những với những bộ phim điện ảnh hợp tác sản xuất trước đó như Shiri, *Khu vực an ninh chung* (Joint Security Area) (2000); phim truyền hình *Những người bạn* (Friends) (2002), các hãng truyền hình TBS, Fuji TV (Nhật Bản), SBS, KBS và MBC (Hàn Quốc) cùng nhau giới thiệu bộ phim Star Echo (2004). Nội dung của những bộ phim đều xoay quanh câu chuyện tình yêu với nhân vật nam chính người Hàn Quốc và nữ chính người Nhật Bản vượt qua những khác biệt về văn hóa, nguồn gốc để đạt được hạnh phúc và sự thành đạt trong công việc. Xu hướng hợp tác cũng được đa dạng hóa khi bộ phim *Cây thiên đường* (Three of Heaven) (2006, Đài SBS Hàn Quốc) với sự tham gia của các diễn viên và bối cảnh quay Nhật Bản. Năm 2010, "Telecinema 7" gồm 7 phần đánh dấu một hình thức hợp tác mới giữa hai quốc gia với mục tiêu thống trị cả điện ảnh lẫn truyền hình với kịch bản được đề xuất bởi thành viên Hiệp hội biên kịch phát hành truyền hình Nhật Bản (JBA) dưới sự chỉ đạo quay của đạo diễn Hàn Quốc và tham gia của dàn diễn viên Hàn Quốc. Sau khi chiếu rạp, bộ phim cũng được phát sóng tại kênh truyền hình SBS của Hàn Quốc và kênh TC Asahi ở Nhật Bản cùng năm. Điều này cho thấy khuynh hướng tích cực đa dạng hóa hình thức hợp tác trong phim ảnh góp phần kết nối, gia tăng sự tin tưởng lẫn nhau giữa hai quốc gia trong việc giao lưu văn hóa

Trong giai đoạn này, hai quốc gia cũng có một loạt tác phẩm chung nổi bật trong lĩnh vực phim hoạt hình phát sóng trên kênh truyền hình Hàn Quốc, tiêu biểu có thể kể đến như *Biên niên sử chiến tranh vô cực Potris* (Potris Infinity War Chronicles) (2003), *Những người bạn bí mật thú vị* (2005), *Chiến binh Origami* (Origami Warrior) (2006), Thái Cực Thiên Tự (2007) và *Bản tình ca mùa đông* (Winter Sonata) (2009) được sản xuất kỹ lưỡng và phát hành vào cùng năm (KOCCA, 2010)

Bảng 3.4: Hợp tác Nhật Bản - Hàn Quốc về sản xuất phim hoạt hình (Anime) tiêu biểu

Năm	Tên phim	Hãng sản xuất Hàn Quốc	Hãng sản xuất Nhật Bản	Thời gian phát sóng tại Hàn Quốc
2003	"Biên niên sử chiến tranh vô cực Potris".	SBS Productions, Dong Woo Animation.	BANDAI, phát sóng trên TV Tokyo từ 2003-2004.	Phát sóng trên SBS năm 2003.
2005	"Những người bạn bí mật thú vị"	SBS Productions, Dong Woo Animation.	TV Tokyo, Geneon, phát sóng trên TV Tokyo từ 2005-2006.	Phát sóng trên SBS từ 2005 đến 2007.
2006	"Origami Warrior" (Nhật Bản/Thánh chiến binh Origami Drafalard).	Dong Woo Animation, SBS Productions và các đơn vị khác.	A1. Shanghai Media Group (Trung Quốc).	Phát sóng trên SBS từ 2005 đến 2006.
2007	"Thái Cực Quyền Thiên tự Kinh Điển"	JM Anime, KBS	Toei Animation.	Phát sóng trên KBS năm 2007.
2009	"Bản tình ca mùa đông"	KEY EAST	Total Promotion, DATV750ch, v.v	Phát sóng trên TBS năm 2013.

Nguồn: KOCCA (2010), tr.106, 164

(Nguồn: KOCCA, 2010)

Sự kết hợp giữa hai quốc gia còn thể hiện rõ ở lĩnh vực âm nhạc: nhóm nhạc TWICE có thành viên người Nhật và một số ca sĩ người Nhật cũng hát những bài hát K-Pop bằng tiếng Hàn. Nhóm ca sĩ nữ Hàn Quốc NiniU do công JYP Entertainment quản lý cũng chỉ biểu diễn ở Nhật Bản. Ngược lại, nhóm ca sĩ nữ XG người Nhật Bản, chỉ hát tiếng Anh, nhưng lại ra mắt ở Hàn Quốc để hòa vào dòng chảy âm nhạc thịnh hành nơi đây. Đây là những bước đệm để âm nhạc Hàn Quốc đạt được những thành tựu đáng kể ở Nhật Bản giai đoạn tiếp theo.

3.2.2.2 Giai đoạn 2015 - 2024

Giai đoạn từ năm 2015 chứng kiến nhiều biến động về kinh tế, chính trị, xã hội. Sự gia tăng cạnh tranh giữa các cường quốc, đặc biệt Hoa Kỳ và Trung Quốc trong lĩnh vực thương mại, công nghệ và địa chính trị. Bên cạnh đó, sự bùng phát của đại dịch COVID - 19 vào cuối năm 2019 kéo dài đến 2023 gây nên sự gián đoạn của chuỗi cung ứng hàng hoá, thúc đẩy chuyển đổi số dẫn đến sự thay đổi sâu sắc nền kinh tế toàn cầu. Quan hệ Hàn Quốc và Nhật Bản trong giai đoạn 2015-2024 cũng trải qua nhiều thăng trầm với những bất đồng về chính trị và lịch sử. Việc không đạt được sự đồng thuận của hai quốc gia về việc xin lỗi và đền bù cho nạn nhân "phụ nữ mua vui" và "lao động cưỡng bức", động thái trả đũa liên

quan đến hệ thống GSOMIA[4] và cuộc "thương chiến" trong lĩnh vực chất bán dẫn, linh kiện điện tử năm 2019 tiếp tục trở thành hòn đá tảng khiến quan hệ hai nước trở nên căng thẳng.

Trước những biến động về an ninh - chính trị và kinh tế, việc hợp tác về văn hóa giữa hai quốc gia là điểm sáng hiếm hoi được duy trì. *Hình thức mua bán sản phẩm* văn hóa đại chúng trở nên phổ biến thông qua sự tiếp nhận ngày càng lan rộng của người Nhật. Văn hóa đại chúng Hàn với nhóm nhạc K-Pop toàn cầu như TWICE, BTS trở thành những biểu tượng văn hóa được giới trẻ Nhật Bản yêu thích. Không chỉ biểu diễn, các nhóm nhạc này thể hiện thiện chí sự ảnh hưởng lớn vào đời sống giải trí Nhật Bản khi tham gia vào chương trình các Sự kiện truyền hình đặc biệt đêm giao thừa của đài NHK Nhật Bản "Kohaku Uta Gassen" (Wang, 2023) hay biểu diễn ở sân vận động nổi tiếng Tokyo Dome chuyên tổ chức các sự kiện thể thao, hòa nhạc với sự tham gia của nghệ sĩ quốc tế nổi tiếng (An Nhiên, 2022 & Minh Hạo, 2018).

Phim truyền hình tiếp tục chiếm lĩnh thị trường Nhật Bản thông qua những nền tảng phát sóng mới, điển hình là Netflix, VOD và OTT. Vượt qua thời điểm khởi đầu 2015 bị ảnh hưởng bởi biến động chính trị, các tác phẩm vẫn được lòng cộng động người hâm mộ bởi chất lượng về nội dung và hình ảnh ngày càng được đầu tư. Một số bộ phim khi công chiếu đạt được mức rating cao, điển hình như *Hậu trường giải trí* (The Producers) (2015) đạt 12,4%, trở thành hiện tượng qua nền tảng VOD tại Nhật (Danmee, 2025) hay *Ông chú của tôi* (My Mister) khi phát sóng năm 2023, 2024 đạt rating 12,4% cùng những đánh giá tích cực trên nền tảng Netflix Japan (Danmee, 2025). Bộ phim *Hạ cánh nơi anh* (Crash Landing on You) hay *Tầng lớp Itaewon* (Itaewon Class) lọt Top chương trình được yêu thích nhất tại Netfix Nhật Bản với chủ đề gần gũi (News on Japan, 2024). Theo dữ liệu của KOCCA, giá trị xuất khẩu video Hàn Quốc sang Nhật đạt 1,81 tỷ USD năm 2021, gia tăng gần 50% so với năm 2020. Mức độ phổ biến mạnh mẽ này là do sự chuyển dịch mạnh mẽ qua các nền tảng kỹ thuật số luôn có sẵn trên thiết bị di động và Internet (KOICE, 2022).

[4] GSOMIA là hiệp định chia sẻ thông tin tình báo quân sự được Chính phủ Nhật Bản và Hàn Quốc ký kết năm 2016 nhằm đối phó các mối đe dọa tên lửa từ Triều Tiên.

Ở chiều ngược lại, các sản phẩm Manga và Anime Nhật Bản quay trở lại tạo nên một sức hút mạnh mẽ với giới trẻ Hàn Quốc. Hàng loạt các sự kiện triển lãm với quy mô lớn cho các tác phẩm *Đại chiến Titan* (Attack on Titan), *Thủ lĩnh thẻ bài* (Cardcaptor Sakura), *Chú thuật hồi chiến* (Jujutsu Kaisen) ở những Trung tâm văn hóa gần trường Đại học hay các con phố, trung tâm mua sắm tại Seoul suốt cả năm 2024 (Lee Yoon -seo, 2024). Đặc biệt, sự tham gia của hàng loạt các họa sĩ Nhật Bản nổi tiếng đã mở rộng không gian giao lưu, hợp tác văn hóa song phương rõ rệt hơn. Đối với người Hàn Quốc trẻ tuổi, việc tham gia triển lãm lớn được tổ chức liên tục ở những khu vực trung tâm sầm uất, khác với khác với khu vực hẻo lánh trước đây khiến người hâm mộ vui vẻ và tự hào khi được công khai sở thích của mình.

Hàn Quốc cũng thuộc danh sách những quốc gia đối tác được Nhật Bản giới thiệu khoảng 31 chương trình truyền hình có phụ đề ngôn ngữ nước ngoài, tài trợ việc tổ chức khoảng 117 lễ hội phim ảnh giao lưu với công chúng (Japan Foundation Report, 2016). Trong thời kỳ dịch bệnh Covid 19, các hoạt động này được Nhật Bản duy trì đều đặn theo hình thức trực tuyến từ năm 2020 - 2022 vẫn nhận sự ủng hộ của người xem Hàn Quốc.

Văn hóa "Newtro" với phong cách pha trộn giữa hiện đại và cổ điển cũng là điểm tương đồng để tạo nên sự tiếp nhận văn hóa của hai quốc gia. Theo Sách trắng 2019 về Làn sóng Hàn Quốc (2020, trang 117), Nhật Bản là một trong những thị trường văn hóa đại chúng lớn của Hàn Quốc. Với những phương thức truyền thông hiện đại, giá trị xuất khẩu về âm nhạc của Hàn Quốc sang Nhật Bản 320.599.000 USD vào năm 2017, chiếm gần hai phần ba (62,5%) xuất khẩu của quốc gia trong lĩnh vực này.

Gần đây nhất, về phim ảnh, năm 2023, Suzume của đạo diễn nổi tiếng Makoto Shikai -Tác phẩm Anime Nhật được khán giả Hàn Quốc đón nhận là phim Nhật ăn khách nhất mọi thời đại với doanh thu đạt tại thị trường Hàn Quốc gần 37 triệu USD. Cốt truyện mang tính "chữa lành" vết thương quá khứ, hình ảnh đẹp tạo nên sự đồng cảm với người dân Hàn Quốc về chủ đề thảm họa thiên nhiên Các bộ phim khác như *Cú úp rổ đầu tiên* (The First Slam Dunk), *Đêm nay dẫu tình yêu này biến mất* (Event of This Love Disappears From The World Tonight) cũng đạt được

những con số ấn tượng lần lượt với 3,8 triêu và 1 triệu vé. Các tác phẩm Nhật Bản đã dần thoát khỏi sự kỳ thị của công chúng Hàn Quốc.

Với âm nhạc, cộng đồng người hâm mộ Hàn Quốc dành tình cảm cho một số thần tượng Nhật Bản. Điển hình như nghệ sĩ Erika đã chiếm được tình cảm khán giả Hàn Quốc khi xuất hiện trong MV ca nhạc tiếng Nhật Divine của nhóm Girls' Generation, sau đó đã hoạt động thành công song song ở cả thị trường Hàn và Nhật với vai trò ca sĩ và người mẫu quảng cáo (Linh Phương, 2019). Hay ca khúc "Night Dancer" của ca sĩ Imase của Nhật Bản với cũng đã giành được vị trí thứ 17 trên bảng xếp hạng âm nhạc Melon, một nền tảng phát nhạc trực tuyến lớn nhất ở Hàn Quốc (The Korea Herald, 2024) cũng thể hiện được sự tiếp nhận tích cực của khán giả Hàn Quốc với văn hóa đại chúng Nhật Bản.

Hợp tác văn hóa hai bên ngày càng mở rộng tạo nên cầu nối quan trọng trong quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Nhiều sản phẩm âm nhạc và phim ảnh đa thể loại đã được ra đời qua quá trình *đồng sản xuất, đào tạo và tham gia* của cả hai quốc gia. Một trường hợp tiêu biểu cho việc hợp tác trong lĩnh vực âm nhạc đại chúng giữa Hàn Quốc và Nhật Bản là dự án đồng đào tạo thần tượng Produce 48, phát sóng năm 2018. Dự án là sự kết hợp giữa mô hình đào tạo thần tượng theo chuẩn K-pop cùng hệ thống thần tượng nội địa của Nhật Bản, đại diện là nhóm AKB48, phản ánh rõ nét cả sự hợp tác lẫn cạnh tranh trong công nghiệp âm nhạc đại chúng Đông Á.

Về mặt hình thức, Produce 48 được xây dựng như một chương trình tuyển chọn và huấn luyện các thực tập sinh Hàn Quốc và thành viên trẻ Nhật Bản cùng tham gia đào tạo, biểu diễn và cạnh tranh trong một không gian sản xuất chung. Dự án này tạo điều kiện cho Nhật Bản tiếp cận trực tiếp hệ thống đào tạo chuyên nghiệp, tiêu chuẩn hóa cao của K-pop, bao gồm huấn luyện thanh nhạc, vũ đạo, trình diễn và quản lý hình ảnh. Ngược lại, phía Hàn Quốc khai thác được nguồn nhân lực và thị trường thần tượng đông đảo Nhật Bản, từ đó tạo sự ảnh hưởng sâu rộng của K-pop vào thị trường Nhật Bản so với việc xuất khẩu âm nhạc đơn thuần (Jin, 2016).

Tuy nhiên, Produce 48 cũng bộc lộ những giới hạn và căng thẳng trong việc hợp tác đồng đào tạo. Sự khác biệt về triết lý đào tạo giữa mô hình "hoàn thiện kỹ

năng trước khi ra mắt" của Hàn Quốc và mô hình "trưởng thành cùng người hâm mộ" của Nhật Bản đã tạo nên nhiều tranh luận trong dư luận hai nước. Một số ý kiến tại Hàn Quốc lo ngại về chất lượng chuyên môn và sự công bằng trong cạnh tranh trong khi tại Nhật Bản lại e ngại chương trình đang "Hàn hóa" thần tượng Nhật (Kim, 2019). Những phản hứng này cho thấy vấn đề bản sắc và quyền lực không thể tách rời việc hợp tác âm nhạc giữa hai bên.

Tuy vậy, xét trên bình diện tổng thể, Produce 48 vẫn được đánh giá là một trường hợp điển hình cho hợp tác trong công nghiệm âm nhạc xuyên quốc gia điển hình, trong đó đồng đào tạo đóng vai trò tạo nên nguồn nhân lực văn hóa. Đây cũng là một ví dụ điển hình cho sự chuyển biến trong quan hệ văn hóa đại chúng giữa Hàn Quốc và Nhật Bản từ việc xuất khẩu một chiều sang hợp tác sản xuất và đào tạo, đồng thời cho thấy những thách thức tất yếu khi hai hệ sinh thái âm nhạc phát triển cao kết hợp trong cùng một dự án.

Với phim ảnh, rất nhiều tác phẩm đã được hai quốc gia hợp tác thực hiện hai thể loại chính gồm tâm lý tình cảm, kinh dị. Điển hình, bộ phim *Mưa trên cánh bướm* (Butterfly Sleep) ra đời năm 2018 (Korean Film Council, 2018), *Ký ức về con hẻm cụt* (Momories of dead end) trình chiếu ở Nhật và Lễ hội phim ảnh Busan năm 2019 (Korean Film Biz Zone - KOBIZ, 2019), *Cầm lái cho tôi* (Drive my car) với sự tham gia diễn xuất của các diễn viên đa quốc gia, trong đó có diễn viên Hàn Quốc công chiếu năm 2021 (Brody, R., 2023), *Trạm tàu ma* (The Ghost Station) là phim kinh dị khởi chiếu tại rạp năm 2023 (Korean Film Council, 2023).

Với mô tuýp tình yêu xuyên biên giới giữa hai nhân vật chính là diễn viên Hàn Quốc và Nhật Bản, một số bộ phim lãng mạn giả tưởng cũng gặt hái được những kết quả đáng kể. Có thể kể đến *Đôi mắt si tình* (Eye love you) đầu năm 2024 đã lọt vào trong danh sách 10 phim hay nhất của Netflix Nhật Bản năm tuần liên tiếp và vị trí tương đương trong danh sách 10 phim hay nhất của Netflix Hàn Quốc trong bốn tuần liên tiếp. Nối tiếp là bộ phim *Những điều đến sau tình yêu* (What comes after love) ra mắt tháng 9 cũng năm dựa trên tiểu thuyết đồng sáng tác của nhà văn Hàn Quốc Gong Ji Young và nhà văn Nhật Bản Tsuji Hitonari về câu chuyện của những người yêu nhau đã chia tay gặp lại nhau sau năm năm với nhiều

trải nghiệm và cảm xúc (An Nhiên, 2024). Góp phần vào chuỗi phim chủ đề đó là *Lãng mạn ẩn danh* (Romantic anonymous) đã được đạo diễn người Nhật Bản - Sho Tsukikawa, người từng nổi tiếng với phim "Let Me Eat Your Pancreas" (2017) khởi quay vào tháng 3/2024 với hai tập đầu dự kiến ra mắt tại Liên hoan phim quốc tế Busan lần thứ 30 tháng 9 năm 2025 (Ahn Jin-yong, 2025), và sau đó sẽ phát trực tuyến trên toàn thế giới từ tháng 10 (Robinson, Jacob, 2025).

Hàn Quốc hiện nay đang có độ phủ sóng các nội dung phim rộng lớn toàn cầu nên sự hiện diện của diễn viên Hàn là yếu tố thu hút lớn với người xem. Nhật Bản đã tận dụng tốt điều này khi có sự đầu tư vào các kịch bản phim có diễn viên Hàn góp phần mở rộng quy mô sản xuất gia tăng hiệu quả cho tác phẩm. Điều này mang đến lợi ích hai chiều cho cả hai quốc gia.

Nhìn chung, nếu giai đoạn 2003 - 2015 tập trung vào việc hàn gắn và xây dựng lòng tin thông qua những chương trình giao lưu văn hóa truyền thống, đối thoại học thuật thì bước sang giai đoạn 2015 - 2024 nhấn mạnh về việc xây dựng mới quan hệ bền vững, hướng đến tương lai thông qua các thể chế và đối tượng tiếp nhận là thế hệ trẻ. Quy mô giao lưu nhân dân đã có sự gia tăng đáng kể về lượt qua lại, quy các chương trình lễ hội giao lưu cùng với những hoạt động chuyên môn, chia sẻ kinh nghiệm về bảo tồn di sản. Với văn hóa đại chúng, trước năm 2015, quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia thể hiện qua độ phủ sóng văn hóa đại chúng và thương mại hóa chỉ tập trung số ít thể loại như K-drama và K-pop thì sau đó là sự bùng nổ về quy mô doanh thu tạo nên tính hai chiều và cạnh tranh cao hơn cho cả hai quốc gia.

Bên cạnh đó, quan hệ của hai quốc gia với Trung Quốc trong lĩnh vực văn hóa không chỉ thúc đẩy việc trao đổi, gia tăng hiểu biết lẫn nhau mà còn định hình văn hóa trở thành trụ cột hỗ trợ sự bền vững và hợp tác lâu dài giữa các bên. Theo một thống kê vào năm 2019 về Top 30 quốc gia thế giới về sức mạnh mềm, trong đó yếu tố văn hóa đóng vai trò quan trọng, trong giai đoạn 2015 - 2019, Nhật Bản luôn xếp thứ 8 và là quốc gia châu Á có vị trí cao nhất, trong khi đó Hàn Quốc tăng từ vị trí thứ 20 lên thứ 19 và là quốc gia châu Á có vị trí cao thứ hai trong bảng xếp hạng (Porland, n.d., 2015, 2019).

3.3. Xung đột trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)

3.3.1. Về văn hóa truyền thống

3.3.1.1. Giai đoạn 2003 - 2015

Từ những năm cuối thế kỷ thứ XX, nhìn nhận được văn hóa là nguồn lực sức mạnh mềm hữu ích, hai quốc gia không ngừng tận dụng yếu tố này như một công cụ chiến lược thuyết phục cộng đồng thế giới tin tưởng, thấu hiểu về quốc gia mình. Lĩnh vực văn hóa truyền thống trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản vừa là không gian hợp tác, vừa là nguồn cơn phát sinh ra những xung đột, đặc biệt do sự khác biệt trong việc diễn giải lịch sử và ký ức tập thể dân tộc.

Trong giai đoạn này, trong *hợp tác nghiên cứu, giáo dục* xung đột văn hóa chủ yếu xảy ra từ những quan điểm diễn giải lịch sử và bảo tồn di sản gắn liền với thời kỳ thực dân. Cụ thể, sự bất đồng và tranh cãi từ phía Hàn Quốc về nội dung mô tả quá khứ thuộc địa và chiến tranh giữa hai dân tộc trong sách giáo khoa lịch sử Nhật Bản đã tác động trực tiếp đến việc trao đổi học thuật và giao lưu văn hóa. Mặc dù hai nước đều nỗ lực duy trì Ủy ban nghiên cứu lịch sử chung, nhưng kết quả đối thoại học thuật cũng vì điều này mà bị giới hạn. Chính áp lực chính trị và dư luận trong nước đã khiến các cuộc tiếp xúc học thuật khó chuyển hóa thành sự đồng thuận rộng rãi trong xã hội (Shin & Sneider, 2011).

Trong lĩnh vực *bảo tồn di sản*, các bất đồng về việc ghi nhận và diễn giải về những di sản liên quan đến ký ức lịch sử tại các diễn đàn quốc tế, đặc biệt trong khuôn khổ UNESCO nhiều lần làm gia tăng căng thẳng ngoại giao hai nước. Xung đột này vì vậy cũng lan sang *giao lưu nhân dân* khi các làn sóng phản đối cùng tâm lý bài Nhật tại Hàn Quốc (ngược lại bài Hàn tại Nhật Bản) từng dẫn đến việc hủy bỏ hoặc thu hẹp các sự kiện giao lưu văn hóa và học thuật song phương (MOFA of Japan, 2015).

Trong thời gian 2013-2014, hàng chục các cuộc biểu tình của một bộ phận người Nhật chống Hàn Quốc trên khắp Nhật Bản, thậm chí có phần gay gắt với các thông điệp "Hãy trở về Hàn Quốc" hay "Hãy giết chết Hàn Quốc". Công việc của các doanh nghiệp Hàn Quốc kinh doanh các sản phẩm văn hóa cũng trở nên trì trệ, giảm doanh thu. Trang website lớn WK của Nhật Bản chuyên quảng bá các sản phẩm văn

hóa của Hàn Quốc cũng chứng kiếm sự giảm mạnh lượng truy cập thay vì 40 triệu lượt mỗi tháng như trước đây (Park Si-soo, 2014).

3.3.1.2. Giai đoạn 2015 - 2024

Bước qua năm 2015, các xung đột trong quan hệ văn hóa Hàn - Nhật không biến mất mà chuyển sang hình thức phức tạp và thể chế hóa. Trong hạng mục *bảo tồn di sản*, những cuộc tranh cãi về Hồ sơ di sản thế giới và di sản phi vật thể tại UNESCO tiếp tục là những điểm nóng. Điều này phản ánh sự cạnh tranh về quyền diễn giải lịch sử trong không gian mang tính chuẩn mực quốc tế. Điều khác biệt so với giai đoạn trước là các xung đột này đã được "quản trị hóa" thông qua những cơ chế đa phương, đối thoại chuyên môn, thỏa hiệp về kỹ thuật, thay cho những đối đầu trực diện ở cấp song phương (UNESCO, 2023).

Trong hình thức *giao lưu nhân dân*, các tranh chấp an ninh và thương mại 2018 - 2019 phản ánh mức độ nhạy cảm khi gây nên những đợt suy giảm, cụ thể lượng khách qua lại giữa hai nước giảm mạnh so với mức đỉnh trước đó. Tuy nhiên, các chương trình giao lưu thanh niên và địa phương vẫn được duy trì như một "vùng đệm" nhằm ngăn chặn xung đột lan rộng sang đời sống dân sự. Theo Báo cáo của Bộ ngoại giao Nhật Bản, kênh giao lưu này đóng vai trò quan trọng duy trì sự tiếp xúc người dân hai nước, đặc biệt là thế hệ trẻ, góp phần ổn định nền tảng xã hội khi quan hệ song phương đang trong giai đoạn khó khăn (MOFA of Japan, 2024).

Với việc *hợp tác nghiên cứu, giáo dục*, giai đoạn này đã chứng kiến sự phân hóa hai chiều hướng, đặc biệt trong trao đổi học thuật. Các chủ đề nhạy cảm như lịch sử chiến tranh, ký ức thuộc địa cũng những diễn giải về di sản liên quan quá khứ vẫn luôn gây nên tranh cãi, khó đạt sự đồng thuận dù đã tồn tại các cơ chế đối thoại học thuật song phương (Shin & Sneider, 2011). Ngược lại, việc phối hợp trong các lĩnh vực ít nhạy cảm hơn như bảo tồn về kỹ thuật, nhân học, di sản phi vật thể và nghiên cứu khu vực Đông Bắc Á lại được mở rộng thông qua những dự án chung, hội thảo quốc tế trong khuôn khổ đa phương của UNESCO.

Như vậy, hai giai đoạn trên cho thấy sự chuyển biến trong tính chất của xung đột văn hóa giữa hai quốc gia. Giai đoạn 2003 - 2015 được đặc trưng bởi những xung đột mang tính biểu tượng và đối đầu trực diện, ảnh hưởng dễ dàng đến giao

lưu nhân dân và học thuật. Bước qua giai đoạn 2015 - 2024, xu hướng thể chế hóa và quản trị xung đột được hình thành, trong đó văn hóa vừa là khởi nguồn phát sinh, vừa là công để kiểm soát và làm "mềm hóa" những quan điểm bất đồng. Đây là một sự phát triển mang tính tương đối của quan hệ văn hóa về mặt văn hóa truyền thống giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Hai quốc gia đều nhận thức rõ ràng việc duy giao lưu văn hóa, học thuật là một điều kiện cần thiết để ngăn chặn xung đột chính trị dẫn đến sự đổ vỡ nền tảng xã hội trong quan hệ song phương.

3.3.2. Về văn hóa đại chúng

3.3.2.1. Giai đoạn 2003 - 2015

Trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản, lĩnh vực văn hóa đại chúng vừa là động lực giao lưu mạnh mẽ, vừa là lĩnh vực phát sinh nhiều xung đột mang tính cấu trúc và nhận thức. Trong suốt hơn 2 thập kỷ đầu thế kỷ XXI, những xung đột này đã có những thay đổi đáng kể về hình thức và mức độ, phản ánh sự chuyển biến môi trường truyền thông tại khu vực Đông Bắc Á. Với giai đoạn 2003 - 2015, những xung đột trong quan hệ văn hóa Hàn - Nhật thể hiện tính chất bất cân xứng giữa 2 trục: dòng chảy văn hóa và ký ức lịch sử.

Tại thời điểm này, đặc biệt tại khu vực các quốc gia Đông Á, Hàn Quốc cũng bắt đầu phải đối mặt với những cuộc khủng hoảng văn hóa khi những mối hoài nghi "Hallyu là Đối thủ hay là Hình mẫu (Model)" làm dấy lên trào lưu "chống lại Hallyu". Sự bùng nổ của Hallyu tại Nhật Bản với các sản phẩm K-drama và K-pop đã tạo nên sự lo ngại cho một bộ phận dư luận và giới truyền thông Nhật về "sự lấn át văn hóa từ Hàn Quốc". Điều này thể hiện rõ qua các *diễn ngôn truyền thông*. Mặc dù Làn sóng Hàn Quốc cũng được công nhận đã đem lại nhiều lợi ích đối với những hộ kinh doanh nhỏ lẻ ở Nhật Bản qua việc kinh doanh những sản phẩm theo phim, nâng cao hiệu quả quảng cáo theo sau hiệu ứng của các bộ phim. Tuy nhiên, trên thực tế, các diễn đàn chống lại Hallyu đã xuất hiện từ năm 2005 thông qua những phản ứng tiêu cực biểu hiện qua các diễn ngôn bài Hàn trong không gian truyền thông đại chúng và Internet tạo nên sự gia tăng căng thẳng trong quan hệ văn hóa hai nước (Iwabuchi, 2002). Các phương tiện truyền thông Nhật Bản đã từng có ý kiến đánh giá về phim truyền hình Hàn Quốc đóng vai trò tiêu khiển cho những

người "nội trợ trung niên" vì những hình ảnh nam chính quá chuẩn mực và nội dung không thực tế với đời sống các đất nước Á Đông (Mori, Yoshitaka. 2008). Một số lượng nam giới Nhật Bản đã tham gia vào phong trào chống lại Hallyu vì cho rằng nó đã gây ra hệ lụy xấu về tư tưởng cho phụ nữ đất nước họ.

Điển hình như truyện tranh Manga *Ghét Hàn Quốc* (Kenkanryu) tập 1, 2, 3, 4 của tác giả Yamano Sharin đề cập lại tranh chấp đảo Takeshima, chủ trương không thân thiện từ phía Hàn Quốc đã thu hút sự chú ý cộng đồng thế giới. Nội dung bộ truyện mô tả sinh viên đại học Nhật Bản đã từng thích người Hàn Quốc, nhưng sau khi hiểu rõ về văn hóa, lịch sử và bản sắc dân tộc người Hàn đã cảm thấy họ đáng trách nhiều hơn vì không nhận thấy chính Nhật Bản đã đem lại thành công kinh tế cho Hàn Quốc. Nhiều báo chí Hàn Quốc đăng tải vào năm 2006 đã chỉ rõ nguyên nhân chính là do sự xuất khẩu văn hóa một chiều của Hàn Quốc đã dấy lên sự lo ngại có thể lấn át, đánh mất bản sắc văn hóa của Nhật Bản (Chong Youngran, 2014). Tính đến năm 2014, cuốn sách đã bán được một triệu bản khi nội dung bài văn hóa Hàn kích thích sự tiêu thụ một bộ phận người Nhật (Park Si-soo, 2014).

Một bộ phận người Nhật thể hiện tư tưởng dân tộc quá khích khi châm biếm các nghệ sĩ Hàn Quốc có vẻ đẹp nhân tạo bởi phẫu thuật thẩm mỹ qua 12 tập Anime *Anh em nhà Daikon* (Nerima Daikon Brothers) xuất bản từ năm 2006. Đối với họ, Hallyu đã làm dấy lên tư tưởng chống lại chủ nghĩa nam quyền ở phụ nữ Nhật. Việc xây dựng chính sách đối ngoại vẫn nằm trong tay các chính trị gia cánh hữu-nam quyền nên tư tưởng thù địch với Hàn Quốc vẫn hiện diện bên cạnh phe ủng hộ việc tiếp nhận văn hóa đối phương (Wangbinlin, 2023).

Ở chiều ngược lại, việc tiếp nhận văn hóa đại chúng Nhật Bản với những tác phẩm hữu hình manga, Anime hay chương trình truyền hình vẫn luôn chịu ảnh hưởng tâm lý thời kỳ hậu thuộc địa cùng những ký ức lịch sử. Điều này khiến sự giao lưu văn hóa lĩnh vực này không cân xứng trở thành nguồn gốc của những bất mãn và tranh cãi (Kim, 2011). Những năm cuối thế kỷ XX, Nhật Bản đã cho ra mắt nhiều tác phẩm tái hiện lại lịch sử với những lý lẽ bảo vệ cho lòng tự tôn dân tộc, gây tranh cãi với dư luận thế giới và Hàn Quốc. Cụ thể, một số chương trình truyền hình, hay các tác phẩm phim hoạt hình, truyện tranh xây dựng hình ảnh người dân

Nhật Bản là nạn nhân của Chiến tranh thế giới. Hậu quả khủng khiếp từ vụ nổ bom nguyên tử ở Hiroshima cũng được giảng dạy tại trường học, lưu giữ tàn tích tại Bảo tàng chiến tranh Hiroshima, các cuộc phỏng vấn truyền hình nạn nhân sống sót. Song of the Cane Field là chương trình giành Giải thưởng danh giá được chứng nhận bởi Cơ quan Văn hóa Nhật Bản cũng tập trung kể về nỗi đau khổ của những người dân thường trong trận chiến Okinawa lịch sử. Những diễn giải lịch sử cũng được người Nhật tái hiện qua bộ truyện tranh *Gen Chân đất* (Barefoot Gen), 1973, phim hoạt hình *Mộ đom đóm* (Grave of the Firefly) phát hành 1988 có nội dung về cuộc sống của hai đứa trẻ vô tội là nạn nhân của cuộc chiến sống đói khát, cực khổ và cuối cùng không thể thoát khỏi cái chết.

Những tác phẩm đó đã khơi nguồn cho sự ra đời một bộ truyện tranh gây chú ý giai đoạn từ năm 2006 - 2013 là *Hetalia* (Hetalia: Axis Powers) của tác giả Himaruya Hidekaz xoay quanh các sự kiện chính trị và lịch sử với các nhân vật trong truyện đại diện cho mỗi quốc gia. Hetalia kể lại hồi ức của cuộc Thế chiến nhưng không miêu tả như cuộc chiến sự căng thẳng mà chỉ thông qua những cuộc tranh cãi trong các bàn nghị sự và xây dựng những quốc gia lớn giữ vai trò "người giám hộ" khi đem văn minh đến cho các nước nhỏ. Suốt thời gian phát hành và chuyển thể thành phim hoạt hình dài tập, tác phẩm gây nên sự phản đối mạnh mẽ từ đại chúng Hàn Quốc vì cho rằng các chi tiết tác phẩm mang tính bịa đặt khiến nhân vật "Hàn Quốc" đang bị hạ thấp phẩm giá khó chấp nhận (Rumi Sakamoto and Stephen Epstein, 2021). Cụ thể, nhân vật Hàn Quốc đưa ra những diễn ngôn mang tính tranh chấp bản quyền khi cho rằng mình là người khởi xướng nên một số giá trị về Nho Giáo, nguyên gốc của kiếm Nhật và các nhân vật Anime. Hay một chi tiết trong truyện miêu tả "nhân vật Hàn Quốc" đã ôm lấy ngực của "nhân vật Nhật Bản" nói rằng chúng thuộc về anh ta, với hàm ý đề cập đến "tranh chấp lãnh thổ xung quanh hòn đảo Dokdo/Takeshima" và khẳng định vùng đất này thuộc về Nhật Bản vì chúng nằm trên cơ thể "nhân vật Nhật Bản" (Annett, Sandra, 2014). Qua đó, Nhật Bản đã tận dụng sản phẩm văn hóa đại chúng thế mạnh để tạo diễn ngôn về diễn giải lịch sử và niềm tự hào dân tộc thông qua việc "hạ thấp hình ảnh" Hàn Quốc. Động thái trái ngược của tác giả bộ truyện với nỗ lực hòa giải quan hệ chính

trị song phương của Chính phủ Nhật Bản cho thấy sự phân cấp về tư tưởng, hành vi ở hai cấp độ người Nhật.

Ngay sau đó, một loạt những hành động phản đối đã diễn ra bởi nhóm công dân Hàn Quốc tại Nhật Bản (Zainichi). Họ đồng loạt đăng đơn kiến nghị với tổng số 17.000 chữ ký lên cổng Internet Daum cùng nữ nghị sĩ Quốc hội Chong Migyong nhằm yêu cầu yêu cầu Nhà sản xuất KidsTV ngưng phát sóng bộ phim (Miyake, Toshio, 2012). Tuy Bộ trưởng ngoại giao Hàn Quốc lúc bấy giờ không chính thức lên tiếng về xung đột văn hóa này nhưng vấn đề đã được giải quyết dưới tác động lớn của dư luận. Bộ phim sau đó được ra mắt dạng OVA (Video hoạt hình gốc) dưới dạng DVD hoặc BluRay đã không còn sự xuất hiện của "nhân vật Hàn Quốc".

Trong *phương diện đồng sản xuất, tham gia,* những ý kiến trái chiều vẫn xuất hiện ở một tác phẩm điển hình kết hợp của hai quốc gia. Bộ phim *Búp bê hơi* (Air Doll) (2009), chuyển thể từ Manga nguyên gốc nhân vật chính là cô gái người Nhật đã được đạo diễn người Nhật Koreeda Hirokazu chuyển thể thành phim điện ảnh với vai nữ chính do diễn viên Hàn Quốc Beae Doo Na đảm nhận. Nội dung kể câu chuyện về Nozomi, một búp bê tình dục sống cùng sống cùng người đàn ông trung niên cô độc tại Tokyo. Một ngày nọ, Nozomi bỗng bất ngờ có được "trái tim", bắt đầu có nhận thưc, cảm xúc và khát vọng được tồn tại như một con người thực thụ. Cô bước ra thế giới bên ngoài, trải nghiệm niềm vui, nỗi buồn, sự cô đơn và những mối quan hệ mong manh của con người sống trong đô thị hiện đại. Thông qua hình tượng búp bê hơi, bộ phim phản ánh sự trống rỗng tinh thần, tình trạng xã cách và nhu cầu được thấu hiểu trong xã hội đương đại. Bộ phim xuất hiện vào thời điểm Làn sóng Hàn Quốc bắt đầu có dấu hiệu bớt sôi động. Điều này đáp ứng được việc phục vụ cho thị trường toàn cầu của văn hóa đại chúng Nhật Bản, là cách thức "Cool Japan" cạnh tranh với "Korean Wave". Qua đó, người Nhật Bản hiếm hoi truyên truyền suy nghĩa hàm ý cho rằng "búp bê tình dục" hoặc "phụ nữ mại dâm" thường được phát ngôn trên truyền thông là biểu tượng "trái tim vàng" với giới đàn ông Nhật (Matthews, Roger, 2008). Đây là một trong những đặc điểm của văn hóa Otaku của Nhật Bản phủ sóng thế giới, ẩn chứa thông điệp ngoại giao được cho là "tích cực hóa" vai trò của những người "phụ nữ mua vui" vốn luôn là vấn đề cản trở bình thường hóa quan hệ hai quốc gia.

Tuy nhiên, một số ý kiến chỉ trích từ người Hàn lại cho rằng việc đạo diễn người Nhật đã cố ý chọn một diễn viên Hàn Quốc đóng vai một con búp bê tình dục toát lên hàm ý "Phụ nữ Hàn Quốc chỉ được ví như một con búp bê, không phải con người, và để thỏa mãn vấn đề sinh lý của nam giới". Air Doll lúc này phải hứng chịu dư luận hai chiều: một là giảm bớt căng thẳng trong các kênh truyền thông văn hóa giữa hai quốc gia, nhưng cũng làm dậy lên làn sóng phản ứng trái chiều từ hai phía xoay quanh vấn đề nhạy cảm "phụ nữ mua vui".

Với các *hoạt động trao đổi nghệ thuật*, những nghệ sĩ nổi tiếng người Hàn Quốc nhận những lời chỉ trích nặng nề dưới lăng kính của tinh thần dân tộc. Cụ thể, những buổi biểu diễn âm nhạc, sự kiện văn hóa giải trí xuất hiện hình ảnh gợi nhớ lá cờ Nhật Bản, biểu tượng chế độ nô dịch tàn bạo đều nhận chỉ trích. Như việc Tiffany của nhóm nhạc Girls' Generation đăng hình ảnh kỷ niệm nhóm vừa hoàn thành buổi hòa nhạc cuối ở ToKyo trên Snapchat có chiếc túi xách với Hastag "Tokyo, Japan", trùng ngày kỷ niệm kết thúc thời kỳ Nhật Bản chiếm đóng Hàn Quốc hơn 70 năm trước; T.O.P mặc áo áo khoác có họa tiết mặt trời mọc hay hình ảnh thành viên G-Dragon trên một tấm bảng được trang trí tia sáng đỏ và trắng xen kẽ như cờ Nhật Bản thời kỳ chiếm đóng thuộc địa hay 2PM, T-ara biểu diễn với phông nền sân khấu có hình tương tự. Trong buổi diễn tập sự kiện năm 2012, cũng như một số nghệ sĩ vướng phải chỉ trích về trang phục nhạy cảm, Hyeri của nhóm nhạc Girls' Day xuất hiện trong chiếc áo vốn là quà cảm ơn của người hâm mộ Nhật Bản vì buổi hòa nhạc miễn phí của nhóm sau trận động đất Tohoku, với khẩu hiệu "Áo sơ mi của tôi sẽ giúp nước Nhật" minh họa bởi hình ảnh trái tim bao quanh mặt trời mọc cùng tia sáng hy vọng màu đỏ và trắng lại tiếp tục dấy lên những tranh cãi. Hay trường hợp của diễn viên Ha Yeon-soo với bức ảnh đã cố chỉnh sửa màu của phông nền phía sau bớt đi độ tương đồng hình ảnh mặt trời mọc của một bức ảnh chụp chung với chú khỉ rạp xiếc ở Nga càng vấp phải những câu hỏi gay gắt hơn về ý thức ngay từ đầu (Koreaboo, 2018).

Áp lực cho những người nổi tiếng tiêu biểu cho văn hóa đại chúng Hàn Quốc vốn được kỳ vọng là những người yêu nước chân chính, gương mẫu trong những hoạt động có liên quan đến mối quan hệ giữa hai quốc gia ngày càng gia tăng về mặt tần

suất thời gian này (Tsai, Eva. 2007). Những nghệ sĩ này phải chứng tỏ được vị thế công dân tốt và không khiến người hâm mộ Nhật Bản xa lánh. Nữ diễn viên Kim Tae Hee với việc đưa ra những quan điểm về đảo Dokdo/Takeshima thuộc sở hữu người Hàn sau đó đã bị loại khỏi tất cả các quảng cáo tại thị trường Nhật Bản và hứng chịu sự tẩy chay từ một số công dân Nhật (The Korea Herald/ Asian News Nertwork, 2012). Nam diễn viên Bae Yong-jun còn được khán giả Nhật Bản gọi ưu ái "Yon sa-ma" là người may mắn đã có cách ứng xử khéo léo khi trình bày nghiêm túc suy nghĩ với câu hỏi về quan điểm việc sở hữu hòn đảo tranh chấp Dokdo/Takeshima hài hòa được cả hai mục đích nêu trên (Kim, Min- gyeong, 2016)

Nghệ sĩ Nhật Bản cũng không tránh khỏi sự xét nét, phản đối từ chính người dân nước mình. Năm 2011, màn trình diễn của cháu gái Hoàng đế Nhật Bản Akihito, Gako sao chép vũ đạo bài hát "Oh" của nhóm nhạc Girls' Generation nhận được một số bình luận không hài lòng của cư dân mạng Nhật Bản (Yoon Y-S, 2011). Cùng năm ấy, một truyện tranh Nhật Bản với tựa đề "Chase of Febricated K-Pop Boom" với nội dung chỉ ra những mặt tiêu cực của ngành công nghiệp giải trí Hàn Quốc về vấn nạn tự tử, hối lộ và mại dâm được phổ biến rộng rãi khơi dậy xung đột nối tiếp hàng loạt làn sóng diễn ngôn truyền thông không mấy tích cực trước đó (The Korea Times, 2011).

3.3.2.2. Giai đoạn 2015 - 2024

Quan hệ văn hóa đại chúng giữa Hàn Quốc và Nhật Bản chuyển sang hình thức cạnh tranh và xung đột mang tính công nghiệp và số hóa. Sự trỗi dậy mang tính toàn cầu của K-pop, phim Hàn cùng những nội dung số trên nền tảng phát sóng trực tuyến làm gia tăng áp lực cạnh tranh đối với ngành công nghiệp giải trí Nhật Bản, vốn đã từng giữ vị thế trung tâm ở châu Á. Các cuộc tranh luận xoay quanh vấn đề bản quyền, điều kiện phân phối cùng vị thế nghệ sĩ giữa hai quốc gia phản ánh một dạng xung đột mới, ít mang tính cảm xúc lịch sử mà gắn chặt với lợi ích kinh tế và quyền lực truyền thông (Jin, 2016).

Từ năm 2015 đánh dấu xung đột đỉnh điểm trong quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản với hàng loạt các bất đồng trong việc giải quyết vấn đề lịch sử, tranh chấp chấp thương mại và an ninh. Cụ thể, mở đầu là chính sách đền bù cho vấn đề "phụ nữ mua vui" được phía nạn nhân Hàn Quốc đánh giá không thỏa đáng. Cùng lúc, đảo

Gunkanjima/Hashima với cuộc Cách mạng công nghiệp Minh Trị Nhật Bản được UNESCO công nhận di sản văn hóa bởi vì sự đóng góp cho sự phát triển của Đông Á thời kỳ 1850 - 1910 gây bất bình cho cho người Hàn vì liên quan đến ký ức lịch sử về "lao động cưỡng bức". Cuộc "thương chiến" giữa hai quốc gia năm 2018 - 2019 dẫn đến những hành động trả đũa vào hệ thống an ninh chung. Tất cả những diễn biến trên dẫn đến những căng thẳng chính trị song phương gây nên những chiến dịch tẩy chay văn hóa mang tính ngắn hạn. Điều này cho thấy văn hóa đại chúng vẫn dễ bị tổn thương trước biến động chính trị (MOFA of Japan, 2019).

Với việc *mua bán sản phẩm*, việc không tìm được tiếng nói chung trong việc giải quyết vấn đề "cưỡng bức lao động" trong giai đoạn này dẫn đến "cuộc chiến thương mại" năm 2019 giữa hai quốc gia với những hành động trừng phạt, trả đũa lẫn nhau về kinh tế. *Anime* Nhật Bản trở thành đối tượng bị ảnh hưởng khi phần 5 phim *Thám tử Butt* (Butt Detective: The movie) và phần 39 của bộ phim Doraemon đã bị hoãn phát hành tại rạp vô thời hạn ở Hàn Quốc thời điểm này. Trước đó, các tác phẩm đều nhận được số điểm đánh giá tối đa trên các Website Hàn Quốc, nhưng sau đó lại nhận được phản ứng ngược lại khi ra mắt bởi hiệu ứng kêu gọi tẩy chay Nhật Bản (Gavin J Blair, 2019).

Các sản phẩm văn hóa đại chúng trở thành những đại diện cho các *diễn ngôn truyền thông* cho cả hai quốc gia. Đối với Hàn Quốc, bộ phim điện ảnh *Đảo địa ngục* (The Battleship Island - 2017) mô tả thực trạng về "lao động cưỡng bức" của người Triều Tiên dưới sự quản lý hà khắc của chính quyền Nhật Bản lúc bấy giờ. Bộ phim mô tả hòn đảo Gunkanjima/Hashima là "địa ngục", là "di sản đen tối" với sự bốc lột khắc nghiệt sức lực lao động người Hàn cho công cuộc phát triển Nhật Bản khiến họ phải đứng lên đấu tranh tự giải phóng mình dù phải đánh đổi tính mạng. Ngay khi bộ phim ra mắt, Yoshide Suga, lúc bấy giờ giữ chức Chánh văn phòng Nội các đã tỏ thái độ ôn hòa chỉ xem tác phẩm không phải là thước phim phản ánh sự kiện lịch sử thật sự. Nhưng bên cạnh đó, Thư ký Báo chí Morio Maruyama của tờ báo Nhật Bản Sankei Shimbun lại cho rằng bộ phim đã có những tác động tiêu cực đến nỗ lực phát triển mối quan hệ giữa hai quốc gia (Takahiro Namura, 2017).

Song song đó, những bộ phim đề tài yêu nước thời kỳ Hàn Quốc bị Nhật Bản chiếm đóng được những nhà sản xuất Hàn Quốc khai thác mạnh mẽ. Những vấn đề

lịch sử vẫn còn tranh cãi cũng được các nhà sáng tạo nội dung mạnh dạn đưa ra, như lên án vấn nạn "phụ nữ mua vui" trong *Quỷ hương* (Spirit's Homecoming) (2016), *Con đường tuyết* (Snowy Road) (2017). Đây là sự nối tiếp với một số bộ phim cùng mô tuýp, nêu cao tinh thần chiến đấu kiên cường của người Triều Tiên trước kẻ thù lịch sử tàn bạo không khoan nhượng như *Đại Thủy Chiến* (Admiral: Roaring Current) (2014), *Sứ mệnh truy sát* (Assasination) (2015), *Mật vụ* (The age of Shadow) (2016), *Anh hùng Park Yeol* (Arnachist form the colony) (2017). Tuy nhiên, sự khôn khéo của người Hàn thể hiện qua việc không quá tập trung vào việc đả kích, tố cáo người Nhật, những bộ phim này có cái nhìn đa chiều khéo léo lồng ghép cả những người Nhật về phe chính nghĩa và hình ảnh những nhân vật Hàn phản bội lại lý tưởng dân tộc. Sự ra đời của tác phẩm *Quật mộ trùng ma* (Exhuma), năm 2024 cũng tinh tế nhắc lại nhiều chi tiết lịch sử ẩn sâu. Cụ thể như các chi tiết biển số xe các nhân vật nam và nữ chính lần lượt là ngày khởi đầu Phong trào kháng Nhật chính thức 01/03/1919, ngày Giải phóng dân tộc Hàn Quốc 15/08, tên của các nhân vật là những nhà hoạt động cách mạng đã hy sinh thời kỳ Nhật Bản chiếm đóng. Điều đáng chú ý là nhân vật phản diện "trùng ma"- quái vật gây ra nhiều tai ương là một viên tướng người Nhật và câu thoại "con cáo cắt đứt eo con hổ" cùng với các tọa độ 38.3417 hay 128.3289 ám chỉ việc Chính phủ Nhật Bản có phần trách nhiệm khi gây ra sự chia cắt hai miền Nam Bắc của Triều Tiên trong Thế chiến II.

Hàn Quốc đã sử dụng bộ phim điện ảnh nhằm truyền tải những câu chuyện mang tính dân tộc như một diễn ngôn kêu gọi nhận thức đúng đắn, khách quan về vấn đề lịch sử trước dư luận quốc tế. Tuy nhiên, từ sau phản hồi về bộ phim Đảo địa ngục, chính quyền Nhật Bản hay những Cơ quan báo chí Nhật Bản cũng không có những phát ngôn hay bình luận cụ thể. Sự hưởng ứng các tác phẩm này với tổng doanh thu khả quan đã chứng tỏ sự quan tâm của người xem toàn cầu với *Admiral: Roaring Current* là 117 triệu USD, và *Assasination* 85 triệu USD (James H., 2016). Hay khi *Arnachist form the colony*, được đánh giá bám sát lịch sử, được công chiếu ở Nhật Bản năm 2019 tạo nên hiệu ứng đều cháy vé ngày đầu tiên tại tất cả rạp chiếu phim, đã chứng tỏ sự quan tâm lớn của người Nhật về vấn đề lịch sử có liên quan đến Hàn Quốc (Hữu Tuyên, 2019). Ngay sau đó, một cuộc khảo sát 147 sinh viên các trường Đại học tại Tokyo tháng 4 năm 2017, 63% người Nhật được khảo

sát cho thấy thế hệ của họ không cần phải cảm thấy tội lỗi với những sai lầm của tổ tiên Nhật Bản thời kỳ đó, trong khi 36% sẵn sàng chấp nhận trách nhiệm (Rumi Sakamoto, Stephen Epstein, 2021). Nối tiếp những tác động về dư luận đó, tác phẩm điển ảnh Hàn Quốc *Quật mộ trùng ma* (Exhuma) với đề tài kinh dị, tâm linh cũng đạt doanh thu toàn cầu 81,4 triệu USD (Danh Nghi, 2024).

Bên cạnh phim điện ảnh, các hãng phim truyền hình Hàn Quốc tiếp tục phát huy trào lưu khai thác chủ đề lịch sử với *Pachinko* (Phần 1-2022 và Phần 2-2024). Bộ phim tập trung tái hiện cuộc sống người Hàn Quốc phải di cư sang Nhật Bản thời kỳ đất nước bị chiếm đóng vì những lý do: chiến tranh, đói nghèo, tị nạn hay và cả bị cưỡng bức lao động, hình thành nên cộng đồng người Hàn tại Nhật hiện nay, còn gọi là Zainichi. Tác phẩm nhận được những đánh giá rất tích cực trong việc mô tả hiện thực đời sống bị phân biệt đối xử tại Nhật của những người này từ những báo *New York Times*, *The Guardian* (Hà Thu, 2022). Bất chấp việc phớt lờ của truyền thông chính thống Nhật Bản, Báo Japan Times đã lên tiếng dành lời khen cho những thông điệp mà bộ phim để lại kêu gọi sự công bằng cho cộng đồng này, thu hút lượng khán giả lớn ở phương Tây (Kris Kosaka, 2022). Trong bài viết của tờ báo The Gurardian, đại diện của tập thể người Zainichi dựa trên hiệu ứng bộ phim đã tiếp tục đòi hỏi việc Nhật Bản thừa nhận thay vì trốn tránh trách nhiệm về hậu quả gây ra với Hàn Quốc (Justin McCurrry, 2022). Như vậy, xung đột từ quan điểm, hành động của Hàn Quốc và Nhật Bản đối với những sản phẩm văn hóa đại chúng Hàn thời kỳ này tiếp tục thể hiện rõ sự đối lập.

Trong phương diện *trao đổi nghệ thuật*, tư tưởng tinh thần dân tộc yêu nước tiếp tục thể hiện đối lập nhau qua những động thái, hành động của những nghệ sĩ hoạt động trong lĩnh vực văn hóa của cả hai quốc gia. Điển hình, Sunny, thành viên khác của Girls' Generation đăng bức ảnh lá cờ Hàn Quốc lên tài khoản Instagram trong ngày kỷ niệm phong trào độc lập chống Nhật Bản với thông điệp "Một quốc gia quên mất quá khứ của nó không có tương lai". Thông điệp được viết bằng tiếng Hàn này làm hài lòng khán giả trong nước nhưng lại nhận được sự thất vọng và tức giận của người hâm mộ Nhật (Lee, J., 2015). G-Dragon, trong cùng ngày Tiffany bị chỉ trích với hình ảnh trên Snapchat, với hình ảnh nâng lá cờ quốc kỳ Hàn Quốc lên cũng vấp phải những bình luận tiêu cực từ công chúng Nhật Bản tuy nhận được

500.000 lượt thích, trước đó hình ảnh anh cùng cờ Hàn Quốc cũng được đăng trên Tạp chí trực tuyến Insait'u của Nhật Bản. Thái độ của người Nhật không chỉ xoay quanh hình ảnh lá cờ, mà tỏ rõ sự thất vọng trước người Hàn chỉ biết bức xúc về nỗi đau dân tộc mà vô cảm về những tổn thương của những thiệt hại của người Nhật.

Tiếp nối vào năm 2018, Jimin thành viên của nhóm nhạc BTS được phát hiện mặc một chiếc áo có cờ Hàn Quốc với thông điệp về lòng yêu nước đặt cạnh hình ảnh đám mây cây nấm vụ nổ bom nguyên tử tại Nhật Bản trong Thế chiến thứ 2. Tuy công ty quản lý nhóm nhạc đã xin lỗi nhưng chương trình truyền hình TV Asahi đã hủy bỏ sự xuất hiện của BTS theo dự định. Trước diễn biến đó, một số khán giả Hàn Quốc vẫn luôn bênh vực cho thần tượng quốc dân khi cơ quan truyền thông BBC đăng tải câu chuyện càng làm rõ hơn tinh thần dân tộc yêu nước rõ nét (BBC, 2018).

Theo nghiên cứu của tác giả Elfving-Hwang, kênh truyền thông xã hội của các thần tượng được quản lý và kiểm duyệt vô cùng nghiêm ngặt khi cần thiết, với việc khuyến khích những diễn ngôn mang tính dân tộc đại diện cho hình ảnh Hàn Quốc trên trường quốc tế, tạo nên những ảnh hưởng lớn về tư tưởng với người hâm mộ (Elfving - Hwang, Joanna, 2018). Một nhận định cho thấy rõ suy nghĩ của cộng đồng người hâm mộ hai quốc gia với những người nổi tiếng của Làn sóng Hàn Quốc vẫn khó tìm thấy tiếng nói chung, và hy vọng về sự xích lại gần nhau vẫn còn rất nhiều rào cản.

Nhìn chung, sự xung đột trong quan hệ lĩnh vực văn hóa đại chúng của hai quốc gia đã có sự chuyển biến nhất định. Nếu giai đoạn 2003 - 2015 có những xung đột xuất phát từ những ký ức lịch sử và sự bất cân xứng trong dòng chảy văn hóa bùng nổ bởi Hallyu thì bước sang giai đoạn 2015 - 2024 xung đột lại thể hiện rõ tính cấu trúc và sự cạnh tranh sức mạnh mềm trong bối cảnh toàn cầu hóa và số hóa. Xung đột văn hóa dần rời khỏi không gian song phương thuần túy tiến đến gắn liền với thị trường quốc tế và các nền tảng mang tính toàn cầu. Qua đó, quan hệ văn hóa đại chúng giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đã bước sang một giai đoạn mới: nền công nghiệp văn hóa, quy luật thị trường đã có sự tác động, thay vì chỉ bởi những bất đồng quan điểm lịch sử như trong giai đoạn trước đây.

Tiểu kết chương 3

Nhìn chung, hơn hai thập kỷ 2003 - 2024, quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đã có sự chuyển biến rõ nét. Sức mạnh mềm chính là động lực để hai quốc gia tập trung phát triển văn hóa nội tại, tạo nền tảng đối trọng trong quan hệ song phương lĩnh vực này nhằm củng cố vị thế "cường quốc văn hóa" tại khu vực Đông Á. Thuận theo những nguyên tắc của CNTD, luôn coi trọng sự hợp tác để tối đa hóa lợi ích quốc gia, quan hệ văn hóa hai bên được nhấn mạnh thông qua 9 cuộc họp thượng đỉnh song phương đã dịch chuyển từ những thảo luận mang tính tổng quát, biểu tượng sang những cơ chế và hiện thực hóa về hai lĩnh vực văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng. Cụ thể, các hình thức giao lưu nhân dân, trao đổi sinh viên, giao lưu thanh niên hay quan hệ địa phương đã được thực thi, đánh giá và không ngừng rút kinh nghiệm để duy trì lâu dài ổn định. Điểm chung trong chính sách văn hóa của hai quốc gia là chú trọng kết hợp chặt chẽ giữa yếu tố văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng trong hầu hết những hình thức hợp tác trên để đảm bảo sự phát triển bền vững cho lĩnh vực. Điều này phản ánh sự trưởng thành trong mối quan hệ song phương khi hai quốc gia tận dụng văn hóa như một công cụ mềm để đối thoại xã hội, xây dựng lòng tin và gia tăng lợi ích kinh tế đôi bên.

Dựa trên các thể chế đã được thống nhất, các hoạt động hợp tác văn hóa đã được thực thi giữa hai quốc gia tạo nên những thành tựu đáng ghi nhận. Giữ vững bản sắc, linh động thay đổi chiến lược trong chính sách phát triển và hợp tác văn hóa dưới góc nhìn của CNKT, cả Nhật Bản và Hàn Quốc đã chứng tỏ sự thích nghi tốt với những biến động bối cảnh và thể hiện sự học hỏi lẫn nhau hiệu quả. Nhật Bản đi trước về về văn hóa truyền thống khi thực hiện chương trình Đại sứ văn hóa chú trọng công tác bảo tồn di sản đa phương với UNESCO, chia sẻ kinh nghiệm gìn giữ các giá trị văn hóa và nghệ thuật truyền thống với Hàn Quốc. Trong khi đó, Hàn Quốc gây nên hiện tượng văn hóa đại chúng với Hallyu qua con số phát sóng và tiêu thụ phim ảnh và âm nhạc tại thị trường Nhật Bản gia tăng liên tục. Sự xuất hiện của khu phố Shin - Okubo được xem là một "Tokyo Koreatown" (Một thành phố Hàn Quốc giữa Tokyo) đã chứng minh về sự tiếp nhận mạnh mẽ văn hóa đại chúng Hàn Quốc của người Nhật.

Hợp tác về văn hóa truyền thống với bảo tồn di sản, giao lưu nhân dân, trao đổi học thuật, giao lưu thanh niên, giao lưu địa phương đã chuyển biến theo quỹ đạo từ những động thái thận trọng sang việc mạnh dạn thể chế hóa, gác bỏ những bất đồng quá khứ hướng đến tương lai. Những kết quả này tạo nên những nền tảng tri thức, xã hội chung vững chắc giúp sức cho việc hàn gắn quan hệ Hàn - Nhật. Tiếp cận với CNTTD, các sản phẩm văn hóa đại chúng của cả hai quốc gia đã trở thành hàng hóa, tham gia vào quá trình trao đổi kinh tế hai chiều. Làn sóng văn hóa Hallyu lúc đầu hiện diện tại Nhật Bản với độ phủ sóng và thương mại hóa theo sản phẩm đã thúc đẩy Nhật Bản thay đổi chính sách. Từ đây, Chính phủ Nhật đã phát triển sản phẩm từ hướng nội hóa sang đẩy mạnh xuất khẩu nội dung để tạo nên thế cân bằng vị thế với Hàn Quốc, nói cách khác là cân bằng tương tác giữa hai cường quốc nội dung. Công nghiệp văn hóa của hai quốc gia đã trở thành trụ cột kinh tế đối ngoại làm cho quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trở thành một phần hữu hình của cấu trúc kinh tế sáng tạo Đông Á.

Bên cạnh đó, quá trình hợp tác liên quốc gia giữa Hàn Quốc, Trung Quốc và Nhật Bản giúp duy trì kênh hợp tác chung phòng trừ trường hợp quan hệ song phương một số cặp quốc gia gặp vấn đề. Với sáng kiến "Đô thị văn hóa Đông Á" được duy trì từ 2007, sự hợp tác đa phương này tạo nên thế "kiềng ba chân" về văn hóa cho một khu vực Đông Bắc Á ổn định lâu dài. Bên cạnh đó, trong mối quan hệ với UNESCO, mỗi quốc gia cũng khẳng định được những vai trò quan trọng trong các diễn đàn bảo tồn và quản trị di sản vật thể và phi vật thể thế giới.

Bên cạnh những kết quả khả quan ấy luôn hiện hữu những xung đột. Những xung đột chủ yếu xoay quanh các quan điểm lịch sử bất đồng thể hiện qua các sản phẩm văn hóa truyền thống lẫn văn hóa đại chúng. Lúc này, văn hóa vừa trở thành nguồn phát sinh tranh cãi, cũng là công cụ làm "mềm hóa" những bất đồng. Đặc biệt dưới bối cảnh phát triển của không gian truyền thông đại chúng, toàn cầu hóa và số hóa, sự xung đột còn mang tính chất cạnh tranh sức mạnh mềm về bản sắc, tính chính danh lịch sử và vị thế văn hóa khổng chỉ ở không gian song phương thuần túy mà còn vươn đến thị trường quốc tế.

Chương 4. NHẬN XÉT VÀ DỰ BÁO VỀ QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC VÀ NHẬT BẢN

4.1. Nhận xét về chiến lược phát triển văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)

Chính sách văn hóa là một yếu tố quan trọng định hình nên chiến lược phát triển văn hóa của Nhật Bản và Hàn Quốc. Để đạt được những thành tựu như hiện nay, chính sách văn hóa của cả hai quốc gia đều thực hiện quy trình thể chế hóa với một số hạng mục tương đồng điển hình hướng đến mục đích trao đổi văn hóa song phương và đa phương. *Thứ nhất,* Quỹ trao đổi văn hóa quốc tế cung cấp nguồn lực tài chính hỗ trợ cho các hoạt động trao đổi văn hóa, lễ hội văn hóa, trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân, địa phương liên quốc gia; *Thứ hai,* Trung tâm, Hiệp hội văn hóa và nghệ thuật đặt trụ sở ở nhiều châu lục thực hiện nhiệm vụ quảng bá, tổ chức các chương trình giao lưu văn hóa tại nước nội tại. *Thứ ba,* Website của Bộ ngoại giao hoặc các Tổ chức ngoại giao văn hóa đa ngôn ngữ để phổ biến công khai các chính sách, hoạt động, sự kiện trong lĩnh vực (DB of Japan, DWP of Korea, 2003 - 2024)

Tuy nhiên, dưới góc nhìn của CNKT, bản sắc dân tộc và chuẩn mực xã hội đã tạo nên những định hướng riêng biệt giữa hai quốc gia đã tạo nên lợi thế cạnh tranh cùng nhau trong nguồn lực "mềm" này. Với mục đích nuôi dưỡng lòng tự hào bản sắc dân tộc cao, Nhật Bản lại lựa chọn thực thi chiến lược "từ dưới lên trên" chú trọng bảo tồn vững vàng các di sản, văn hóa truyền thống, niềm tin, tín ngưỡng, võ thuật vững chắc trước tiên. Điều này xuất phát từ sự lo sợ việc mất định hướng, xáo trộn về văn hóa bởi sự du nhập văn hóa phương Tây từ quá khứ (Iwabuchi, 2002). Các giá trị này sau đó mới lồng ghép vào các sản phẩm văn hóa đại chúng điển hình như truyện tranh (manga), phim hoạt hình (Anime) tạo nên sự thu hút với người hâm mộ toàn cầu. Đồng thời, với sự điều tiết chính từ Chính phủ kết hợp chặt chẽ với doanh nghiệp, sự hiện diện của các sản phẩm văn hóa đại chúng được mở rộng. Chiến dịch Cool Japan chính thức ra mắt năm 2012 là đại diện chính thức của công nghiệp văn hóa Nhật Bản để tô đậm thêm hình ảnh thân thiện của quốc gia này với cộng đồng thế giới (Valaskivi, 2013).

Hàn Quốc theo định hướng chiến lược "từ trên xuống dưới" với việc ưu tiên đẩy mạnh sự hiện diện văn hóa trên thế giới qua Làn sóng Hàn quốc (Hallyu) từ cuối thế kỷ thứ XX. Chủ trương của quốc gia này là kiến tạo một nền văn hóa mang tính toàn cầu thông qua việc gia tăng xuất khẩu các sản phẩm phim ảnh, âm nhạc để thu về lợi ích kinh tế, cũng như tạo sự thiện cảm với khán giả nước ngoài. Với tiêu chí không can thiệp sâu, Chính phủ hỗ trợ vốn, đầu tư cơ sở hạ tầng, truyền thông mạnh mẽ cho các công ty giải trí tư nhân tự do đa dạng hóa nội dung (Jin, 2016). Ngành công nghiệp văn hóa sau đó liên tục được tái cấu trúc thành công nghiệp nội dung, công nghiệp sáng tạo đưa các giá trị văn hóa truyền thống đời sống, lễ nghĩa, địa phương vào các sản phẩm văn hóa đại chúng đi vào đời sống giải trí của cộng đồng quốc tế. Với mục đích lan tỏa văn hóa quốc gia tối ưu, Hàn Quốc chấp nhận việc lai ghép, địa phương hóa nội dung phim ảnh, âm nhạc để tạo sự gần gũi với mọi phân khúc khán giả của thị trường tiếp nhận (Choi, 2014).

Với mỗi định hướng chiến lược đặc trưng, Hàn Quốc và Nhật Bản đều đạt được những thành tựu nhất định về kinh tế và xây dựng vị thế quốc gia. Tuy nhiên, để có thể đảm bảo được sự phát triển bền vững cho nguồn lực sức mạnh mềm này, cần nhận thức rõ ưu điểm và khuyết điểm của mỗi chiến lược phát triển văn hóa để có những biện pháp thực thi và điều chỉnh phù hợp.

Bảng 4.1: So sánh Ưu, khuyết điểm của hai chính sách văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản *(NCS tự tổng hợp)*

	Chiến lược "từ trên xuống dưới" của Hàn Quốc	**Chiến lược "từ dưới lên trên" của Nhật Bản**
Ưu điểm	- Có tính linh hoạt, dễ thích ứng vì các sản phẩm văn hóa đại chúng chấp nhận sự lai ghép, địa phương hóa để thích ứng với thị hiếu của của từng thị trường tiếp nhận. - Khả năng khai thác kinh tế mạnh mẽ với việc định vị văn hóa là một trong những ngành công nghiệp	- Bảo vệ chiều sâu và bền vững của văn hóa với việc gìn giữ các di sản, văn hóa truyền thống luôn được ưu tiên - Tạo sự khác biệt trên thị trường toàn cầu vì duy trì những sản phẩm có bản sắc riêng với manga, Anime,

	mũi nhọn đem lại những khoản lợi nhuận khổng lồ, thông qua xuất khẩu nội dung và thương mại hóa du lịch, thời trang và mỹ phẩm. - Hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ nhờ Chính phủ hỗ trợ vốn, cơ sở hạ tầng, truyền thông từ, kết hợp doanh nghiệp, cá nhân đẩy mạnh liên tục chất lượng nội dung phim ảnh, âm nhạc.	võ thuật, ẩm thực mang đạm dấu ấn văn hóa dân tộc. - Tạo sự ổn định, phát triển lâu dài cho lĩnh vực khi cân bằng được vai trò nhà nước và doanh nghiệp với quy luật Chính phủ điều tiết, trong khi doanh nghiệp sáng tạo, sản xuất.
Khuyết điểm	- Phụ thuộc vào xu hướng vì thị hiếu của cộng đồng toàn cầu thay đổi liên tục - Mờ nhạt các giá trị nguồn gốc, truyền thống bởi sự thương mại hóa quá mức khi văn hóa bị đồng nhất như hàng hóa trao đổi giữa nhiều thị trường.	- Tốc độ lan tỏa chậm hơn vì hạn chế truyền thông, truyền bá văn hóa một chiều khi chỉ tập trung giới thiệu văn hóa bản đại đến công chúng toàn cầu. - Chưa phát huy mạnh được lợi ích kinh tế vì khó thích ứng toàn cầu khi giữ vững sự kiên định trong bảo tồn văn hóa, loại trừ việc địa phương hóa với thị hiếu thị trường nước ngoài.

Những phân tích nêu trên đã cho thấy không có một hình mẫu nào mang tính tối ưu cho tiến trình xây dựng công nghiệp văn hóa của mỗi quốc gia. Cũng dưới góc nhìn của CNKT, bản sắc và những chuẩn mực xã hội trong chiến lược văn hóa tuy định hình nên sự độc đáo riêng nhưng cũng có tính động và được điều chỉnh theo thời gian. Hàn Quốc tạo nên thành tựu trong việc thương mại và toàn cầu hóa văn hóa trong khi Nhật Bản được công nhận là quốc gia điển hình trong việc gìn giữ, bảo tồn được bản sắc văn hóa nguồn cội. Sự kết hợp linh hoạt cả hai chiến lược vừa thúc đẩy tốc độ toàn cầu hóa vừa chú trọng bảo tồn giá trị truyền thống sẽ giúp duy trì được độ thu hút của nền văn hóa mỗi quốc gia và tạo nên giá trị kinh tế bền vững trong thời đại toàn cầu hóa hiện nay.

Nhìn chung, trong quan hệ văn hóa song phương giai đoạn 2003 - 2024, Nhật Bản là quốc gia đi trước trong công cuộc phát triển văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa văn hóa tạo nên dòng chảy ngược chuyển đổi từ văn hóa phương Tây sang phương Đông. Nền văn hóa truyền thống chuẩn mực với bảo tồn di sản, nghệ thuật biểu diễn dân gian, thủ công mỹ nghệ, nghiên cứu, trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân tạo nên một nền tảng xã hội Nhật Bản ổn định. Văn hóa đại chúng của Nhật cũng sớm thống lĩnh khu vực Đông Á và toàn cầu dù Chính phủ luôn hạn chế việc truyền bá, phổ cập rộng rãi bởi di chứng của thời kỳ đế chế quân phiệt trước đây. Hàn Quốc từ một xuất phát điểm là quốc gia phụ thuộc, phải học hỏi kinh nghiệm đã từng bước đi lên, tiến đến sự độc lập trong định hướng phát triển. Đứng trước chính sách ưu tiên thị trường trong nước hơn thị trường quốc tế của Nhật Bản, Hàn Quốc đã lựa chọn một chiến lược đối nghịch với xuất khẩu văn hóa là trọng tâm để xây dựng nên một nền công nghiệp văn hóa bứt phá toàn cầu. Hàn Quốc là trường hợp quốc gia có sự nhạy bén trong việc học hỏi kinh nghiệm từ chính quốc gia mình muốn cạnh tranh để từ đó trở nên độc lập và có khả năng cạnh tranh trở lại về vị thế văn hóa.

4.2. Đánh giá về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)

Bước qua thế kỷ thứ XX, Hàn Quốc và Nhật Bản đã có những bước tiến lớn trong việc củng cố và phát triển quan hệ văn hóa. Chính sách mở cửa của Chính phủ Hàn Quốc trong việc chính thức tiếp nhận sản phẩm văn hóa Nhật Bản từ năm 1998 là bước ngoặt đưa hai quốc gia trở thành đối tác của nhau trong lĩnh vực này nhiều năm qua. Nhật Bản và Hàn Quốc sử dụng văn hóa như một công cụ xây dựng hình ảnh để gia tăng sự nhìn nhận tích cực về nhau cũng như với cộng đồng quốc tế. Điều này vừa tạo sự hấp dẫn vừa khẳng định vị thế quốc gia trong quan hệ nói chung và quan hệ văn hóa nói riêng. Xem xét một cách toàn diện, mối quan hệ song phương này thể hiện rõ nét hai mặt đối lập: hợp tác và xung đột. Với quan điểm của CNTD và CNTTD, sự hợp tác giữa hai quốc gia là một điều tất yếu phản ánh sự tin tưởng, phụ thuộc đôi bên hướng đến lợi ích trước những diễn biến của bối cảnh khu vực, thế giới và mỗi quốc gia. Ngược lại, với góc nhìn của Sức mạnh mềm, tinh thần dân tộc và CNHT, những xung đột, cạnh tranh để bảo vệ lợi ích, tính chính danh lịch sử và vị thế "cường quốc văn hóa" là điều không thể tránh khỏi.

4.2.1. Xét về mặt hợp tác trong quan hệ văn hóa

Một số yếu tố tác động trực tiếp nổi bật bao gồm: *Thứ nhất,* kỷ nguyên công nghệ 5.0 cho ra đời Internet, các nền tảng phát sóng truyền thông xã hội hình thành xu hướng tiêu dùng sản phẩm văn hóa mạnh mẽ; *Thứ hai,* Trung Quốc với nền văn hóa lâu đời với sự phổ biến hàng loạt Viện Khổng tử, số lượng lớn di sản văn hóa được UNESCO công nhận cùng nền công nghiệp văn hóa đầy tính cạnh tranh; *Thứ ba,* sự đối trọng nhau của hai ngành công nghiệp văn hóa Hàn – Nhật với thực trạng dân số già không đảm bảo lực lượng lao động sáng tạo liên tục cũng như sự sụt giảm tiêu thụ thị trường nội địa và *Thứ tư,* thế hệ trẻ, thế hệ tương lai cả hai quốc gia vốn là nhóm khán giả chính ít bị chi phối bởi các vấn đề lịch sử cũng cởi mở hơn trong việc đón nhận văn hóa lẫn nhau và trở thành cầu nối thúc đẩy hợp tác văn hóa hai bên.

Qua đó, công tác ngoại giao văn hóa giữa hai quốc gia vẫn luôn được chú trọng hàng đầu. Thông qua các Hội nghị thượng đỉnh Hàn Quốc - Nhật Bản giai đoạn 2003 - 2024, sự hợp tác văn hóa đã trải qua một quá trình phát triển cả về chiều sâu lẫn mức độ thể chế hóa. Xuất phát từ vai trò chỉ hỗ trợ, mang tính biểu tượng trong giai đoạn đầu, giao lưu văn hóa và giao lưu nhân dân đã trở thành một trụ cột ổn định trong bối cảnh chính trị nhiều biến động và sau đại dịch COVID - 19. Xu hướng này phản ánh sự thay đổi trong tư duy ngoại giao của cả hai quốc gia khi nhìn nhận văn hóa không chỉ là một yếu tố phụ trợ "mềm", mà là sức mạnh, là nguồn lực chiến lược để xây dựng lòng tin, củng cố các nền tảng xã hội cũng như củng cố quan hệ song phương theo hướng bền vững hơn. Văn hóa góp phần duy trì sự ổn định và lâu dài cho quan hệ giữa hai quốc gia.

Chính sách văn hóa của hai quốc gia đều thể hiện sự cạnh tranh trong chiến lược phát triển văn hóa thành một công cụ hữu hiệu để cải thiện hình ảnh quốc tế, nâng cao vị thế trở thành những cường quốc văn hóa hàng đầu. Thực tế, trong khi Sổ tay ngoại giao Nhật Bản và Hàn Quốc luôn có những ghi nhận về tình hình giao lưu văn hóa được duy trì liên tục mỗi năm thì việc ưu tiên quan hệ song phương lĩnh vực này giữa Hàn Quốc và Nhật Bản có phần hạn chế. Trong suốt giai đoạn hơn 2 thập kỷ từ 2003 - 2024 chỉ có 9 cuộc gặp chính thức giữa lãnh đạo đứng đầu

quốc gia họp bàn về việc hợp tác văn hóa. Sự không liên tục về các Hội nghị thượng đỉnh và các cuộc gặp cấp lãnh đạo tương đương cho thấy quan hệ văn hóa vẫn dễ bị tác động bởi những biến chuyển về chính trị, kinh tế và xã hội. Tuy nhiên, nếu giai đoạn 2003 - 2015 công tác ngoại giao trực tiếp cách xa nhau thì sang giai đoạn 2015 - 2024, sự dày đặc, liên tục về tần suất gặp gỡ đã chứng tỏ văn hóa được sử dụng trong những thời điểm then chốt như một công cụ ngoại giao để xây dựng lòng tin, khắc phục những vết thương lịch sử cũng như gia tăng sự hiểu biết xã hội giữa hai quốc gia láng giềng với mối quan hệ phức tạp.

Các lĩnh vực hợp tác văn hóa truyền thống cũng liên tục được thể chế hóa, phân nhỏ dựa trên đối tượng tham gia, khu vực, địa lý hình thành nên các hình thức giao lưu nhân dân, giao lưu thanh niên, giao lưu thế hệ trẻ, giao lưu địa phương và văn hóa đại chúng với mua bán sản phẩm, đồng sản xuất, đào tạo và tham gia chương trình, dự án. Những nội dung hợp tác trong các cuộc họp cũng đã chuyển biến rõ rệt từ những thảo luận mang tính biểu tượng qua những cơ chế cụ thể được thực thi và đánh giá đều đặn mỗi năm. Thực tế cho thấy với cả hai quốc gia, Nhà nước chỉ đạo tổ chức những chương trình giao lưu văn hóa truyền thống với sự tham gia của các tổ chức liên quan. Trong khi đó, các hoạt động hợp tác văn hóa đại chúng hầu hết được tiến hành bởi doanh nghiệp tư nhân vì chủ trương tự do hóa sáng tạo, ít can thiệp của Nhà nước. Điều này dẫn đến một số xung đột có liên quan đến diễn giải lịch sử qua các sản phẩm truyện tranh, phim hoạt hình, phim ảnh, âm nhạc.

Điều này có phần trùng hợp với nhận định của Giáo sư Natalie Pyo, Khoa Ấn Độ - Thái Bình Dương học, Học viện Ngoại giao quốc gia Hàn Quốc (Phụ lục 3). Cô chia sẻ nguyên tắc cốt lõi không can thiệp quá sâu của Chính phủ, mà để các doanh nghiệp tư nhân, tổ chức ngoài Chính phủ tự do tham gia việc phát triển văn hóa quốc gia sẽ giúp quá trình lan tỏa văn hóa trở nên tự nhiên hơn. Giai đoạn đầu năm 2000, sự giao lưu giữa Hàn Quốc với Nhật Bản rất hạn chế với lý do lúc đó Hàn Quốc chỉ ưu tiên quan hệ văn hóa với các quốc gia ít biết, hoặc chưa quen thuộc với Hàn Quốc. Các hoạt động hợp tác văn hóa giữa hai quốc gia khởi đầu chủ yếu được tiến hành bởi các tổ chức tư nhân trước tiên, sau đó chính quyền mới bắt đầu coi trọng mối quan hệ này hơn. Đây cũng là chiến lược lan tỏa hiệu ứng văn hóa toàn cầu của chính sách văn hóa "từ trên xuống dưới" của Hàn Quốc.

Cụ thể, dựa trên Báo cáo của Sổ tay ngoại giao Nhật Bản (Diplomatic Bluebook of Japan) từ 2003 -2024, trong quan hệ văn hóa truyền thống, các hoạt động hợp tác giữa hai quốc gia đa dạng, phong phú tập trung nghiên cứu lịch sử chung với sự hình thành và mở rộng hoạt động của Ủy ban nghiên cứu lịch sử chung Hàn - Nhật, đóng vai trò thúc đẩy học thuật và giảm thiểu xung đột nhận thức lịch sử trong giao dục và nghiên cứu. Lĩnh vực trao đổi học thuật tập trung về lịch sử, di sản, văn hóa truyền thống, văn hóa đại chúng (Shin & Sneider, 2011 & Jin, 2016 & UNESCO, 2023) ghi nhận sự gia tăng về số lượng của du học sinh Hàn Quốc nằm trong Top 3 tại Nhật Bản và gia tăng chất lượng của các chương trình nghiên cứu, hội thảo quốc tế về Đông Á học, lịch sử khu vực và nghiên cứu biển Nhật - Hàn trở nên phổ biến. Về bảo tồn di sản, cả hai quốc gia đặc biệt quan tâm đến những di sản liên quan đến sự giao lưu cổ đại và trung đại giữa Triều Tiên và Nhật Bản. Bên cạnh đó, không chỉ tập trung vào di sản song phương, Hàn Quốc và Nhật Bản còn mở rộng việc hợp tác đề cử, quản lý, bảo tồn các di sản vật thể và phi vật thể của quốc gia và quốc tế trong các diễn đàn đa phương, đặc biệt trong khuôn khổ tổ chức UNESCO. Một hình thức luôn được duy trì ổn định trong mọi diễn biến chính trị là hoạt động giao lưu văn hóa truyền thống như lễ hội, biểu diễn nghệ thuật dân gian, thủ công mỹ nghệ tạo nên tính biểu tượng và ngoại giao mềm. Các chương trình giao lưu thanh niên và thế hệ trẻ, với điển hinh là JENESYS là cầu nối được mở rộng qua mỗi năm tạo nên bước đột phá trong quan hệ văn hóa hai nước từ trọng tâm giao lưu là thế hệ từng trải ký ức lịch sử sang thế hệ với định hướng tương lai rõ nét.

Sự sự hợp tác văn hóa truyền thống thể hiện 3 sự chuyển biến như sau: *Thứ nhất*, từ việc xây dựng lòng tin, hàn gắn quan hệ thông qua giao lưu văn hóa, đối thoại học thuật sang nhấn mạnh tính bền vững, hướng đến tương lai với việc cùng xây dựng thể chế chung và trọng tâm vào thế hệ trẻ. *Thứ hai*, quy mô giao lưu nhân dân, trao đổi học thuật ngày càng gia tăng đáng kể về cả số lượng lẫn chiều sâu nội dung và *Thứ ba*, văn hóa truyền thống và di sản đã chuyển từ vai trò "biểu tượng hòa giải" sang "nguồn lực hợp tác khu vực", gắn liên với các chuẩn mực quốc tế và diễn đàn đa phương như UNESCO.

Trong khi đó, hợp tác trong quan hệ văn hóa đại chúng song phương chứng kiến một quá trình thăng trầm. Nhật Bản sớm đã trở thành cái nôi lĩnh vực này khi

chiếm lĩnh thị trường toàn cầu với manga, Anime, trò chơi điện tử và chỉ thực sự hiện diện hợp pháp tại Hàn Quốc từ 1998 khi quốc gia này chính thức mở cửa cho quan hệ văn hóa song phương. Tuy nhiên, sự xuất hiện của làn sóng văn hóa Hàn Quốc mới thật sự tạo nên hiện tượng trên thế giới vì sự tác động mạnh mẽ cả về mặt địa lý lẫn các thức hình thành nên lối sống mới. Trong thị trường Nhật Bản, Hallyu định hình, tạo độ phủ và thương mại hóa ban đầu theo hạng mục, chú trọng K-drama và K-pop tạo lực kéo quan trọng cho việc xuất khẩu nội dung và liên kết chuỗi giá trị cho ngành công nghiệp giải trí. Với vai trò là thị trường tiêu thụ trọng tâm, Nhật Bản trở thành "đầu kéo" có tính cấu trúc tạo nền tảng cho việc quảng bá và xuất khẩu văn hóa đại chúng Hàn Quốc ra thế giới. Cũng từ đó, Nhật Bản đã phải nhìn nhận lại công nghiệp nội dung là ngành kiếm ngoại tệ với việc tác xác lập chiến lược "xuất khẩu văn hóa" (Cool Japan). Điều này dẫn đến sự thay đổi vai trò trong quan hệ văn hóa khi từ sau 2015, hai quốc gia đã có sự cân bằng tương đối về năng lực công nghiệp văn hóa bước vào vị thế cùng là trung tâm sản xuất và xuất khẩu nội dung ở châu Á, cùng cạnh tranh và bổ sung cho nhau. Hợp tác cùng có lợi cho hai bên được thực thi thường xuyên, điển hình Hàn Quốc hiện nay đang có độ phủ sóng các nội dung phim rộng lớn toàn cầu nên sự hiện diện của diễn viên Hàn là yếu tố thu hút lớn với người xem. Nhật Bản đã tận dụng tốt điều này khi có sự đầu tư vào các kịch bản phim có diễn viên Hàn góp phần mở rộng quy mô sản xuất gia tăng hiệu quả cho tác phẩm.

Có thể thấy quan hệ văn hóa đại chúng đã có sự chuyển biến về vai trò rõ nét. Đầu tiên, giai đoạn 2003 - 2024, Nhật Bản đóng vai trò là bệ phóng quan trọng cho việc xuất khẩu các sản phẩm văn hóa, dòng chảy văn hóa đang cho thấy sự nổi trội của Hàn Quốc trong lĩnh vực này. Bước sang giai đoạn 2015 - 2024, với sự phát huy tối đa tính kinh tế sáng tạo của Anime, manga, trò chơi điện tử, Nhật Bản đã tạo được thế cân bằng tương đối về năng lực công nghiệp nội dung. Quan hệ văn hóa Hàn - Nhật trong lĩnh vực này không còn mang tính giao lưu mà chuyển sang vừa hợp tác vừa cạnh tranh song phương và cả hệ sinh thái toàn cầu.

Những Lễ hội giao lưu văn hóa, những tác phẩm phim ảnh và dự án âm nhạc với sự kết hợp về nhân lực từ cả hai quốc gia thể hiện những dấu hiệu tích cực trong mối quan hệ văn hóa song phương. Trong Khảo sát do NCS thực hiện (Phụ lục 1A & 2A) dành cho người dân hai quốc gia, các Lễ hội giao lưu văn hóa Hàn - Nhật vẫn thu

hút 40,6% số người Hàn Quốc tham gia và 37% công nhận tác dụng truyền bá văn hóa của chương trình. Tuy nhiên, đây lại là lĩnh vực hơn được người Hàn lựa chọn nhiều nhất cho sự đẩy mạnh hợp tác song phương với mức độ 62,5%. Trong khi đó, có đến 91,8% người Nhật Bản tham gia khảo sát lại không tham dự các Lễ hội này, nhưng đến 55,1% lại mong muốn sẽ đẩy mạnh hợp tác trong lĩnh vực này. Những nhóm nhạc hợp tác chung giữa hai quốc gia được cả người Hàn và người Nhật đánh giá mức độ hiệu quả cao hơn so với những bộ phim hợp tác song phương.

4.2.2. Xét về mặt xung đột trong quan hệ văn hóa

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đạt được thông qua việc thể chế hóa chính sách ngoại giao với những hợp tác văn hóa ngày càng sâu rộng xây dựng nên vị thế "cường quốc văn hóa" hiện nay cho hai quốc gia vẫn tồn tại những xung đột cả trong hai lĩnh vực. Các yếu tố tác động nên những xung đột này bao gồm: *Thứ nhất,* các vấn đề di sản của Thế chiến II, vấn đề lịch sử tồn đọng chưa được giải quyết triệt để giữa hai quốc gia. *Thứ hai,* sự trỗi dậy của Hallyu làm nên tính bất cân xứng dòng chảy tiếp nhận văn hóa làm lưu mờ sự tự tin của người Nhật Bản về nền văn hóa quốc gia đã từng vượt trội ở châu Á và *Thứ ba,* giá trị thương mại của các sản phẩm văn hóa đại chúng quốc gia Nhật Bản gặp sự cạnh tranh gay gắt với Hallyu. Riêng với Hàn Quốc, sự phản đối trong giai đoạn này diễn ra với các sản phẩm văn hóa Nhật Bản chủ yếu xuất phát từ quan điểm đối nghịch về chủ quyền lãnh thổ và bất đồng trong việc giải quyết các vấn đề lịch sử. Các sản phẩm, công trình của cả văn hóa truyền thống và hóa đại chúng đóng vai trò là công cụ thể hiện diễn ngôn truyền thông, quyền diễn giải về lịch sử trong trạng thái đối lập nhau của cả hai quốc gia. Điều này đã tác động không nhỏ, gây nên những gián đoạn trong việc trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân, bảo tồn di sản hoặc thậm chí là những làn sóng bài Hàn, bài Nhật, tẩy chay văn hóa ngắn hạn lẫn nhau. Nhìn theo một góc độ khác, những xung đột này cũng là một biểu hiện của tính cạnh tranh về văn hóa trong mối quan hệ song phương với những phương diện sau: *Thứ nhất,* cạnh tranh khẳng định bản sắc và tính chính danh lịch sử. *Thứ hai,* cạnh tranh vị thế văn hóa ở khu vực và thế giới.

Những chiến dịch tẩy chay văn hóa tuy có diễn ra nhưng chỉ mang tính ngắn hạn cho thấy văn hóa vẫn dễ bị tổn thương trước những biến động chính trị. Trong bối cảnh đó, các lễ hội văn hóa song phương, chương trình giao lưu thanh niên, giao

lưu địa phương được duy trì như một "vùng đệm" giúp sức ngăn chặn xung đột lan rộng hơn. Văn hóa được nhìn nhận vừa là nguồn phát sinh tranh cãi, vừa là công cụ kiểm soát và làm mềm hóa các bất đồng giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Điều này cho thấy cả Hàn Quốc và Nhật Bản đều nhìn nhận việc duy trì quan hệ văn hóa, trọng tâm vào các kênh giao lưu văn hóa và học thuật trở thành một điều kiện cần thiết để ngăn chặn xung đột chính trị leo thang có thể gây tổn hại nền tảng xã hội song phương. Sự nỗ lực của cả hai quốc gia trong việc phân tầng, cải thiện chất lượng hợp tác văn hóa tạo nên hiệu quả sâu rộng hơn vẫn đáng được ghi nhận hơn cả.

Về văn hóa truyền thống, cả hai quốc gia đầu tư mạnh vào việc nghiên cứu lịch sử, bảo tồn di sản nhằm củng cố vị thế văn hóa ở Đông Bắc Á. Trên bình diện quốc tế, đặc biệt trong khuôn khổ hợp tác đa phương với UNESCO, Hàn Quốc và Nhật Bản cạnh tranh trong việc đề cử, tư vấn, quản trị, đóng góp chuyên gia về các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể để giành lấy sự công nhận quốc tế về uy tín và sức mạnh mềm. Trong lĩnh vực học thuật, sự cạnh tranh được thể hiện qua các diễn đàn nghiên cứu lịch sử, xuất bản sản phẩm học thuật, đặc biệt chú trọng nội dung liên quan đến ký ức chiến tranh theo lợi ích quốc gia mình (Shin & Sneider, 2011). Các trường Đại học và Viện nghiên cứu văn hóa xã hội của hai quốc gia đều tìm cách nâng cao thứ hạng quốc tế, thu hút học giả nước ngoài cũng như xung phong vai trò dẫn dắt các chương trình nghiên cứu khu vực. Đối với giao lưu nhân dân, sự cạnh tranh thể hiện qua việc mở rộng các chương trình giao lưu thanh niên, học bổng hay viện văn hóa ở nước ngoài thu hút thế hệ trẻ khu vực Đông Bắc Á và xa hơn.

Văn hóa đại chúng là lĩnh vực thể hiện rõ nhất việc cạnh tranh Sức mạnh mềm, không chỉ đơn thuần là cạnh tranh thị phần mà còn gắn liền với vị thế dẫn dắt khu vực, năng lực định hình xu hướng và sự ảnh hưởng văn hóa xuyên biên giới ở Đông Á và toàn cầu. Ban đầu, Nhật Bản giữ ưu thế về quy mô công nghiệp, tập trung vào bản quyền nhân vật và hoạt hình, trong khi Hàn Quốc nổi bật ở khả năng sản xuất nội dung cảm xúc, dễ lan tỏa và phù hợp với thị hiếu đại chúng. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển của các nền tảng số, cạnh tranh lúc này chuyển trọng tâm vào việc kiểm soát chuỗi giá trị nội dung, từ sản xuất, phân phối đến quả trị bản quyền và dữ liệu người dùng (Jin, 2016). Sự thành công của các sản phẩm K-pop, phim ảnh Hàn Quốc đặt Nhật Bản vào vị thế phải điều chỉnh

lại chiến lược phát triển văn hóa đại chúng, từ mô hình nội địa hóa cao sang tiếp cận thị trường quốc tế. Đồng thời, Nhật Bản vẫn luôn duy trì lợi thế trong các lĩnh vực hoạt hình, truyện tranh, trò chơi điện tử tạo nên môi trường cạnh tranh đa cực, thay vì đối đầu trực diện.

Các tác phẩm văn hóa đại chúng còn trở thành công cụ chứa đựng những thông điệp tuyên truyền cho những quan điểm mỗi bên về di sản thời kỳ thuộc địa. Trong khi Nhật Bản sử dụng Anime, manga thì Hàn Quốc sử dụng phim ảnh để làm đối trọng trong cách truyền tải vấn đề lịch sử để tác động nhận thức công chúng trong quan hệ song phương song song việc giành lấy sự công nhận quốc tế. Trong công tác ngoại giao, dưới thời Tổng thống Moon Jae-in, nhóm nhạc BTS đã tham gia vào công tác ngoại giao đa phương với vai trò "Đặc phái viên đặc biệt về thế hệ tương lai và văn hóa". Cùng lúc đó, các nhân vật phim hoạt hình Anime nổi tiếng của Nhật Bản cùng đã cùng Thủ tướng Shinza Abe tham gia quảng bá cho Olympic 2020 tạo nên sự thu hút mạnh mẽ bới khán giả toàn cầu.

Nhìn chung, quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản ban đầu chỉ mang tính biểu tượng đã ngày càng thể hiện vai trò ổn định quan hệ song phương của hai quốc gia. Tuy tiêu chí hợp tác đồng đều ở cả hai lĩnh vực truyền thống và đại chúng được thể hiện rõ nét hơn trong chính sách văn hóa Nhật Bản so với Hàn Quốc nhưng những biểu hiện và kết quả đạt được lại cho thấy sự chú trọng cả hai lĩnh vực như nhau trong công tác ngoại giao văn hóa mỗi quốc gia. Với cả hai quốc gia, Nhà nước là chủ thể chính chỉ đạo tổ chức các chương trình giao lưu văn hóa truyền thống trong khi các hoạt động hợp tác văn hóa đại chúng chú trọng tự do, sáng tạo do doanh nghiệp, tổ chức tư nhân chủ động thực hiện. Hoạt động Lễ hội giao lưu văn hóa song phương, vốn đã trở thành một hình thức văn hóa hiện đại bao gồm cả nghệ thuật truyền thống và biểu diễn âm nhạc kỹ thuật số, được tổ chức thường xuyên như mong muốn người dân hai quốc gia thể hiện tính hiệu quả thúc đẩy sự kết nối, thấu hiểu lẫn nhau. Quan hệ văn hóa truyền thống giữa hai quốc gia chuyển biến từ thận trọng sang thể hóa khi tạm gác lại các vấn đề lịch sử để hướng đến tương lai. Trong khi đó, với văn hóa đại chúng, Nhật Bản từ vai trò "bệ phóng" cho xuất khẩu văn hóa Hàn một chiều đã chuyển mình vươn lên ngang tầm về thương mại hóa công nghiệp nội dung với quốc gia đối tác.

Đặc biệt, một số lĩnh vực thể hiện được tính chủ động của hai quốc gia tạo nên những lợi thế đi trước. Cụ thể, với việc bảo tồn di sản, Nhật Bản không những tạo dựng được nền tảng bền vững trong quốc gia mà còn thể hiện vai trò quan trọng trong các diễn đàn đa phương về việc gìn giữ sản phẩm văn hóa vật thể và phi vật thể. Hàn Quốc gia nhập "đường đua" sau nên luôn nỗ lực tham gia hoạt động đề cử, quản lý, đối thoại chuyên môn mà quốc gia láng giềng đã tạo được uy tín trước đó. Ngược lại, với công nghiệp văn hóa thương mại hóa sản phẩm văn hóa đại chúng, Hàn Quốc vượt trội hẳn về khả năng định hình thị trường giải trí Nhật Bản bởi Hallyu khiến đối tác láng giềng này phải tái lập chiến lược "xuất khẩu văn hóa" Cool Japan để tạo thế đối trọng, giành lại thị phần song phương và quốc tế. Sự đồng hợp tác với Trung Quốc tạo nên "tam giác cường quốc văn hóa Đông Bắc Á" vừa thắt chặt quan hệ song phương cũng vừa thể hiện sự không thua kém trong mối quan hệ văn hóa liên quốc gia tại khu vực. Đây là biểu hiện của sự cạnh tranh bản sắc, tính chính danh lịch sử và vị thế sức mạnh mềm toàn cầu.

4.3. Sự tác động của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)

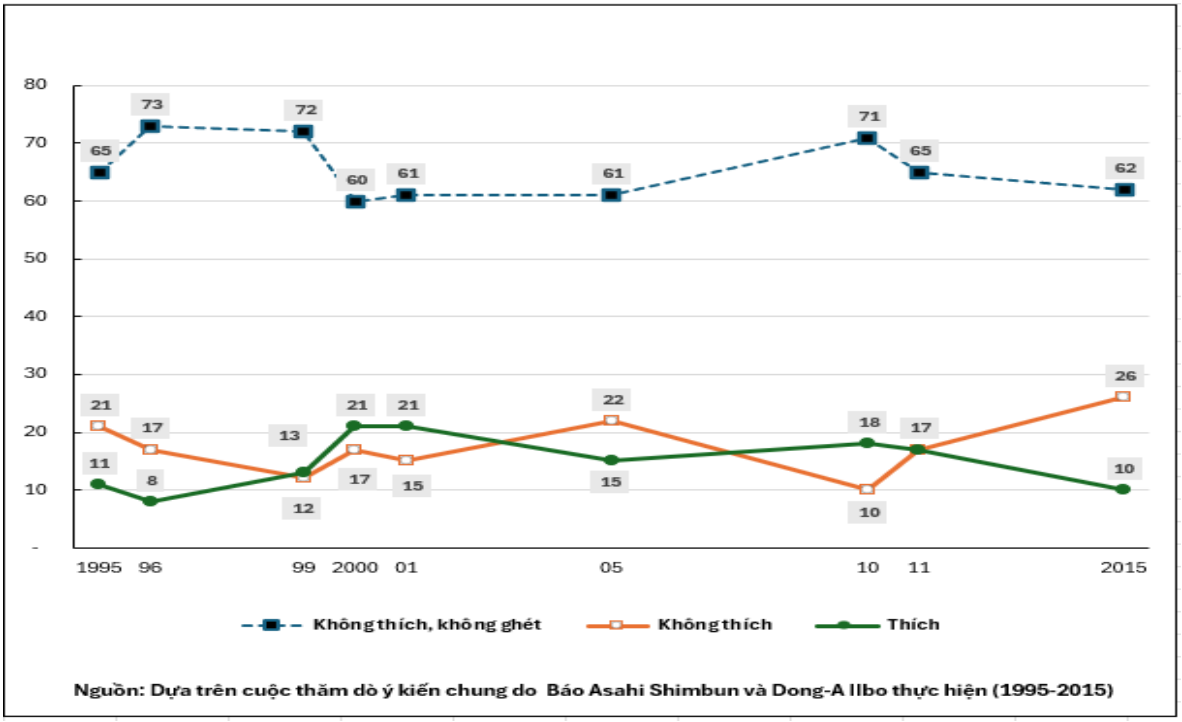
4.3.1. Sự tác động tới nhận thức về nhau giữa nhân dân hai quốc gia

Nhận thức của người Nhật Bản về Hàn Quốc

Theo khảo sát tờ báo Nhật Bản Asahi Shimbun và Dong-A Lido của Hàn Quốc theo Hình 5, quan điểm ủng hộ Hàn Quốc của người Nhật Bản tăng cao nhất năm 2001, vào năm 2003 đạt khoảng 17% và 10% vào năm 2015. Trong suốt thời gian này, sự thay đổi lên xuống trong việc ủng hộ có diễn ra, nhưng đều do những lý do lịch sử. Cụ thể, thái độ của người Nhật Bản về Hàn Quốc xuống thấp 15% năm 2004 khi Hàn Quốc phát hành con tem hình đảo Takeshima/Dokdo và năm 2005 liên quan đến những phản ứng của người Hàn trước phiên bản chỉnh sửa lịch sử trong bộ Sách giáo khoa mới của Nhật Bản. Năm 2009, sự phản đối từ phía Hàn Quốc ngày càng gia tăng trước động thái ca ngợi chủ nghĩa đế quốc Nhật và lịch sử xâm lược. Điều này khiến quan hệ hai nước "đóng băng" thể hiện qua sự đứt quãng trong các cuộc gặp gỡ song phương cấp cao chính thức giai đoạn 2004 - 2007, tránh trực diện đối thoại về các căng thẳng chính trị. Chính phủ hai quốc gia chỉ tham dự các Hội nghị thượng đỉnh liên quốc gia với Trung Quốc và liên khu vực trong khuôn khổ ASEAN+3. Hay cho đến năm 2015, sự kiện hòn đảo

Hashima/Gunkanjima được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa thế giới bị Hàn Quốc phản đối cũng là lúc tỉ lệ ủng hộ của người Nhật Bản xuống 10%.

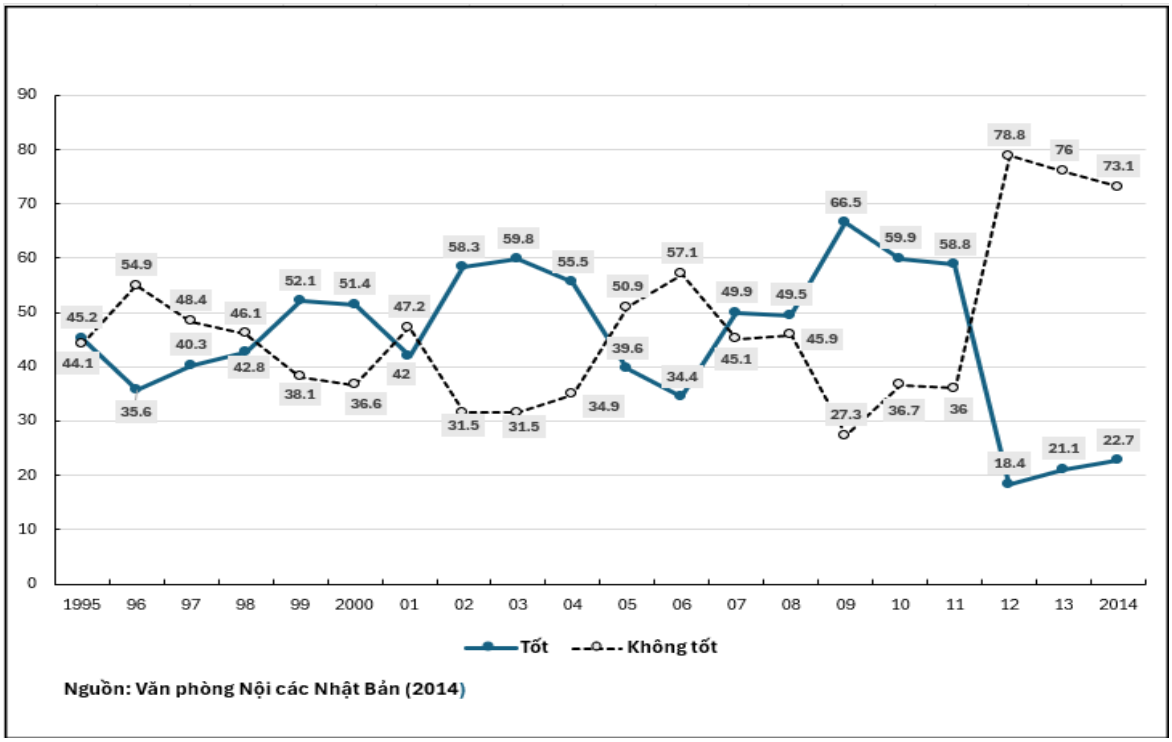
Tuy nhiên, suốt thời gian dài từ 1995-2015, khoảng 60-73% đều trả lời không ủng hộ cũng không phản đối chứng tỏ người Nhật Bản phần lớn vẫn có thái độ trung lập về Hàn Quốc. Kết quả này có được là do giao lưu văn hóa song phương đã phát huy tính hiệu quả trong việc cải thiện sự hiểu biết và tin tưởng lẫn nhau giữa người dân hai nước. Nhật Bản và Hàn Quốc gia tăng hợp tác văn hóa truyền thống, tập trung nghiên cứu lịch sử chung, trao đổi học thuật và bảo tồn di sản nhằm thúc đẩy đối thoại, giảm thiểu xung đột về nhận thức lịch sử trong giáo dục và nghiên cứu (Shin & Sneider, 2011). Đặc biệt, đây là thời kỳ Hallyu bùng nổ trong tiêu dùng văn hóa đại chúng tại Nhật Bản. Người dân Nhật cho biết phim điện ảnh và truyền hình Hàn Quốc đã làm họ gia tăng sự yêu thích đối với Hàn Quốc (Chung Youngran, 2017), góp phần quan trọng tạo nên giá trị xuất khẩu K-pop toàn cầu tăng mạnh từ 22 triệu USD (2005) lên 381 triệu USD (2015) (Chang, 2017).



Hình 4.1: Ấn tượng của người Nhật bản về Hàn Quốc (2003- 2015)

Nhưng cũng phải nhìn nhận thực tế trong Khảo sát mối quan hệ giữa Nhật Bản và Hàn Quốc qua nhận thức của người Nhật Bản qua Hình 6, ý kiến đánh giá quan hệ hai nước chỉ khả quan nhất vào cuối năm 2008 với 66,5% và tụt thẳng

xuống 22,7% vào năm 2014. Điều này là hệ quả của một loạt những ý kiến chỉ trích lẫn nhau của người hâm mộ Nhật Bản và cả Hàn Quốc từ năm 2009 trước những màn trình diễn, hay câu phát ngôn liên quan đến vấn đề lịch sử của nghệ sĩ của ngành công nghiệp nội dung hai bên. Điều này chứng tỏ chính xung đột trong văn hóa cũng tác động nhất định vào thái độ của người Nhật và người Hàn. Thêm vào đó, năm 2012, việc Tổng thống Lee Myung - bak đến thăm hòn đảo Takeshima khiến thái độ người dân Nhật Bản với Hàn Quốc cực kỳ tồi tệ, chiếm đến 80%. Như vậy, có thể nhìn thấy từ hai khảo sát cho thấy tuy người Nhật Bản luôn tỏ bình tĩnh và không phản ứng thái quá với các xung đột chính trị nhưng cũng rất thẳng thắn nhìn nhận việc chưa khẳng định được mối quan hệ đang ở trạng thái tốt hay xấu.

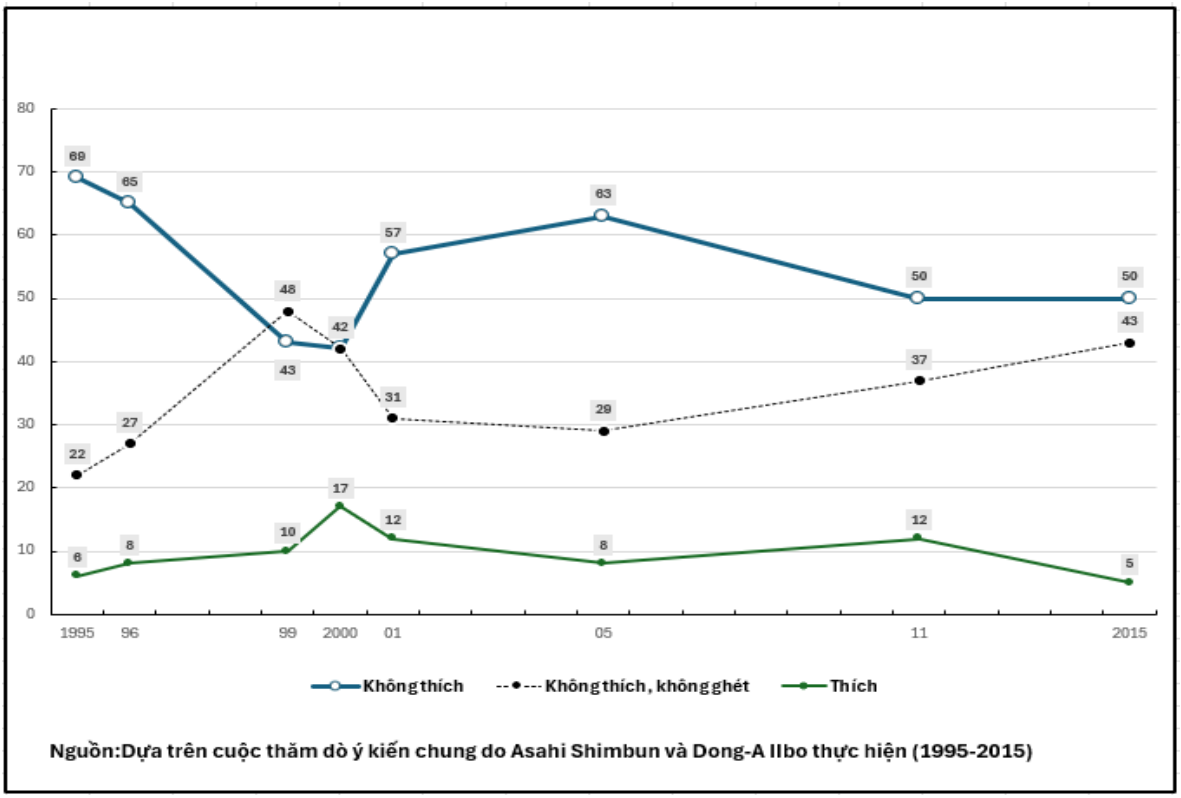


Hình 4.2: Nhận thức của người Nhật Bản về mối quan hệ giữa Nhật Bản và Hàn Quốc (2003 - 2015)

Nhận thức của người Hàn Quốc về Nhật Bản.

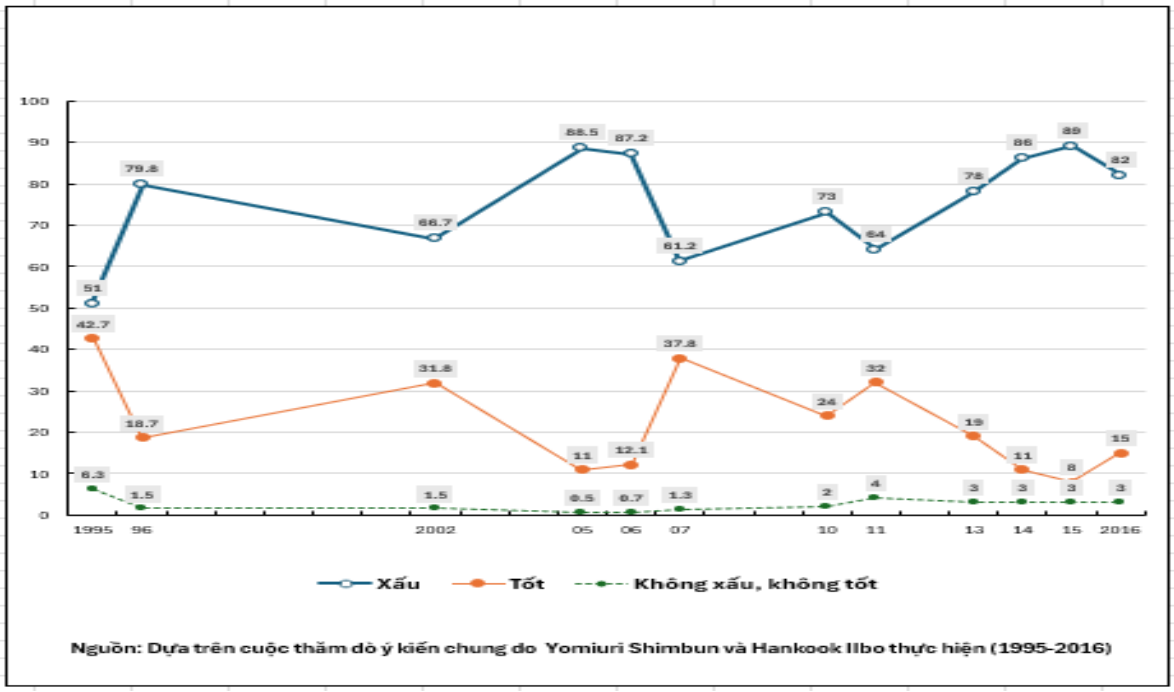
Cuộc khảo sát của báo Dong-A Lido của Hàn Quốc và báo Nhật Bản Asahi Shimbun theo Hình 7 cho thấy tỉ lệ phản đối của người Hàn dành cho Nhật Bản luôn cao nhất so với hai tiêu chí "ủng hộ" và "không ủng bộ cũng không phản đối", vào năm 2003 đạt lên khoảng 60% và năm 2015 khoảng 50%. Tỉ lệ ủng hộ chỉ đạt cao nhất 17% và tỉ lệ không ủng hộ cũng không phản đối nằm ở ngưỡng giữa. Điều

này cho thấy phần lớn người Hàn Quốc luôn tỏ thái độ bất bình về quốc gia láng giềng. Chỉ đến năm 2015, người dân Hàn Quốc giữ tỉ lệ phản đối mức 50%, tỉ lệ không ủng hộ cũng không phản đối lên đến mức 43% khá tương đồng, tuy vẫn thấp hơn mức % cùng tiêu chí này của nhận thức người dân Nhật Bản 60-73% nhưng đã cho thấy dấu hiệu tương đồng trong nhận thức về nhau giữa hai quốc gia. Kết quả này phản ánh sự thay đổi thái độ của thế hệ trẻ về Nhật Bản (Chung Youngran, 2017). Điều này khởi điểm và phát triển từ giai đoạn văn hóa Nhật Bản thịnh hành tại Hàn Quốc từ trước khi mở cửa năm 1998 thông qua các hoạt động giao lưu văn hóa tạo nên một thế hệ mới quen thuộc với Anime, manga hay trò chơi điện tử Nhật Bản. Với tiêu chí cạnh tranh về tính chính danh lịch sử, việc cùng nghiên cứu, trao đổi học thuật được chú trọng bởi thanh niên Hàn Quốc. Lượng sinh viên Hàn Quốc học tập tại Nhật Bản gia tăng nằm trong Top 3 những quốc gia có số du học sinh lớn nhất tại Nhật Bản (Jasso, 2014).Tuy nhiên, khi sự hiểu biết lẫn nhau được hình thành và tiến triển thì người Hàn Quốc vẫn dễ đảo chiều thiện cảm khi các vấn đề chính trị liên quan đến lịch sử diễn ra, điển hình như vấn đề tranh cãi sách giáo khoa Nhật Bản và chuyến viếng thăm đền Yasukuni của các đời Thủ tướng Nhật Bản.



Hình 4.3: Ấn tượng của người Hàn Quốc về Nhật Bản (2003 - 2015)

Bên cạnh đó, dựa trên cuộc thăm dò ý kiến do Yomiuri Shimbun và Hanbook Ilbo thực hiện theo Bảng 8, tỉ lệ người Hàn Quốc đánh giá mối quan hệ hai quốc gia theo chiều hướng xấu rất cao, đỉnh điểm năm 2005 đạt 88.5%, lý do nằm ở vấn đề Sách giáo khoa Nhật Bản. Cho đến khi Đảo đảo Hashima/Gunkanjima được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa thế giới năm 2015, tỉ lệ đánh giá quan hệ theo hướng xấu giữa hai quốc gia lên đến 89%. Mặc dù trước đó, sự kiện hai quốc gia tổ chức chung Worldcup năm 2002, cả người dân Hàn Quốc và Nhật Bản đều cảm thấy gần gũi hơn và đánh giá mối quan hệ song phương sẽ được cải thiện (Noriyo Isozaki, 2017).



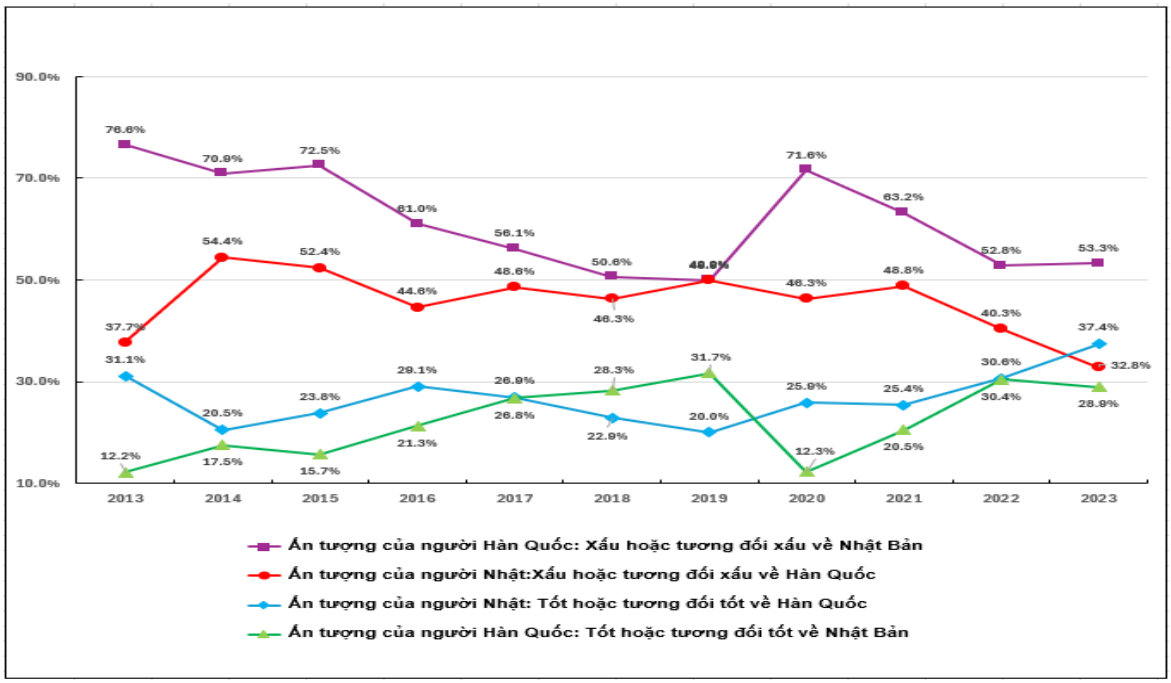
Hình 4.4: Nhận thức của người Hàn Quốc về mối quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2015)

Như vậy, nhận thức của hai quốc gia về nhau trong khoảng thời gian từ năm 2003 - 2015 có những sự khác biệt rõ rệt. Về mặt ấn tượng quốc gia đối tác, ấn tượng của người Nhật Bản về Hàn Quốc ở mức trung lập, "không thích, không ghét" ở tỉ lệ cao nhất khoảng 60 - 73%. Tuy nhiên, người Hàn Quốc lại thể hiện mức độ không thích Nhật Bản cao nhất với tỉ lệ 50 - 63%. Về việc đánh giá mối quan hệ song phương, Nhật Bản luôn có sự giao thoa giữa hai luồng ý kiến tốt và không tốt, cho đến từ 2012 - 2014 các mức độ này mới có sự trái ngược rõ rệt. Người Hàn Quốc khi đánh giá về mối quan hệ này lại luôn thể hiện rõ tính chất "xấu" ở mức cao cách biệt với tính chất "tốt". Điều này cho thấy Nhật Bản luôn

dành một cách nhìn nhận trung tính có phần khách quan hơn về mối quan hệ giữa hai quốc gia. Ngược lại, Hàn Quốc lại luôn thể hiện sự bi quan, khó cải thiện trong mối quan hệ song phương. Hầu hết, những tỉ lệ % thể hiện sự xuống dốc trong ấn tượng về nhau và mối quan hệ song phương đều diễn ra cùng lúc các vấn đề lịch sử, chính trị của hai quốc gia. Tuy nhiên, trong những thời điểm đáng lo ngại ấy, sự hợp tác văn hóa truyền thống và đại chúng, bảo tồn di sản, trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân, thanh niên, địa phương vẫn được duy trì. Điều đó cho thấy rằng quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản vẫn có giá trị đóng góp đáng kể vào việc hàn gắn mối quan hệ hai quốc gia dù có thể không thể hiện tức thời ngay lúc đó.

Giai đoạn 2015 - 2024, nhận thức về nhau giữa người Hàn Quốc và Nhật Bản đã có những chuyển biến ở cả hai quốc gia.

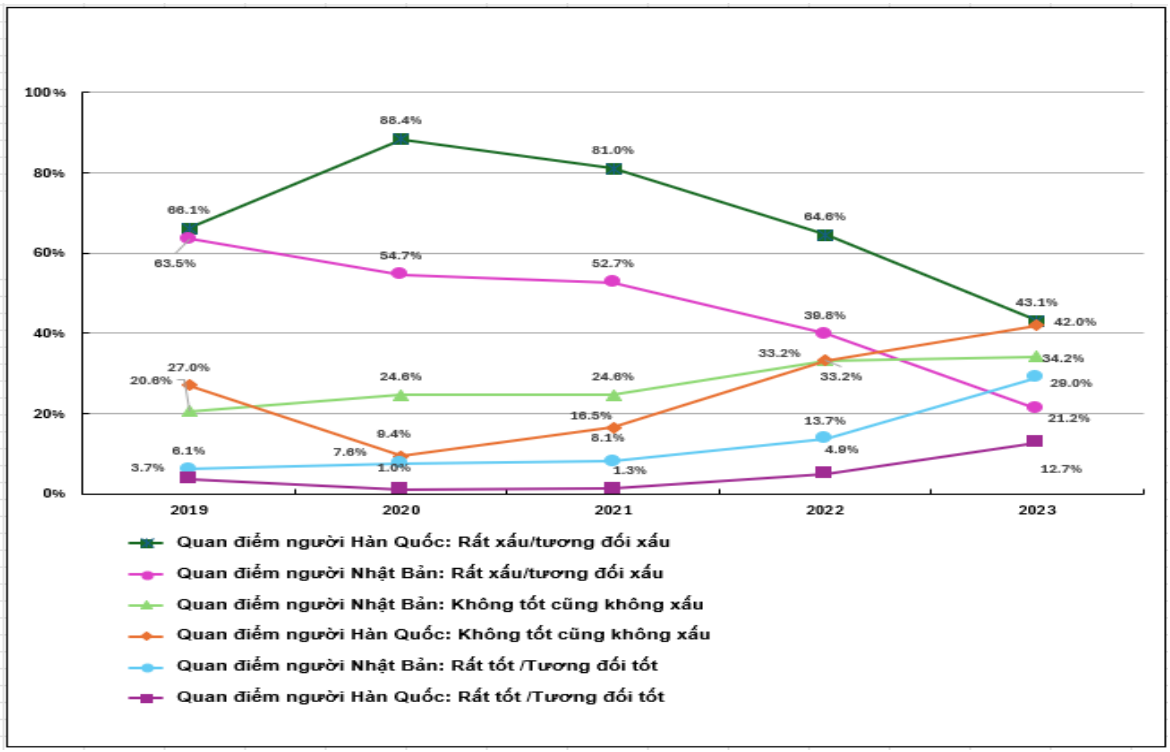
Nhận thức của người Nhật Bản về Hàn Quốc, Thông qua khảo sát của tờ báo Nhật Bản The Genron NPO thực hiện tháng 11 năm 2023, bảng khảo sát về ấn tượng của người Nhật Bản với Hàn Quốc xét về giai đoạn 2015 - 2023 cũng thể hiện sự khả quan khi cho thấy số người có ấn tượng tốt về Hàn Quốc tuy cũng trải qua nhiều thăng trầm nhưng cho đến năm 2023 đã lên 37,4%, song song với việc số người có ấn tượng xấu giảm xuống chỉ còn 32,8%. Chỉ số này cho ta thấy mức độ "tốt" và vượt lên trên mức độ "xấu" lần đầu tiên trong suốt thời gian khảo sát này (The Genron NPO).



Hình 4.5: Ấn tượng của hai quốc gia về nhau 2013- 2023

(Nguồn: The Genron NPO)

Bên cạnh đó, mức độ đánh giá mối quan hệ hai quốc gia ở trạng thái xấu từ người Nhật Bản có dấu hiệu giảm dần từ 2019 cho đến 2023 từ 63,5% xuống 21,2%. Đáng chú ý cùng lúc đó là ý kiến đánh giá mối quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản ở trạng thái tốt cũng có xu hướng gia tăng lên 29% và mức độ đánh giá mối quan hệ song phương ở mức độ trung tính, không tốt không xấu ở mức 34% vào thời điểm năm 2023. Điều này cho thấy Nhật Bản giữ thái độ lạc quan, gia tăng niềm tin tưởng sẽ đạt được sự kết nối tích cực với Hàn Quốc. Thêm vào đó, đối với nhóm thanh niên dưới 40 tuổi, về phương diện tích cực, có hơn ¾, khoảng 64% cho rằng vẫn yêu thích văn hóa Hàn Quốc cho dù quan hệ hai nước có xấu đi (Wangbinlin, 2023). Với văn hóa truyền thống, hai quốc gia cùng tham gia tích cực vào việc đề cử và quản lý các di sản văn hóa phi vật thể như nghệ thuật trình diễn, nghi lễ, đồ thủ công tạo nên không gian đối thoại chuyên môn về việc bảo tồn, truyền dạy và quản trị các di sản, dù những bất đồng chính nhất định vẫn tồn tại (UNESCO, 2023). Trong lĩnh vực văn hóa đại chúng, dưới sự phát triển của các nền tảng số trong việc phân phối và phát sóng, Nhật Bản vẫn chứng tỏ là thị trường trọng yếu của K-content mở rộng ra nhiều thể loại gồm âm nhạc, phim ảnh, xuất bản, truyện tranh số … trong khu vực Đông Á (KOFICE, 2017).



Hình 4.6: Quan điểm về thực trạng quan hệ giữa Nhật Bản và Hàn Quốc (2019 - 2023) *(Nguồn: The Genron NPO)*

Xét riêng về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản với người Nhật Bản, NCS đã thực hiện khảo sát năm 2025 (Phụ lục 1&2), trong số 49 người tham gia có 10,2% là nhà nghiên cứu, chuyên gia, 24,5% là giáo viên và 30,6% là sinh viên, học sinh, tuổi chiếm đa số trên 45. Kết quả có đến 87,7% người Nhật Bản đánh giá khả quan về mối quan hệ này, trong đó 44,9% ở mức độ tốt, 40,8% thái độ trung lập và 2% mức rất tốt.

Nhận thức của người Hàn Quốc về Nhật Bản

Bên cạnh đó, nếu nhìn lại vào bảng biểu Khảo sát 4.6 trên, về mức độ nhận thức của người Hàn Quốc về Nhật Bản cũng không còn cách xa nhau nhiều. Mức độ ấn tượng xấu từ năm 2015 đã giảm dần, tuy cũng có lúc lên lại nhưng đã dừng ở 53.3% vào năm 2023. Cùng lúc đó, mức độ ấn tượng tốt cũng gần chạm ngưỡng 30% thu hẹp lại biên độ xa nhau về con số so với từ năm 2015.

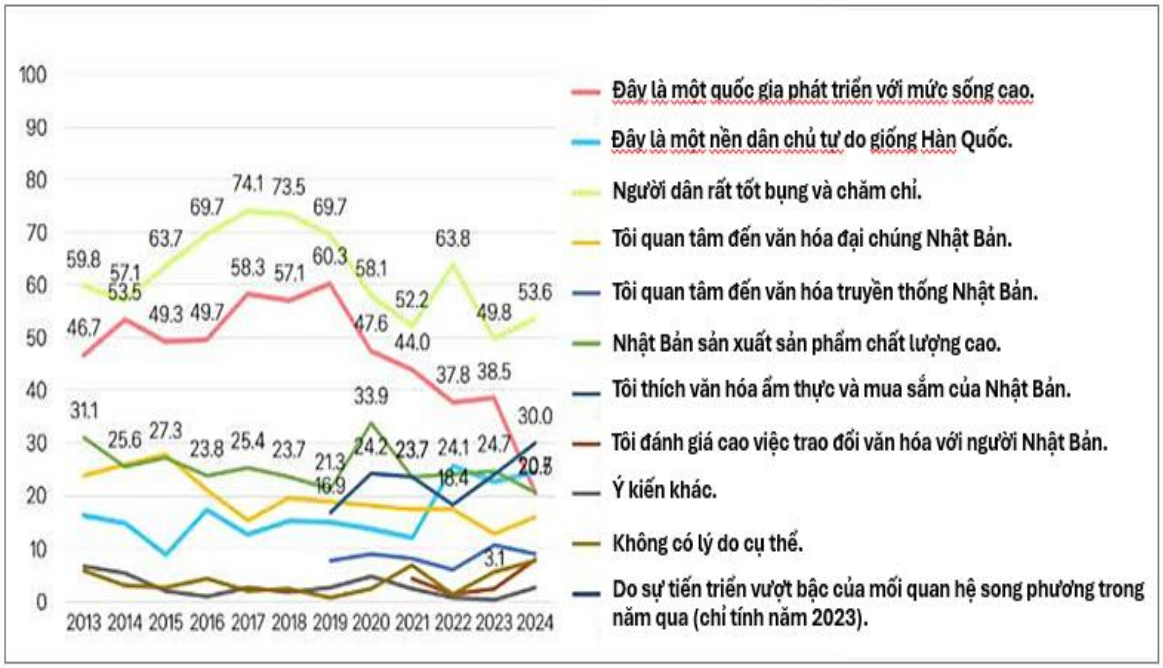
Song song, sự đánh giá về quan hệ hai nước với người Hàn lại không có dấu hiệu khả quan như quan điểm của người Nhật. Tỉ lệ người Hàn đánh giá mối quan hệ hai nước ở trạng thái xấu cũng ở mức 43.1%, khá tương đồng với sự đánh giá mối quan hệ ở mức trung lập 42% cùng năm 2023. Đây cũng là tỉ lệ cao nhất trong suốt quá trình khảo sát nhưng cũng cho thấy Hàn Quốc chưa có sự tin tưởng rằng mối quan hệ hai quốc gia sẽ được cải thiện.

Riêng với quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản với người Hàn Quốc, NCS đã thực hiện khảo sát năm 2025 (Phụ lục 1 & 2), với 32 người tham gia có 40,6% là nhà nghiên cứu, chuyên gia, 28,1% là sinh viên, học sinh và 9,4% là giáo viên, độ tuổi chiếm đa số trên 45. Kết quả có đến 93,7% người Hàn Quốc đánh giá khả quan về mối quan hệ này, trong đó 28,1% ở thái độ trung lập, 50% mức độ tốt và 15,6% mức rất tốt.

Một công trình khảo sát khác được thực hiện bởi Viện Đông Á (East Asia Institute) (xem hình 4.7) cũng cho thấy rằng văn hóa trở thành yếu tố góp phần vào ấn tượng của người Hàn Quốc dành cho Nhật Bản. Từ năm 2019, ấn tượng tốt về Nhật Bản thể hiện 10% qua *văn hóa truyền thống*, 15% qua *văn hóa đại chúng* và 30% qua ẩm thực (East Asia Institute, 2024). Đặc biệt, từ năm 2021 - 2024, tỉ lệ người Hàn Quốc đánh giá cao việc trao đổi văn hóa với người Nhật Bản cũng đã bắt

đầu xuất hiện và có xu hướng gia tăng thể hiện một tín hiệu tốt về vai trò của văn hóa đóng góp vào cải thiện mối quan hệ chung của hai quốc gia.

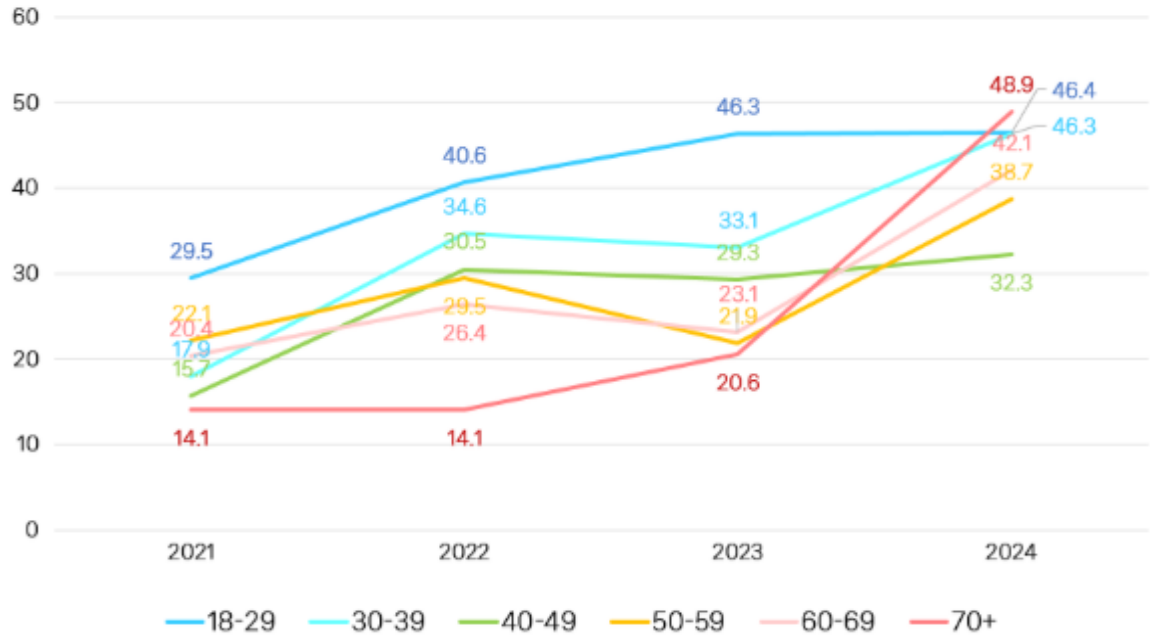
Khảo sát về Quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia do NCS thực hiện năm 2025 dành cho người dân hai quốc gia (Phụ lục 1A và 2A) cho thấy người Hàn Quốc dành sự yêu thích cao nhất cho kiến trúc vườn Nhật Bản, thứ hai là di sản văn hóa, trà đạo và ẩm thực. Trong khi đó, với văn hóa đại chúng, các sản phẩm Anime được ưa chuộng cao nhất, sau đó là Manga với tần suất phổ biến là 1-2 lần/năm dành cho manga cao hơn Anime. Với người Nhật, về văn hóa truyền thống, sự yêu thích cao nhất dành cho ẩm thực Hàn Quốc, tiếp đến là trang phục Hanbok, di sản văn hóa và Tết Trung thu. Trong khi đó, K-pop và K-drama đại diện cho văn hóa đại chúng bằng nhau về mức độ ủng hộ với tần suất xem phổ biến 1-2 lần/năm dành cho phim truyền hình cao hơn âm nhạc.



Hình 4.7: Yếu tố tạo nên những ấn tượng tốt của người Hàn Quốc về Nhật Bản (2013-2024) *(Nguồn: East Asia Institute)*

Thái độ tích cực của người Hàn Quốc còn được thể hiện trong cuộc khảo sát của Viện Đông Á năm 2024 (xem hình 4.8) bắt nguồn từ thế hệ trẻ ở độ tuổi 20s và 30s với tỉ lệ xấp xỉ 46%. Đây là những người vốn đã có những trải nghiệm về Nhật Bản thông qua văn hóa truyền thống, văn hóa đại chúng và du lịch. Với người Hàn

Quốc từ độ tuổi 40 trở đi mức độ nhận thức mối quan hệ song phương sẽ được cải thiện tuy ít hơn so với những lứa tuổi kia, nhưng cũng thể hiện được sự thay đổi lớn, cho đến năm 2024 tỉ lệ lần lượt đạt được tương ứng với lứa tuổi 40s, 50s, 60s và 70s là 32,3%, 38,7%, 42,1% và 48,9%.



Hình 4.8: Nhận thức tích cực tính theo độ tuổi của người Hàn Quốc về việc cải thiện quan hệ Hàn Quốc - Nhật Bản (2021 - 2024)

(Nguồn: East Asia Institute)

Như vậy, trong giai đoạn này, sự nhận thức về nhau và về mối quan hệ song phương, Nhật Bản thể hiện sự khả quan, tích cực hơn so với Hàn Quốc. Một dấu hiệu tốt triển vọng khác là ấn tượng xấu về nhau cũng ngày càng giảm, nhường chỗ cho ấn tượng tốt gia tăng lên. Trong đó, đối với cả hai quốc gia, sự cải thiện thái độ này đều có mối tương quan đáng kể đến văn hóa. Cùng với quá trình tiếp nhận, hợp tác về văn hóa đều đặn bất kể những biến cố về an ninh - chính trị và kinh tế, phần lớn cộng đồng người Nhật Bản (trên 50%) vẫn luôn yêu thích văn hóa Hàn Quốc. Ngược lại, các thế hệ người Hàn Quốc, đặc biệt là thế hệ trẻ 20s, 30s có rất nhiều trải nghiệm với văn hóa Nhật Bản cũng không thể phủ nhận sức hút của lĩnh vực này đã đóng góp vào thiện cảm lớn cho họ khi nhận mối quan hệ với quốc gia đối tác. Đây là hiệu ứng của sự thấu hiểu lẫn nhau, gia tăng niềm tin tưởng với người

dân hai nước, chuyển đổi trọng tâm vào thế hệ trẻ thông qua nét hấp dẫn của các giá trị truyền thống, trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân và địa phương đều đặn mỗi năm cùng việc tiêu thụ các sản phẩm văn hóa đại chúng của nhau.

Di sản văn hóa luôn nằm trong danh sách quan tâm của người dân cả hai quốc gia cho thấy sự coi trọng công tác bảo tồn các văn hóa cội nguồn. Điều này hoàn toàn phù hợp với chính sách văn hóa của Chính phủ Nhật Bản và Hàn Quốc cũng như cơ chế hợp tác về lĩnh vực này trong công cuộc gìn giữ nền tảng văn hóa xã hội Đông Á. Điều này thể hiện qua kết quả năm 2024, Nhật Bản đã có 21 Di sản và Hàn Quốc đã có 15 Di sản được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa thế giới (UNESCO, 2025). Trong khi đó, K-drama và K-pop đại diện tiêu biểu cho Hàn Quốc và Anime, Manga đại diện cho Nhật Bản trong công cuộc cạnh tranh nền công nghiệp văn hóa sẽ tiếp tục là một trong những cầu nối trên hành trình thấu hiểu lẫn nhau của người dân hai quốc gia.

4.3.2. Sự tác động của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản vào sự phát triển kinh tế mỗi quốc gia

Vốn là những nền kinh tế phát triển hàng đầu tại Đông Á, việc duy trì và phát triển vị thế để vừa tự chủ vừa nâng cao uy tín cho những hợp tác song phương và đa phương là những mục tiêu hàng đầu của cả hai quốc gia. Văn hóa trong giai đoạn này được nhìn nhận có những giá trị thương mại góp phần tạo nên vị thế ấy cho hai quốc gia. Cả hai ngành công nghiệp văn hóa Hàn Quốc và Nhật Bản đều có một sự phát triển mạnh mẽ hướng đến mục đích thâm nhập Đông Á nhằm tìm kiếm thị trường mới.

Ngành công nghiệp văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản đều đóng vai trò là hình mẫu cho sự chuyển đổi của các ngành công nghiệp văn hóa các quốc gia khác trong khu vực Đông Á và các nước đang phát triển ở châu Á vốn có sẵn bản sắc văn hóa đặc trưng. Một số nghiên cứu chỉ ra rằng lĩnh vực văn hóa của hai quốc gia chứa đựng năng lực sản xuất có giá trị kinh tế nên đã được một số quốc gia áp dụng tương tự, tạo nên những nét mới trong các sản phẩm văn hóa đại chúng của họ, điển hình như Thái Lan, Đài Loan, Hồng Kong hay Trung Quốc (Aoyagi, 2000; Iwabuchi, 2002; Siriyuvasak & Shin, 2007; Chua & Iwwabuchi, 2008; Otmazgin, 2008).

Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản được nhìn nhận như một quá trình chuyển giao từ "giao lưu văn hóa dựa trên nhu cầu tiêu dùng đại chúng" sang xu hướng "hợp tác văn hóa, cụ thể là công nghiệp nội dung cấu thành nên hệ sinh thái được thể chế hơn". Bảng thống kê 3.1.2 xét theo những thành tựu kinh tế đã cho thấy sự tăng trưởng về nhiều phương diện bao gồm doanh thu, kim ngạch xuất khẩu, biến chuyển vị thế giữa hai ngành công nghiệp văn hóa của hai quốc gia.

Bảng 4.2: Tóm tắt các thành tựu trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003- 2024)

HẠNG MỤC	GIAI ĐOẠN 1: 2003 - 2015	GIAI ĐOẠN 2: 2015 - 2024
Doanh thu ngành công nghiệp nội dung Hàn Quốc	Quy mô tăng nhanh nhưng chưa đạt ngưỡng "công nghiệp hóa toàn diện"; số liệu tổng hợp toàn ngành còn hạn chế trước giữa thập niên 2010	Đạt quy mô rất lớn: 137,5 nghìn tỷ KRW (2021); khoảng 150 nghìn tỷ KRW (2022)
Kim ngạch xuất khẩu nội dung văn hóa Hàn Quốc toàn cầu	K-pop tăng mạnh khoảng 22 triệu USD (2005) lên khoảng 381 triệu USD (2015) Tổng xuất khẩu nội dung tăng nhanh nhưng dưới 10 tỷ USD	Khoảng 12,45 tỷ USD (2021) lên 13,24 tỷ USD (2022) Xu hướng tiếp tục tăng đến 2024
Thị trường Nhật Bản với xuất khẩu văn hóa Hàn Quốc	Chiếm khoảng 60-63% tỷ trọng xuất khẩu trong các hạng mục chủ lực 2015	Tiếp tục là thị trường trọng yếu nhưng trong bối cảnh đa thị trường - đa nền tảng (số hóa, trực tuyến)
Doanh thu xuất khẩu nội dung Nhật Bản toàn cầu	Tăng chậm hơn khi chiến lược Cool Japan còn ở giai đoạn định hình	Khoảng 4,7 nghìn tỷ yên (2022), tăng khoảng 3,3 lần so với 2012

(Nguồn: NCS tự tổng hợp)

Trong giai đoạn 2003 - 2015, Hallyu đã bùng nổ trong việc tiêu thụ văn hóa đại chúng tại Nhật Bản, tạo nên lực kéo quan trọng trong việc xuất khẩu nội dung Hàn Quốc và thúc đẩy sự hình thành các chuỗi giá trị trong công nghiệp giải trí. Các

dữ liệu nghiên cứu của Chang cho thấy giá trị xuất khẩu K-pop đã tăng mạnh từ 22 triệu USD (2005) lên 381 triệu USD (2015) phản ánh một quá trình thương mại hóa toàn cầu của sản phẩm âm nhạc Hàn Quốc, trong đó Nhật Bản là một thị trường phân phối và tiêu thụ quan trọng (Chang, 2017). Bên cạnh đó, cơ cấu thị trường Nhật Bản còn được thể hiện qua Báo cáo Global Hallyu Issue (tháng 4/2017) khi ghi nhận Nhật Bản đứng thứ 1 về tỷ trọng xuất khẩu trong các nhóm thị trường chính, đạt 63,6% năm 2015 (KOFICE, 2017). Cho dù số liệu này chỉ phản ánh một hạng mục cụ thể, không đại diện cho toàn bộ "xuất khẩu nội dung", điều đó vẫn cho thấy Nhật Bản vẫn đóng vai trò "đầu kéo" có tính cấu trúc với xuất khẩu văn hóa Hàn Quốc trước năm 2015.

Bước qua giai đoạn năm 2015 - 2024, thời kỳ số hóa các nền tảng và phát sóng trực tuyến phổ cập, xuất khẩu văn hóa Hàn Quốc bước vào thời kỳ tăng trưởng theo quy mô công nghiệp, thể hiện qua con số doanh thu cùng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành. Với đà tăng trưởng nhanh nhờ tích lũy năng lực sản xuất, quản trị tốt nghệ sĩ, bản quyền và hệ thống phân phối từ giai đoạn trước 2015, xuất khẩu nội dung của Hàn Quốc đã tăng 3,9 lần từ 3,23 tỷ USD (2010) lên 12,45 tỷ USD (2021) (Lee, 2025). Theo một Báo cáo của trang thông tin InvestKorea, năm 2021, ngành công nghiệp nội dung văn hóa Hàn Quốc đã đạt doanh thu 137,5 nghìn tỷ KRW và 12,45 tỷ USD xuất khẩu (InvestKOREA, n.d). Đà tăng trưởng tiếp tục được xác nhận qua thống kê năm 2022 qua bản tin từ KOCCA dẫn theo nghiên cứu của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc nêu rõ xuất khẩu ngành nội dung đã đạt 13,24 tỷ USD (2022) và doanh thu toàn ngành đạt 150 nghìn tỷ KRW (2022) (KOCCA, 2024). Các số liệu này cho thấy sau năm 2015, quan hệ văn hóa không còn đo bằng mức độ phổ biến của một vài hạng mục về Drama hay K-pop mà được phản ánh thông qua tổng quy mô kinh tế của công nghiệp nội dung, bao gồm âm nhạc, chương trình phát sóng, phim ảnh, hoạt hình, xuất bản, trò chơi điện tử.

Nhật Bản tiếp tục giữ vai trò là thị trường trọng yếu của K-content trong khu vực Đông Á thể hiện qua các báo cáo về Hallyu và qua thực tế tiêu dùng nội dung số (KOFICE, 2017). Ngược lại, Nhật Bản cũng tái lập chiến lược xuất khẩu văn hóa thông qua "Cool Japan" khi nhìn thấy tiềm năng thương mại hóa. Theo tài liệu thống kê của Văn phòng nội các Nhật Bản, năng lực xuất khẩu nội dung Nhật Bản

cũng tăng mạnh thông qua quy mô "phát triển thị trường ngoại" của ngành công nghiệp nội dung đạt 4,7 nghìn tỷ Yên (2022), tăng lên khoảng 3,3 tỷ lần so với năm 2012 (1,4 nghìn tỷ Yên) (Cabinet Office, Japan, 2024). Điều này cho thấy từ sau năm 2015, quan hệ văn hóa Hàn - Nhật không còn trạng thái "một bên xuất khẩu mạnh - một bên tiêu thụ", mà dần chuyển đổi thành vị thế cùng là trung tâm sản xuất và xuất khẩu nội dung ở châu Á, vừa hợp tác và vừa cạnh tranh với nhau.

Lợi ích kinh tế và vấn đề lịch sử ngày nay là những yếu tố tác động có tính cạnh tranh cao với quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia. Thông qua Khảo sát (Phụ lục 1A & 2A) năm 2025, người Hàn cho rằng lợi ích kinh tế có tính tác động lớn hơn (53,1%) so với các vấn đề liên quan lịch sử (37,5%), còn người Nhật lại cho rằng các vấn đề liên quan lịch sử tác động lớn hơn (55,1%) so với lợi ích kinh tế (40,8%). Mục đích hợp tác văn hóa song phương gia tăng xuất khẩu cũng vì vậy với người Hàn là cơ hội thúc đẩy lợi ích kinh tế cao (68,8%), trong khi Nhật Bản chỉ đánh giá điều này ở mức 51%, chú trọng cơ hội học hỏi lẫn nhau cao hơn (67,3%). Thông qua đây, người dân Hàn Quốc thể hiện sự quan tâm rất thực tế lớn đến lợi ích kinh tế được khai thác từ nguồn lực văn hóa. Trong khi đó, người Nhật Bản vẫn có thái độ rất thận trọng về về tác động của các quan điểm liên quan vấn đề lịch sử với quan hệ văn hóa song phương cũng như chú trọng việc học hỏi lẫn nhau hơn. Điều này lý giải cho việc Nhật Bản vẫn đang nỗ lực đưa nền công nghiệp văn hóa trở lại thời kỳ đỉnh cao trước đây ở khu vực Đông Á và thế giới.

Những chương trình trao đổi, giao lưu ở cả văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng đã thúc đẩy sự hiện diện văn hóa lẫn nhau trong cuộc sống người dân hai quốc gia. Những nỗ lực này không chỉ tăng cường sự hiểu biết mà còn thúc đẩy doanh thu cho ngành ngành du lịch Hàn Quốc và Nhật Bản. Sau Hội nghị cao cấp tại Tokyo 02/2010, cơ chế Working Holiday Visa đã đi vào thực thi giúp mở rộng giao lưu nhân dân hai quốc gia. Chính sách nới lỏng thị thực du lịch song phương cho các chuyến đi ngắn ngày đến Nhật Bản hay Hàn Quốc trở nên thuận tiện hơn. Trong giai đoạn 2003 - 2015, lĩnh vực này chứng kiến sự gia tăng đáng kể của lượng khách qua lại. Trước năm 2015, số lượng người dân du lịch, thăm viếng lẫn nhau thường xuyên đạt trên 5 triệu/năm chứng tỏ vai trò của các lễ hội truyền thống, giao lưu nhân dân, địa phương đã thúc đẩy việc kế nối xã hội xuyên

quốc gia rộng rãi (MOFA of Japan, 2015). Theo một Báo cáo của bộ ngoại giao Nhật Bản, Chính phủ Nhật Bản đã kết hợp với các doanh nghiệp, khu vực tư nhân để thiết lập và vận hành Chiến dịch du lịch Nhật Bản nhằm quảng bá cho du lịch Nhật Bản, thông qua các biện pháp thành lập Ủy ban quảng bá địa phương tại các thị trường ưu tiên bao gồm Mỹ, Hàn Quốc và Trung Quốc (MOFA of Japan, 2020). Ở chiều ngược lại, với Hàn Quốc, Bộ ngoại giao và Cơ quan thông tin văn hóa Hàn Quốc chủ trương tạo sự thu hút du lịch với nhiều hoạt đông hấp dẫn. Điển hình, một số sự kiện tiêu biểu khuyến khích sự tìm hiểu về văn hóa Hàn, điển hình như Thi đố vui về Hàn Quốc phát sóng trên các kênh truyền hình quốc gia lớn KBS World trên 100 quốc gia, Liên hoan K-pop thế giới, Talk Talk Korea và Korea Week với nhiều hoạt động biểu diễn nghệ thuật truyền thống, triễn lãm, thuyết giảng, lễ hội phim ảnh và K-pop được tổ chức hàng năm (DWP, 2019) đã tạo nên sức hút cho khách quốc tế, trong đó có du khách Nhật Bản đến với Hàn Quốc.

Theo thống kê của của Road Genius (18/06/2025), tính đến năm 2024, lượng khách Nhật Bản đến Hàn Quốc chỉ đứng thứ hai (sau Trung Quốc) với 3,2 triệu người (Road Genius, 2025), tăng 28% so với con số 2,31 triệu người năm 2017 (DWP of Korea, 2018). Trong khi đó, lượng khách Hàn Quốc đến Nhật Bản tính từ tháng 1 đến 11 năm 2024 đứng đầu danh sách với gần 8 triệu người (Japan National Tourism Organization, 2024), tăng khoảng 11% so với năm 2017 với 7,14 triệu người (DWP of Korea, 2018).

Sự lớn mạnh của công nghiệp văn hóa và du lịch kéo theo sự gia tăng của nhu cầu việc làm trong thị trường lao động nội địa mỗi quốc gia. Làn sóng Hàn Quốc từ năm 2017 - 2021 đã tạo ra khoảng hơn 200 ngàn việc làm trong các ngành sản xuất âm nhạc, phim truyền hình, trò chơi, giải trí, du lịch, thời trang và mỹ phẩm, chiếm xấp xỉ 20% tổng số công việc mới (The Dong - A Ilbo, 2023). Với Nhật Bản, tính đến năm 2020, có khoảng 1,19 triệu người làm việc có liên quan đến văn hóa (Statistic, 2024), chiếm khoảng 2,3% tổng lực lượng lao động khoảng 67 triệu người (OECD, 2024). Chính hệ sinh thái của ngành công nghiệp văn hóa tạo nên những sự chuyển đổi mới về ngành nghề lao động tạo nên động lực kinh tế lớn cho cả hai quốc gia.

Khảo sát về quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia (Phụ lục 1A và 2A) cũng cho thấy, năm 2025, có 30,6% người Nhật Bản đã du lịch đến Hàn Quốc 1-2 lần/năm và lý do ưu tiên là để thưởng thức ẩm thực (49%), sau đó là tham quan di sản văn hóa (26,5%) và tiếp đến là mua sắm vật phẩm văn hóa đại chúng (20,4%). Trong khi đó, có 50% người Hàn Quốc đến Nhật bản 1-2 lần/năm với lý do ưu tiên là thưởng ngoạn kiến trúc và không gian văn hóa (50%), kế tiếp là thưởng thức ẩm thực truyền thống (43,8%) và sau đó là tìm hiểu di sản văn hóa, thưởng thức nghệ thuật tạo hình và thủ công, thăm địa điểm liên quan Anime, manga, phim ảnh (21,9%). Qua đó, việc qua lại của nhân dân hai quốc gia có mục đích ưu tiên dành cho việc tìm hiểu các giá trị văn hóa truyền thống, với người Nhật là sự quan tâm ẩm thực, di sản văn hóa và với người Hàn là sự yêu thích kiến trúc, không gian văn hóa, ẩm thực, di sản và nghệ thuật tạo hình, thủ công Nhật Bản. Mục đích hướng về việc mua sắm vật phẩm văn hóa đại chúng Hàn hay đến tham quan địa điểm liên quan đến Anime, manga Nhật sẽ được lựa chọn ít hơn. Điều này chứng tỏ sự quan tâm của người dân hai nước luôn dành ưu tiên hướng về các giá trị văn hóa cội nguồn vốn sẽ xây dựng và lý giải sâu sắc hơn đời sống con người của mỗi đất nước.

Như vậy, quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản không những giúp hai quốc gia tái lập niềm tin mà còn góp phần thúc đẩy giúp hai nền kinh tế cùng tăng trưởng. Sự chuyển biến lớn nhất giữa hai giai đoạn là sự thay đổi vai trò làn sóng văn hóa từ một hiện tượng tiêu dùng xuyên biên giới sang công nghiệp nội dung có giá trị kinh tế - đối ngoại. Với kim ngạch xuất khẩu gia tăng lên hàng chục tỷ USD/năm của Hàn Quốc và hàng nghìn tỷ Yên của Nhật Bản khiến quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia trở thành một phần hữu hình trong cấu trúc kinh tế sáng tạo tại khu vực Đông Á.

Thông qua sự mở rộng đa dạng không ngừng của công nghiệp văn hóa, ngành du lịch và việc làm của Hàn Quốc và Nhật Bản ngược lại cũng sẽ góp phần đáng kể trong việc thương mại hóa lĩnh vực văn hóa. Các hoạt động biểu diễn nghệ thuật dân gian, triễn lãm thủ công mỹ nghệ, liên hợp bảo tàng luôn được duy trì ổn định làm nên chất xúc tác cho quan hệ văn hóa song phương giữa người dân hai bên. Các giá trị văn hóa cội nguồn luôn thu hút sự tìm hiểu, nghiên cứu văn hóa thông qua du lịch song phương giữa hai quốc gia. Chính xu hướng K - Cuture tại

Nhật Bản đã thu hút lượng du khách Nhật Bản đến Hàn Quốc, cũng như Anime và manga tại Hàn Quốc đã làm gia tăng lượng khách du lịch Hàn Quốc đến với Nhật Bản theo xu hướng "du lịch nội dung", vốn phát triển từ "công nghiệp nội dung" của hai quốc gia.

4.3.3. Sự tác động của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản vào sự phát triển văn hóa mỗi quốc gia

Cả Hàn Quốc và Nhật Bản đều nhận thức rất rõ văn hóa chính là công cụ giúp thúc đẩy sự hiểu biết lẫn nhau và cũng là tấm gương phản chiếu để cùng chia sẻ, rút kinh nghiệm trong việc phát triển một nền văn hóa phù hợp thời đại. Sự thành công của hai nền văn hóa Hàn Quốc và Nhật Bản có thể trở thành hình mẫu cho sự chuyển đổi của ngành công nghiệp văn hóa của các quốc gia khác trên thế giới.

Cho đến hiện nay, trải qua nhiều sự nỗ lực, cả hai quốc gia đều có một số nhận định chung về việc phát triển văn hóa. *Thứ nhất,* văn hóa luôn là một công cụ chiến lược hữu ích trong việc nâng cao vị thế mỗi quốc gia, vừa tạo sự hiểu biết lẫn nhau, vừa mang lại giá trị kinh tế. *Thứ hai,* sự phát triển bền vững của công nghiệp văn hóa chỉ có được khi có sự kết hợp giữa văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng. Văn hóa truyền thống là biểu hiện gốc rễ của nền văn minh mỗi quốc gia trong khi đó văn hóa đại chúng có giá trị truyền bá sâu rộng đến toàn thể cộng đồng hai quốc gia. *Thứ ba,* sự giao lưu, trao đổi và hợp tác trong lĩnh vực văn hóa vừa làm phong phú chính nền văn hóa của mỗi quốc gia, và cũng góp phần hàn gắn, xoa dịu những căng thẳng trong quan hệ an ninh- chính trị và kinh tế của hai quốc gia.

Nhật Bản đi đầu đã trong việc bảo tồn, gìn giữ, truyền bá về văn hóa truyền thống, khai thác các giá trị cội nguồn để tạo nên những sản phẩm văn hóa hấp dẫn, khác biệt và có khả năng cạnh tranh. Cho đến hiện nay, Nhật Bản cũng luôn được nhìn nhận tiên phong bền vững trong khía cạnh này. Quốc gia này sở hữu hệ thống pháp lý cũng như chính sách bảo tồn đi sản có tính hệ thống và lâu đời, điển hình qua chương trình Báu vật sống (Living natioal treasure) ra đời từ sau khi Luật bảo vệ tài sản văn hóa (1950) được thiết lập. Qua đó, những nghệ nhân, nghệ sĩ đã giữ gìn truyền thống gồm các loại nghệ thuật điển hình như kịch Noh, Kabuki, Gagaku, trà đạo được công nhận. Việc khai thác những nét văn hóa này đã tạo nên những hình thức du lịch bền vững, trở thành một phần quan trọng của nền kinh tế văn hóa.

Về điều này, Hàn Quốc đã học hỏi được Nhật Bản khi Chính phủ ban hành Luật bảo vệ Di sản văn hóa phi vật thể (1962) cũng công nhận những nghệ nhân truyền thống tên gọi "Người giữ gìn di sản phi vật thể" (Human Cultural Asset). Tuy nhiên, các nét văn hóa truyền thống của Hàn Quốc được truyền bá thông qua sự kết hợp với văn hóa đại chúng thông qua các buổi biểu diễn âm nhạc hiện đại, phim ảnh lịch sử. Như vậy, cho đến hiện tại, nếu xét về di sản văn hóa, Nhật Bản là quốc gia tiên phong trong việc thiết lập khung pháp lý cũng việc hệ thống hóa chính sách tạo nên hệ thống bảo tồn chuẩn mực chặt chẽ. Tuy nhiên, Hàn Quốc lại nổi bật hơn về khả năng sáng tạo trong việc phổ biến, lan tỏa quốc tế nét văn hóa truyền thống về di sản trong xã hội đương đại.

Với hình thức giao lưu nhân dân, nhân Kỷ niệm 40 năm bình thường hóa quan hệ song phương, Hàn Quốc đã chủ động tiên phong tổ chức sự kiện Lễ hội văn hóa Hàn Quốc - Nhật Bản tại Seoul suốt từ 2005 -2008. Việc tổ chức, giao lưu các hoạt động văn hóa truyền thống giữa hai quốc gia tạo cơ hội Hàn Quốc được học hỏi, lĩnh hội những cách thức giữ gìn yếu tố này từ Nhật Bản. Cho đến năm 2009, sự kiện mới được tổ chức đồng thời ở cả Hàn Quốc và Nhật Bản minh chứng cho quan hệ văn hóa song phương đã được nâng cấp. Trong việc bảo tồn di sản, với nền tảng pháp lý vững vàng cùng những chuẩn mực bảo tồn chặt chẽ, đặc biệt là đối tác quan trọng của Tổ chức UNESCO, Nhật Bản trở thành hình mẫu giúp Hàn Quốc vạch rõ định hướng trong chiến lược gìn giữ các di sản vật thể và phi vật thể quốc gia. Với công tác nghiên cứu lịch sử, Nhật Bản là quốc gia khởi xướng với sự hành lập Ủy ban nghiên cứu lịch sử chung Nhật - Hàn đã thúc đẩy Hàn Quốc, vốn rất nhạy cảm với quyền diễn giải lịch sử, chú trọng hơn vào việc đầu tư vào nâng cao tầm hiểu biết về quá trình phát triển quốc gia và khu vực. Bên cạnh đó, số lượng du học sinh Hàn thường xuyên nằm trong Top 3 tại Nhật Bản cũng chứng tỏ việc Nhật Bản là điểm đến học thuật mẫu mực khiến Hàn Quốc phải học hỏi theo để phát triển rộng hơn các công trình khoa học về khu vực Đông Á và lãnh thổ, lãnh hải Hàn - Nhật.

Cũng với tư duy nhạy bén trong việc lan tỏa toàn cầu về văn hóa, Hàn Quốc đã tạo nên một hiện tượng văn hóa toàn cầu thông qua Hallyu - làn sóng Hàn Quốc từ đầu thập niên 2000. Chính phủ Hàn Quốc luôn xác định văn hóa là ngành xuất khẩu

mũi nhọn nên đã chú trọng sự đầu tư vốn, hạ tầng và hệ thống truyền thông cho ngành công nghiệp văn hóa quốc gia. Các nền tảng công nghệ số như Youtube, Netflix và Tiktok đã trở thành "bệ phóng" cho quá trình toàn cầu hóa cho K-Pop và K-Drama. Hàn Quốc cũng chấp nhận việc truyền thông các sản phẩm phim ảnh, âm nhạc trên những nền tảng không chính thức, tự phát. Các dự án phim ảnh cũng như âm nhạc của Hàn Quốc cũng chấp nhận việc lai ghép, địa phương hóa cho phù hợp với sở thích của khán giả Nhật Bản như việc biểu diễn bằng tiếng Nhật, diễn viên Bea Yong Joon chốt hình tượng nhân vật trong phim trong một thời gian dài hay chấp nhận thay đổi một số chi tiết kịch bản trong trường hợp nhượng quyền phim.

Trong giai đoạn 2003 - 2015, Hallyu đã định hình, tạo nên một hiện tượng bùng nổ trong văn hóa tiêu dùng đại chúng tại Nhật. Với vai trò là thị trường phân phối và tiêu thụ quan trọng, Nhật Bản đã góp phần quan trọng vào sự gia tăng giá trị xuất khẩu K-pop. Theo Báo cáo về Global Hallyu Issue tháng 4/2017 cũng ghi nhận Nhật Bản đứng số 1 về tỷ trọng xuất khẩu trong nhóm thị trường chính của Hàn Quốc, chiếm khoảng 63,3 % (KOFICE, 2017). Điều này cho thấy rõ Nhật Bản là đầu kéo có tính cấu trúc với xuất khẩu văn hóa Hàn Quốc. Đây là nền tảng để Hallyu không chỉ dừng lại ở mức độ "làn sóng" mà bứt phá thành hệ sinh thái công nghiệp lớn mạnh với xuất khẩu ngành nội dung đạt kỷ lục 13,24 tỷ USD và doanh thu toàn ngành đạt 150 nghìn tỷ KRW vào năm 2022 (KOCCA, 2024).

So với Hàn Quốc, Nhật Bản đã phát triển các thể loại văn hóa đại chúng bao gồm truyện tranh, phim hoạt hình, trò chơi điện tử và J-Pop từ những năm 1980 đặt nền móng cho một nền công nghiệp văn hóa điển hình ở châu Á đầu tiên. Tuy nhiên, khác với Hàn Quốc, với mục đích chính mang đến một niềm tự hào về văn hóa dân tộc, Nhật Bản lại chú trọng phát triển thị trường nội địa hơn so với thị trường toàn cầu. Nhưng chính nội dung đa dạng, tích cực hướng con người về những ước mơ khát vọng trong tương lai, các sản phẩm manga, Anime của Nhật Bản đã được tiếp nhận nồng nhiệt trên thế giới, Điều này khác hẳn so với J-pop và phim ảnh ít có được sự lan tỏa mạnh mẽ vì mô tuýp thiếu sự đa dạng, đổi mới. Bên cạnh đó, Nhật Bản cũng kiểm soát rất gắt gao để đảm bảo những hình thức và nội dung truyền thông về văn hóa chủ yếu xuất hiện trên những kênh chính thống như Website, Báo chí Chính phủ.

Đứng trước thực tế này, Nhật Bản buộc phải có sự thích ứng, chuyển biến với sự thiết lập sáng kiến Cool Japan ra đời năm 2012 tạo thế đối trọng với Hallyu. Cool Japan bắt đầu chú trọng xuất khẩu văn hóa khi Chính phủ Nhật Bản đã phải thừa nhận công nghiệp nội dung đã thực sự trở thành một ngành thu được ngoại tệ. Nếu Hallyu tập trung chủ yếu vào phim truyền hình, âm nhạc, mỹ phẩm và thời trang đương đại Cool Japan đã có sự đổi khác khi không chỉ tập trung quảng bá văn hóa truyền thống như thời trang, ẩm thực, kiến trúc mà còn tận dụng sức hút của Anime và Manga. Hàn Quốc tận dụng các mạng xã hội Youtube, Tiktok lan truyền K-Pop, K-Drama thì Nhật Bản tập trung giới thiệu, quảng bá sản phẩm văn hóa đại chúng qua các website đa ngôn ngữ của Bộ ngoại giao, Japan Foudation, các tổ chức liên quan văn hóa. Hòa vào chặng đua giành lại sự công nhận về vị thế văn hóa, Thủ tướng Shinzo Abe đã đích thân tham gia cùng các nhân vật Anime tiêu biểu để quảng bá sự kiện trong video giới thiệu về Olympic Tokyo 2020. Cũng từ đây, năng lực xuất khẩu nội dung Nhật Bản cũng tăng mạnh khoảng 3,3 lần với doanh thu đạt 4,7 nghìn tỷ yên (năm 2022) so với 1,4 tỷ yên (năm 2012). Điều này giúp Cool Japan vươn lên tạo sự ảnh hưởng lớn đến người tiêu thụ các sản phẩm Anime tại Hàn Quốc và toàn thế giới. Lĩnh vực văn hóa đại chúng của Nhật Bản cũng vì thế mà nâng cao được năng lực cạnh tranh với Hallyu của Hàn Quốc.

Nhìn chung, trong quá trình xây dựng và phát triển nền công nghiệp văn hóa, Nhật Bản đều là quốc gia đi đầu, còn Hàn Quốc kế thừa một cách sáng tạo. Nhật Bản theo tiêu chí phát triển một nền "văn hóa kiểu mẫu", giữ sự phát triển đồng đều ở cả hai lĩnh vực. Điều này thể hiện rõ thông qua các chính sách bảo tồn một cách cẩn trọng cũng như sẵn sàng hỗ trợ, chia sẻ các kinh nghiệm cho Hàn Quốc và thế giới trong việc giữ gìn văn hóa truyền thống. Với văn hóa đại chúng, Nhật Bản đảm bảo sự sáng tạo chất lượng, hướng đến các tín ngưỡng, niềm tin, ước mơ, khát vọng của con người trong tương lai trong các sản phẩm văn hóa đại chúng, điển hình là truyện tranh và phim hoạt hình. Cùng với âm nhạc, trò chơi điện tử, ngành công nghiệp văn hóa của Nhật Bản ưu tiên thị trường nội địa vững chắc, rồi mới đến thị trường Hàn Quốc và toàn cầu.

Nền văn hóa của Hàn Quốc có nhiều nét tương đồng vì quá trình học hỏi từ Nhật Bản cách gìn giữ văn hóa truyền thống, cũng như phát triển văn hóa đại chúng.

Tuy nhiên, sự khác biệt của quốc gia này thể hiện qua định hướng xây dựng một nền "văn hóa toàn cầu" dành sự ưu tiên phát triển văn hóa đại chúng hơn so với văn hóa truyền thống. Ngành công nghiệp văn hóa của quốc gia này đã tái cấu trúc với nhiều tên gọi như công nghiệp nội dung, công nghiệp sáng tạo để luôn đáp ứng được nhu cầu thị trường Nhật Bản và thế giới biến động liên tục. Chính sách địa phương hóa phim ảnh, âm nhạc trong các quốc gia tiếp nhận đã cho thấy sự linh hoạt của Hàn Quốc nhằm đáp ứng mục tiêu phổ biến rộng rãi nhất các sản phẩm văn hóa đại chúng mang thương hiệu K. Sự cởi mở trong việc sử dụng đa dạng kênh truyền thông thời đại công nghệ số cũng đã trở thành công cụ giúp lan tỏa toàn cầu. Văn hóa truyền thống của Hàn Quốc bên cạnh công tác bảo tồn cũng xuất hiện trong rất nhiều phim ảnh, buổi biểu diễn âm nhạc đương đại để tiếp tục đẩy mạnh công tác truyền bá với nhiều thế hệ của cộng đồng toàn cầu.

Trong thời đại toàn cầu hóa, văn hóa muốn trở thành một nguồn lực sức mạnh mềm cần đảm bảo cả bản sắc và độ lan tỏa, đảm bảo sự phát triển đồng đều ở cả văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng. Nhật Bản trong suốt thể kỷ thứ XX được nhìn nhận là nền văn hóa điển hình của châu Á, đã phải thừa nhận sự vươn lên của Hàn Quốc khi bước qua thế kỷ thứ XXI. Chiến lược Làn sóng Hàn Quốc nhờ sức hút của các sản phẩm văn hóa đại chúng giải trí đã xây dựng thương hiệu quốc gia tạo nên một thế cạnh tranh mới cho Hàn Quốc trước Nhật Bản trên thế giới.

4.4. Triển vọng của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong tương lai

Trước những diễn biến phức tạp của bối cảnh toàn cầu từ năm 2003, cục diện thế giới xoay quanh việc các quốc gia đều tìm cách đối ứng với sự mở rộng ảnh hưởng nhiều mặt của Trung Quốc, vấn đề căng thẳng Mỹ-Trung tiếp diễn, phòng vệ trước sự đe dọa an ninh hạt nhân từ Bắc Triều Tiên, các vấn đề phi truyền thống về khí hậu, di cư, an ninh mạng, dịch bệnh. Những vấn đề này đã khiến nhiều ngành công nghiệp đối mặt với những thử thách. Vì thế, việc duy trì quan hệ song phương trong các lĩnh vực công nghệ, khoa học, dịch vụ và du lịch giữa các quốc gia, trong đó có cả Nhật bản và Hàn Quốc từ năm 2003 cũng liên tục đối mặt một số khó khăn. Tuy nhiên, ẩn mình trong những biến động đó là những tác nhân tạo điều kiện thuận lợi cho ngành công nghiệp kiểu mới, thiên về truyền thông, giải trí có cơ hội tăng trưởng. Cụ thể là sự phát triển của Kỷ nguyên công nghệ, nhận thức thế hệ trẻ

hướng về tương lai đã cởi mở đón nhận văn hóa hai chiều. Vì vậy, công nghiệp văn hóa sẽ tiếp tục đóng vai trò trọng yếu trong nền kinh tế của Hàn Quốc và Nhật Bản. Sự hiện diện và kết hợp song song của cả hai thuộc tính truyền thống và đại chúng trong công nghiệp văn hóa hai quốc gia vừa đảm bảo việc giữ gìn văn hóa gốc, vừa kiến tạo nên các giá trị văn hóa hiện đại.

Trong chiến lược ngoại giao văn hóa, từ năm 2004, Chính phủ Nhật Bản luôn chú trọng mục đích quảng bá song song văn hóa truyền thống, văn hóa đại chúng cùng công nghệ tiên tiến và thiên nhiên tươi đẹp để giới thiệu về một "Nước Nhật quyến rũ" (Charming Japan) (DB of Japan, 2024). Cụ thể, trong nhiệm kỳ của Thủ tướng Shinzo Abe, một dự án mang tính bước ngoặt "WA: Hướng đến một châu Á tương tác thông qua sự kết hợp và hài hòa" đã được công bố tháng 12 năm 2013. Thông qua đó, Bộ ngoại giao Nhật Bản nỗ lực giới thiệu các khía cạnh đa dạng của văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng quốc gia song song với các chương trình trao đổi học thuật, hỗ trợ giáo dục ngôn ngữ Nhật Bản (DB of Japan 2014, 2015, 2016).

Với Chính phủ Hàn Quốc, ngoại giao văn hóa đã chính thức trở thành thuật ngữ trong tiếng Hàn năm 2010 (DWP Korea, 2011). Chính phủ nước này tăng cường việc kêu gọi công chúng, đặc biệt là những doanh nghiệp tư nhân, tập đoàn lớn (Cheabol) như CJ, LOTTE, Samsung, LG tham gia vào sự phát triển và hợp tác văn hóa xuyên quốc gia. Tổ chức KOCCA (thành lập 2009) giữ vai trò then chốt, từ nghiên cứu thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp nội địa, đến quảng bá toàn cầu và đào tạo nguồn nhân lực, thúc đẩy xuất khẩu văn hóa, xâm nhập vào thị trường châu Á, trong đó Nhật Bản là một thị trường quan trọng (KOCCA, 2012; MCST, 2012; Taeyoung Kim, 2021).

Qua đó có thể thấy Chính phủ hai quốc gia đều rất nỗ lực xây dựng nền văn hóa phát huy sức mạnh mềm tạo nên vị thế cạnh tranh nhau trong lĩnh vực. Cho đến thời điểm hiện tại, hợp tác về văn hóa truyền thống thông qua bảo tồn di sản, trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân, thanh niên, địa phương luôn được đề cập trọng tâm trong các văn bản, chính sách hợp tác văn hóa song phương chính thức. Tuy nhiên, văn hóa đại chúng, với sức truyền bá vũ bão trong thời đại công nghệ số qua

các nền tảng phân phối, phát sóng trực tuyến và truyền thông mạng xã hội thể hiện vượt trội sức ảnh hưởng, góp phần gia tăng sự hiểu biết, thiện cảm dành cho nhau giữa hai quốc gia. Tuy nhiên, một số yếu tố hiện hữu có khả năng giới hạn sự hợp tác hai chiều, điển hình gồm *thứ nhất,* sự cạnh tranh vị thế "cường quốc văn hóa", *thứ hai,* bất đồng trong việc giải quyết các vấn đề lịch sử và anh ninh chính trị bao gồm vấn đề "phụ nữ mua vui", "cưỡng bức lao động", tranh chấp lãnh thổ.

Các sản phẩm văn hóa ở cả hai lĩnh vực đã có những tác động nhất định đến thái độ và hành vi dưới góc nhìn của nhiều thế hệ người dân cả hai quốc gia. Thông qua Khảo sát về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (Phụ lục 1A và 2A), khi được hỏi về những phản ứng khi xem những sản phẩm, nghệ sĩ thuộc lĩnh vực văn hóa đại chúng có thông tin gây tranh cãi về các vấn đề lịch sử, con người, quốc gia Nhật Bản, kết quả được ghi nhận như sau: *Với người Hàn Quốc,* 53,1% vẫn xem bình thường vì quan tâm đến nội dung tổng thể, 37,5% chuyển sang những dạng thức văn hóa khác và 21,9 % người Hàn tỏ thái độ không thích Nhật Bản nữa. *Với người Nhật Bản,* 38,8% vẫn xem bình thường vì quan tâm đến nội dung tổng thể, 26,5% không thích Hàn Quốc nữa và 10,2% sẽ chuyển sang những dạng thức văn hóa khác. Cả Hàn Quốc và Nhật Bản đều nhìn nhận yếu tố lịch sử vẫn có sự tác động nhất định đến thái độ của người dân hai nước khi tiếp nhận văn hóa lẫn nhau, nhưng sự ảnh hưởng đã không còn đáng kể với việc hợp tác song phương trong quan hệ văn hóa hai quốc gia. Bên cạnh đó, 40,6% người Hàn và 26,5% người Nhật cho rằng quan hệ văn hóa sẽ giúp cải thiện thái độ trong việc giải quyết các vấn đề lịch sử. Yếu tố con người cũng rất được đề cao khi 79,6% người Nhật và 62,5% người Hàn cho rằng người dân hai nước sẽ đóng vai trò là cầu nối quan trọng trong việc thấu hiểu lẫn nhau.

Dựa trên thực tiễn trên, dưới sự kết hợp của nhiều lý thyết càng làm rõ hơn bức tranh toàn diện về quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản: sức mạnh mềm giải thích về động lực, CNKT lý giải quá trình, CNTD và CNTTD nhấn mạnh cơ hội hợp tác, còn CNHT và TTDT chỉ ra những nguy cơ xung đột, cạnh tranh. Qua đó, Luận án xin được đề xuất một số kịch bản trong tương lai của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản như sau:

Kịch bản thứ nhất: Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ cân bằng giữa hợp tác và cạnh tranh. Đây là trạng thái cân bằng để duy trì nguyên trạng quan hệ với mục đích kết nối xã hội, đảm bảo lợi ích, nhưng không giải quyết triệt để các rạn nứt về các vấn về chính trị-lịch sử. Cụ thể, tình hình chính trị-an ninh thế giới và khu vực không biến động. Với sự ưu tiên lợi ích kinh tế, Chính phủ hai nước duy trì chính sách đối ngoại thực dụng phân tách rõ hai vấn đề chính trị và văn hóa. Bên cạnh đó, nhu cầu tiêu thụ văn hóa đại chúng của nhau vẫn diễn ra nhưng luôn ở trạng thái cảnh giác về các vấn đề lịch sử-lãnh thổ.

Về mặt hợp tác: Với lập luận từ CNTD và CNTTD, sự hợp tác về văn hóa truyền thống được duy trì với vai trò là ngoại giao cơ bản giữa Chính phủ hai bên. Các Lễ hội văn hóa, bảo tồn di sản, hoạt động trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân, thanh niên, địa phương sẽ tiếp tục được tổ chức đều đặn hằng năm như đã diễn ra nhằm đáp ứng nhu cầu giao lưu văn hóa Đông Á cho cộng đồng người dân hai quốc gia. Dưới sự phát triển của truyền thông mạng xã hội và nhu cầu thị trường, sự hưởng ứng hai chiều về văn hóa đại chúng tiếp tục bùng nổ, bao gồm: việc mua bán, đồng sản xuất, tham gia, đào tạo một số dự án phim ảnh và âm nhạc.

Về mặt cạnh tranh: Trong khi đó, CNKT vốn thể hiện bản sắc và sự thích ứng thay đổi, Hàn Quốc và Nhật Bản thể hiện sự cạnh tranh qua việc tiếp tục sáng tạo và phát triển công nghiệp văn hóa để tạo thế đối trọng về vị thế công nghiệp văn hóa. Nhật Bản sẽ tiếp tục duy trì công cuộc phát triển Anime, Manga, trò chơi điện tử trong khi đó Hàn Quốc cũng không ngừng đa dạng hóa nội dung K-Pop, K-Drama, thời trang. Trong thị trường nội địa mỗi quốc gia, khán giả Nhật Bản, Hàn Quốc vẫn bảo vệ, tiêu thụ các sản phẩm quốc nội và sẽ có sự đón nhận chọn lọc với các sản phẩm văn hóa liên quan đến vấn đề chính trị-lịch sử.

Kịch bản thứ hai: Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ đẩy mạnh hợp tác. Đây là trạng thái tích cực nhất khi vượt qua những ký ức lịch sử, định hướng xây dựng một liên minh văn hóa chung khu vực Đông Bắc Á. Cụ thể, tình hình chính trị-an ninh thế giới và khu vực có biến động, liên quan đến Mỹ, Trung Quốc, Bắc Triều Tiên thúc đẩy Hàn Quốc và Nhật Bản củng cố quan hệ song phương cùng nhau trên nhiều phương diện an ninh, chính trị, kinh tế. Thế hệ lãnh

đạo trẻ hoàn toàn đoạt tuyệt với định kiến quá khứ thúc đẩy Chính phủ hai nước ký kết thỏa thuận chính trị mang tính bước ngoặt (như thời chính quyền Yoon Suk-yeon từng có) được thể chế hóa với sự chấp nhận của công chúng hai bên. Nhu cầu tiêu thụ văn hóa đại chúng của người dân ngày càng cao, đòi hỏi sự đổi mới liên tục để tránh bị bão hòa cảm xúc. Vì vậy, những thiên kiến về lịch sử cũng được bỏ qua hết. Bên cạnh đó, Hàn Quốc và Nhật Bản đều phải đối mặt với dân số già và tỷ lệ sinh thấp dẫn đến thiếu hụt lực lượng lao động có tính sáng tạo và sức tiêu thụ thị trường nội địa kém.

Dưới góc nhìn CNTD và CNKT, những điều kiện trên tạo sự thuận lợi cho quan hệ văn hóa song phương. Chính phủ hai nước gỡ bỏ mọi rào cản kiểm duyệt để thực thi các Hiệp định hợp tác văn hóa toàn diện ở nhiều cấp, trong đó chú trọng các Tập đoàn lớn, địa phương và doanh nghiệp tư nhân. Lĩnh vực văn hóa truyền thống với bảo tồn di sản, trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân dân, thanh niên, địa phương đã không còn mang tính biểu tượng mà trở thành nguồn lực hợp tác nhiều lợi ích tại Đông Á. Xu thế công nghệ số văn hóa với nền tảng phát sóng trực tuyến, kết hợp truyền thông mạnh mẽ qua mạng xã hội khiến cho việc hợp tác liên quốc gia trở nên thuận lợi. Sự hợp tác càng được đẩy mạnh thì sức tiêu thụ văn hóa hai chiều và cơ hội tận dụng khai thác nguồn nhân sự hai bên càng cao.

Việc hợp tác cùng nhau trong lĩnh vực này cũng định hướng tạo nên những sản phẩm văn hóa mới lạ về cả nội dung và thể loại, mang tính toàn cầu. Hai quốc gia cũng có thể cân nhắc về sự kết hợp liên thể loại, ví dụ như K-Pop kết hợp cùng Anime, hay K-Drama kết hợp vào Trò chơi điện tử Nhật Bản để tạo nên những sản phẩm mang tính đột phá, có sức hấp dẫn cộng đồng toàn cầu.

Độc đáo hơn là những dự án hợp tác tích hợp cả văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng của hai quốc gia. Lễ hội giao lưu riêng về văn hóa đại chúng cũng là một ý tưởng khả thi phim ảnh Hàn Quốc-Nhật Bản quy tụ các tác phẩm điện ảnh hai quốc gia, các buổi hòa nhạc với sự kết hợp sân khấu công nghệ số của Nhật và khả năng trình diễn trực tiếp của các ca sĩ Hàn Quốc. Các hình thức truyện tranh Manga cũng như Webtoon xuất bản dưới dạng song ngữ, phát hành trên các nền tảng trực tuyến toàn cầu đáp ứng nhu cầu nhiều phân khúc khán giả.

Như vậy, theo góc nhìn CNKT, bản sắc quốc gia có sự thay đổi đã kiến tạo một "giai đoạn văn hóa Đông Bắc Á mới". Quan hệ văn hóa lúc này trở thành nền tảng đóng góp vào lợi ích, vị thế quốc gia và thúc đẩy một liên minh an ninh – kinh tế thực chất hơn.

Kịch bản thứ ba: Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ đẩy mạnh cạnh tranh. Đây là trạng thái giảm đi mức độ quan hệ khi văn hóa trở thành công cụ trả đũa và cạnh tranh lẫn nhau. Yếu tố chính trị-an ninh như "phụ nữ mua vui", "cưỡng bức lao động", xung đột về chủ quyền lãnh thổ (Đảo Dokdo/Takeshima) hoặc sách giáo khoa lịch sử trở nên gay gắt. Chính phủ hai quốc gia thuộc về những đảng phái chú trọng lợi ích dân tộc cực đoan bao gồm lợi ích chính trị lẫn nỗi lo về "xâm lược văn hóa" tạo sự đối đầu leo thang. Công chúng hai nước nhạy cảm, bài trừ văn hóa ngoại lai.

Cụ thể, dựa trên lập luận CNHT và TTDT, để bảo vệ lợi ích quốc gia, văn hóa lúc này sẽ bị "an ninh hóa". Mọi hợp tác song phương đều bị đóng băng tạo nên một thế hệ công chúng mang nhiều định kiến và thù hằn. Nhà nước tạm dừng các Lễ hội giao lưu văn hóa, dự án hợp tác bảo tồn di sản. Việc cấp Visa bị hạn chế lại với du học sinh, nghệ sĩ giao lưu biểu diễn hoặc ban hành lệnh cấm sóng phim ảnh, chương trình truyền hình. Sự cạnh tranh về tính chính danh lịch sử thể hiện rõ qua những thông tin truyền thông trên không gian mạng dẫn dắt dư luận, có thể dẫn đến việc công chúng tẩy chay văn hóa lẫn nhau trong thị trường nội địa. Chính phủ tiếp tục thúc đẩy các tập đoàn, doanh nghiệp tư nhân, cá nhân đồng lòng nâng cấp công nghiệp văn hóa để định vị sự cạnh tranh vị thế và ảnh hưởng văn hóa toàn cầu nhằm bảo vệ lợi ích kinh tế của lĩnh vực này. Điều này dẫn đến cuộc chiến giành thị phần quốc tế trên nền tảng công nghệ số trực tuyến như Youtube, Netflix, Disney+ …

Trong khảo sát được thực hiện về quan hệ văn hóa bởi NCS năm 2025 (Phụ lục 1A và 2A), trong khi người Hàn Quốc nhận định về xu hướng hợp tác và cạnh tranh sẽ cân bằng nhau với 53,1%, hơn hẳn việc phụ thuộc vào tình hình chính trị chỉ chiếm 34,4% thì người Nhật Bản lại cho đưa ra những con số bằng nhau cho xu hướng trên với tỉ lệ 36,7%. Bên cạnh đó, theo ý kiến của giáo sư Alexis Dudden, Khoa Nhật Bản học, Đại học Connecticut và Đại học quốc gia Singapore, quan hệ

văn hóa Hàn-Nhật đang ở trạng thái tương đối tích cực, nhưng sẽ bị tác động lớn khi có những căng thẳng chính trị liên quan bất đồng trong vấn đề lịch sử. Quan điểm của cô*:"Khi nào các chính trị gia còn phủ nhận lịch sử của chính quốc gia họ, thì tương lai tươi sáng của mối quan hệ văn hóa và quan hệ song phương nhìn chung vẫn còn xa vời"* (Phụ lục 3B).

Nhìn chung, dưới góc nhìn của tổng hòa các lý thuyết Sức mạnh mềm, CNTD, CNKT, CNHT và TTDT và dựa trên một số yếu tố, minh chứng tác động nổi bật đã nêu, luận án dự đoán rằng Kịch bản thứ nhất, quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ cân bằng giữa hợp tác và cạnh tranh có tính khả thi nhất. Một số lý do được nêu ra như sau: *Thứ nhất:* Quan hệ văn hóa song phương đã thể hiện được vai trò gia tăng lợi ích kinh tế lâu dài giữa hai quốc gia. *Thứ hai,* Hàn Quốc và Nhật Bản là thị trường lớn của nhau trong lĩnh vực văn hóa khiến Chính phủ hai bên nhận rõ tầm quan trọng của việc duy trì quan hệ văn hóa tách bạch với vấn đề an ninh-chính trị và *Thứ ba,* công chúng tiếp nhận sản phẩm văn hóa hai chiều ngày càng thể hiện việc yêu thích giá trị của sản phẩm văn hóa và tỏ thái độ ôn hòa hơn với những vấn đề liên quan lịch sử, lãnh thổ. Hàn Quốc và Nhật Bản hiện nay vẫn luôn trong trạng thái cạnh tranh trong hợp tác, và hợp tác trong cạnh tranh với mục đích cùng giữ lấy vị thế của những ngành công nghiệp văn hóa hàng đầu trên thế giới.

4.5. Khuyến nghị cho Việt Nam

Việt Nam vốn có nền văn hóa ngàn năm văn hiến mang giá trị nội sinh quan trọng nuôi dưỡng trí tuệ, tâm hồn và bản lĩnh người Việt. Công cuộc phát triển văn hóa luôn đi theo định hướng phát huy các giá trị văn hóa truyền thống dân tộc và tiếp thu có chọn lọc những tinh hoa văn hóa thế giới. Theo Nghị quyết số 80 – NQ/TW về phát triển văn hóa Việt Nam 07/01/2026, Bộ Chính trị hướng đến mục tiêu xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh toàn quốc song song với không gian số, chú trọng văn học và nghệ thuật gắn liền với lịch sử văn hóa dân tộc. Các di sản quốc gia được chú trọng phục hồi, bảo tồn bao gồm các di sản văn hóa phi vật thể và nghệ thuật truyền thống. Đặc biệt, công nghiệp văn hóa được đẩy mạnh phát triển tạo nên hệ sinh thái khởi nghiệp có tính nghệ thuật và sáng tạo tiêu chuẩn quốc

tế dựa trên nền tảng công nghệ cao và các mô hình kinh doanh đổi mới sáng tạo. Tất cả nhằm xây dựng Việt Nam thành một điểm đến hấp dẫn của các sự kiện văn hóa, nghệ thuật tầm cỡ khu vực và quốc tế (Nghị quyết số 80 NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam, 2026)

Từ thực tiễn quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong hơn hai thập kỷ qua, Việt Nam có thể rút ra nhiều bài học kinh nghiệm có giá trị nhằm xây dựng và hoàn thiện chiến lược phát triển sức mạnh mềm quốc gia trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng. Những kinh nghiệm này không chỉ giúp Việt Nam định hình rõ hơn con đường phát triển và quảng bá thương hiệu văn hóa quốc gia, mà còn gợi mở cách thức vận dụng văn hóa như một công cụ ngoại giao hiệu quả để gia tăng vị thế, tạo dựng ảnh hưởng và khẳng định bản sắc dân tộc trên trường quốc tế.

Thứ nhất, học từ Hàn Quốc và Nhật Bản để xây dựng thương hiệu quốc gia thông qua việc phát triển công nghiệp văn hóa. Hai quốc gia này đều cho thấy sức mạnh mềm không chỉ đến từ việc bảo tồn truyền thống mà còn từ khả năng đưa văn hóa đại chúng ra toàn cầu. Hàn Quốc đã thương mại hóa văn hóa thông qua làn sóng Hallyu, tạo ra một ngành công nghiệp giải trí có sức ảnh hưởng toàn cầu, trong khi Nhật Bản khẳng định vị thế với Anime, manga và phong cách sống gắn với bản sắc riêng. Từ đó, bài học cho Việt Nam là cần đầu tư bài bản vào những sản phẩm văn hóa mũi nhọn có khả năng tạo thành trào lưu, chẳng hạn như phim ảnh, âm nhạc, trò chơi điện tử, thời trang kết hợp yếu tố truyền thống. Hành động cụ thể có thể bao gồm:

- Củng cố **Quy mô quản lý các cấp** từ việc thành lập các tập đoàn văn hóa, khu công nghiệp sáng tạo cùng các mô hình kinh doanh đổi mới sáng tạo tận dụng công nghệ số trong bảo tồn, sản xuất, truyền thông, phân phối và phát sóng.
- Thành lập **Quỹ phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam** để hỗ trợ sản xuất và quảng bá các sản phẩm có tiềm năng xuất khẩu.
- Xây dựng chương trình **"Vietnam Creative Content"** nhằm khuyến khích sáng tạo nội dung giải trí dựa trên chất liệu văn hóa truyền thống nhưng được thể hiện bằng ngôn ngữ hiện đại, dễ lan tỏa quốc tế.

- Hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực game, hoạt hình, âm nhạc, tạo điều kiện để họ hợp tác với các hãng Nhật-Hàn nhằm học hỏi công nghệ và kinh nghiệm thương mại hóa.

Thứ hai, duy trì sự linh hoạt trong hợp tác văn hóa để trung hòa giữa Nhật Bản và Hàn Quốc. Do quan hệ Nhật-Hàn thường xuyên tồn tại những căng thẳng lịch sử và chính trị, Việt Nam khi hợp tác cần giữ vai trò cân bằng, tránh thiên lệch, đồng thời tận dụng vị trí trung gian để thúc đẩy hợp tác ba bên. Hành động cụ thể có thể là:

- Đề xuất và chủ trì Chương trình đồng sáng tạo văn hóa Nhật-Hàn-Việt, trong đó ba nước cùng đầu tư ngân sách, chia sẻ lợi nhuận và phối hợp thẩm định dự án. Điều này không chỉ đảm bảo sự công bằng mà còn giúp Việt Nam đóng vai trò điều phối, nâng cao uy tín.
- Soạn thảo Bộ Quy tắc ứng xử văn hóa-lịch sử ba bên, làm cơ sở loại bỏ hoặc xử lý những nội dung nhạy cảm dễ gây mâu thuẫn, đồng thời khẳng định cam kết tôn trọng bản sắc và lợi ích văn hóa của từng quốc gia.
- Tổ chức Lễ hội văn hóa luân phiên Nhật-Hàn-Việt hằng năm, kết hợp biểu diễn nghệ thuật truyền thống, dân gian và hiện đại, đồng thời mở rộng không gian trải nghiệm văn hóa cho cộng đồng người Việt, Nhật, Hàn tại nước ngoài để đẩy mạnh giao lưu nhân dân, địa phương với đối tượng là thế hệ trẻ.
- Đẩy mạnh các hoạt động trao đổi học thuật, nghiên cứu về văn hóa ba bên thông qua các diễn đàn học thuật, hội thảo nghiên cứu, học bổng đào tạo về Việt Nam, Nhật Bản, Hàn Quốc trở thành kênh hợp tác tri thức độc lập.

Thứ ba, thúc đẩy quan hệ song phương Việt Nam-Nhật Bản và Việt Nam - Hàn Quốc thông qua hợp tác văn hóa. Văn hóa có thể trở thành "chất xúc tác" để củng cố quan hệ ngoại giao, tăng cường niềm tin xã hội và thúc đẩy hợp tác kinh tế. Việt Nam nên chủ động gắn hợp tác văn hóa với chiến lược ngoại giao song phương. Các hành động cụ thể có thể bao gồm:

- Thành lập Trung tâm Văn hóa Việt Nam tại Tokyo và Seoul, đồng thời mở rộng các Viện Văn hóa Nhật Bản và Hàn Quốc tại Hà Nội, TP.HCM. Những trung tâm này vừa là cầu nối giao lưu vừa là nơi quảng bá thương hiệu văn hóa Việt.

- Phát triển chương trình Đại sứ văn hóa ba bên, lựa chọn các Giáo sư, nghệ sĩ, nhà sáng tạo uy tín để tham gia giảng dạy, biểu diễn, tổ chức workshop tại các trường đại học, viện nghiên cứu và trung tâm văn hóa.
- Tăng cường trao đổi nhân lực sáng tạo thông qua học bổng, chương trình tu nghiệp, liên kết đào tạo về quản lý công nghiệp văn hóa, nhằm tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho Việt Nam học hỏi từ Nhật-Hàn.

Thứ tư, ngăn ngừa xung đột và các tác động tiêu cực khi mở rộng hợp tác văn hóa với Hàn Quốc và Nhật Bản. Sự kết hợp hài hòa giữa việc mở cửa giao lưu cũng như nâng cao "sức đề kháng" cho văn hóa quốc gia là tiêu chí quan trọng để các hợp tác song phương và đa phương hiệu quả, bền vững và hạn chế các hệ quả tiêu cực trong tiến trình hội nhập quốc tế. Hành động cụ thể bao gồm:

- Xây dựng chiến lược ngoại giao văn hóa dài hạn, trong đó xác định rõ mục tiêu "hội nhập nhưng không hòa tan", ưu tiên quảng bá giá trị văn hóa dân tộc cốt lõi thay vì tiếp nhận thụ động.
- Tránh hiện tượng lệch cán cân tiếp nhận văn hóa bằng cách phát triển nền công nghiệp văn hóa nội địa và hệ thống phân phối chuyên nghiệp, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và "lấn át" từ văn hóa ngoại nhập Hàn Quốc và Nhật Bản, đặc biệt là việc bảo toàn những quan điểm, giá trị văn hóa, lịch sử dân tộc.
- Tăng cường quản trị không gian truyền thông số, đặc biệt các nền tảng xuyên biên giới nhằm hạn chế các tác động tiêu cực từ những nội dung độc hại, sai lệch lịch sử, kích động thù ghét hoặc thương mại hóa cực đoan.

Như vậy, bài học lớn nhất mà Việt Nam có thể rút ra là: xây dựng thương hiệu quốc gia bằng văn hóa đại chúng gắn liền với bản sắc dân tộc, duy trì sự linh hoạt trong hợp tác để trung hòa quan hệ Nhật - Hàn, tận dụng hợp tác văn hóa như công cụ để thúc đẩy quan hệ song phương và luôn sẵn sàng ngăn ngừa xung đột và các tác động tiêu cực khi mở rộng hợp tác. Thực thi những hành động cụ thể nêu trên sẽ giúp Việt Nam không chỉ nâng cao sức mạnh mềm mà còn khẳng định vị thế văn hóa trong khu vực, từng bước đưa công nghiệp văn hóa trở thành trụ cột phát triển bền vững.

Tiểu kết chương 4

Nhìn chung, Nhật Bản là quốc gia đi trước trong trở thành một đại diện tiêu biểu về một nền văn hóa Á Đông trong dòng chảy ngược chuyển đổi từ văn hóa phương Tây sang phương Đông với nền văn hóa truyền thống chuẩn mực và các sản phẩm văn hóa đại chúng thống lĩnh toàn cầu. Hàn Quốc xuất phát điểm là một quốc gia phụ thuộc, học hỏi kinh nghiệm nhưng đã từng bước tiến đến độc lập thể hiện qua sự bùng nổ của những thành tưu Hallyu trên thế giới. Hàn Quốc là trường hợp quốc gia có sự nhạy bén trong việc học hỏi kinh nghiệm từ chính quốc gia mình muốn cạnh tranh để từ đó trở nên độc lập và có khả năng cạnh tranh trở lại về vị thế văn hóa.

Chính sách văn hóa của hai quốc gia đều thể hiện sự cạnh tranh trong chiến lược phát triển văn hóa thành một công cụ hữu hiệu để cải thiện hình ảnh quốc tế, nâng cao vị thế trở thành những cường quốc văn hóa hàng đầu. Họp tác văn hóa song phương được duy trì và ngày càng mở rộng quy mô đã chứng tỏ văn hóa đã trở thành một công cụ ngoại giao để xây dựng lòng tin, chữa lành những vết thương lịch sử cũng như gia tăng sự hiểu biết xã hội giữa hai quốc gia láng giềng vốn có mối quan hệ phước tạp. Trong quá trinh thực thi, lĩnh vực văn hóa truyền thống đều dưới sự chỉ đạo chính của Nhà nước, với sự phối hợp của các tổ chức, doanh nghiệp tư nhân. Trong khi đó, các hoạt động hợp tác văn hóa đại chúng hầu hết được tiến hành bởi doanh nghiệp tư nhân vì chủ trương tự do hóa sáng tạo, ít can thiệp của Nhà nước.

Chiến lược phát triển văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản đều mang những bản sắc riêng. Hàn Quốc triển khai chiến lược "từ trên xuống dưới" chú trọng hàng đầu xuất khẩu văn hóa đại chúng để kiến tạo nên một nền văn hóa toàn cầu mang giá trị kinh tế. Điều này làm nền tảng trọng tâm kết nối với việc quảng bá các nét văn hóa truyền thống. Trong khi đó, Nhật Bản ưu tiên bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, xây dựng một nền văn hóa kiểu mẫu đặc trưng theo chiến lược "từ dưới lên trên". Các giá trị này sau đó mới được lồng ghép vào các sản phẩm văn hóa đại chúng phổ biến trên thế giới. Sự kết hợp linh hoạt cả hai chiến lược vừa bảo tồn được các giá trị truyền thống, vừa thúc đẩy được tốc độ toàn cầu hóa giúp duy trì độ thu hút cũng như giá trị kinh tế bền vững cho hai quốc gia.

Bên cạnh những thành tựu đạt được vẫn tồn tại những xung đột văn hóa. Nguyên nhân của những xung đột lúc đầu xuất phát hoàn toàn từ những căng thẳng

chính trị, bất đồng lịch sử nhưng càng về sau lại gắn gắn chặt với những lợi ích kinh tế cùng với quyền lực diễn ngôn truyền thông.

Văn hóa được nhìn nhận vừa là nguồn phát sinh tranh cãi, vừa là công cụ kiểm soát và làm mềm hóa các bất đồng giữa Hàn Quốc và Nhật Bản. Thông qua văn hóa, ấn tượng xấu về nhau giữa người dân hai nước cũng ngày càng giảm, nhường chỗ cho ấn tượng tốt gia tăng. Đây là kết quả của việc thắt chặt hợp tác văn hóa thông với việc chuyển đổi trọng tâm vào thế hệ trẻ làm gia tăng sự tin tưởng lẫn nhau thông qua nét hấp dẫn của các giá trị truyền thống, chương trình trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân, thanh niên và địa phương đều đặn. Quan hệ văn hóa cũng là một trong những trụ cột thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế hai quốc gia khi trở thành một phần hữu hình trong cấu trúc kinh tế sáng tạo tại khu vực Đông Á.

Trước bối cảnh toàn cầu hóa và những biến động chính trị không ngừng xảy ra, xu hướng hợp tác và cạnh tranh cân bằng nhau vẫn có khả năng xảy ra nhiều nhất, thể hiện trạng thái cân bằng trong tương tác giữa hai "cường quốc văn hóa châu Á", với điều kiện thế hệ trẻ đang trở thành đối tượng trọng tâm tiếp nhận văn hóa lẫn nhau giữa hai quốc gia và quan hệ chính trị bình ổn. Hàn Quốc và Nhật Bản hiện nay vẫn luôn trong trạng thái cạnh tranh trong hợp tác, và hợp tác trong cạnh tranh với mục đích cùng giữ lấy vị thế của những ngành công nghiệp văn hóa hàng đầu trên thế giới.

KẾT LUẬN

Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong giai đoạn 2003 - 2024 phản ánh một tiến trình phức hợp, nơi hợp tác và cạnh tranh luôn song hành, nơi sức mạnh mềm được tận dụng tối đa để mở rộng ảnh hưởng nhưng đồng thời cũng không tránh khỏi những va chạm phát sinh từ lịch sử, an ninh và chủ nghĩa dân tộc. Đây là mối quan hệ đã thể hiện vai trò cầu nối giữa Chính phủ và người dân hai nước, góp phần làm giảm bớt những căng thẳng chính trị, hàn gắn các vết thương lịch sử và khôi phục kinh tế trước những cơn khủng hoảng tài chính toàn cầu. Dưới lăng kính các lý thuyết quan hệ quốc tế, bức tranh này cho thấy sự giao thoa của nhiều logic khác nhau: sức mạnh mềm trở thành động lực trung tâm, chủ nghĩa kiến tạo lý giải sự thay đổi bản sắc, chủ nghĩa tự do và tân tự do mở ra triển vọng hợp tác dựa trên lợi ích chung, trong khi chủ nghĩa hiện thực cùng tinh thần dân tộc luôn tiềm ẩn những rủi ro xung đột. Chính sự kết hợp này đã tạo nên một quan hệ song phương vừa hợp tác vừa đối kháng, phản ánh đặc thù của mối quan hệ giữa hai quốc gia láng giềng Đông Bắc Á.

1. Trong tiến trình này, sức mạnh mềm nổi lên như một nguồn lực quan trọng định hình diện mạo quan hệ văn hóa Hàn - Nhật. Nếu Nhật Bản chú trọng chiến lược "từ dưới lên trên" xây dựng hình ảnh một quốc gia yêu hòa bình, duy trì bền vững nền tảng văn hóa truyền thống đồng thời quảng bá qua Anime, Manga, thì Hàn Quốc lại chọn chiến lược "từ trên xuống dưới" thương mại hóa văn hóa, lấy công nghiệp âm nhạc, phim ảnh và giải trí đại chúng làm trụ cột, tạo nên làn sóng Hallyu lan tỏa mạnh mẽ trên toàn cầu. Cả hai cùng khai thác văn hóa như công cụ ngoại giao mềm nhằm gia tăng sức hấp dẫn, cải thiện hình ảnh quốc gia và xây dựng vị thế trong môi trường quốc tế. Sự hấp dẫn này không chỉ góp phần gia tăng hiểu biết lẫn nhau mà còn tạo ra thế đối trọng trong cạnh tranh, khiến quan hệ văn hóa vừa hợp tác vừa mang tính cạnh tranh gay gắt.

2. Thực tế cho thấy, quan hệ văn hóa truyền thống, bảo tồn di sản, giao lưu nhân dân và trao đổi học thuật giữa Hàn Quốc và Nhật Bản mang đến hiệu quả trong việc hàn gắn vết thương lịch sử, "mềm hóa" các căng thẳng chính trị và xây

dựng lòng tin giữa hai quốc gia. Với văn hóa đại chúng, sự bùng nổ của Hallyu tại Nhật Bản hay sự phổ biến của Manga, Anime tại Hàn Quốc không chỉ tạo nên thị trường tiêu thụ rộng lớn mà còn thúc đẩy cho công nghiệp văn hóa trở thành trụ cột kinh tế - đối ngoại của mỗi quốc gia và là một phần hữu hình của cấu trúc kinh tế sáng tạo Đông Á. Qua đó, những dự án hợp tác song phương đa dạng hình thức ngày càng được nâng cao quy mô cho phép hai quốc gia bổ sung cho nhau trong chiến lược phát triển văn hóa với những thành tựu về kinh tế và vị thế văn hóa trên thế giới. Hàn Quốc học hỏi kinh nghiệm bảo tồn văn hóa truyền thống, trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân của Nhật, còn Nhật Bản lĩnh hội khả năng toàn cầu hóa sản phẩm văn hóa đại chúng từ Hàn Quốc. Đây là minh chứng sinh động cho sự biến đổi bản sắc theo logic của chủ nghĩa kiến tạo, khi mỗi quốc gia vừa giữ được nét riêng vừa linh hoạt điều chỉnh để thích ứng với toàn cầu hóa.

3. Dưới góc độ chủ nghĩa tự do và tân tự do, sự hợp tác trong lĩnh vực văn hóa truyền thống đã trưởng thành theo quỹ đạo từ thận trọng, dè chừng trong giai đoạn 2003 - 2015 sang mạnh dạn thể chế hóa, tạm gác quá khứ hướng đến tương lai giai đoạn 2015 - 2024. Các chương trình bảo tồn di sản, trao đổi văn hóa truyền thống, trao đổi học thuật, giao lưu nhân dân được thực thi thường xuyên gia tăng sự thấu hiểu lẫn nhau giữa người dân hai quốc gia. Từ tính chất ban đầu mang tính "biểu tượng hòa giải", văn hóa truyền thống đã trở thành "nguồn lực hợp tác khu vực" tuân theo những chuẩn mực quốc tế và diễn đàn đa phương như UNESCO. Thiện cảm và niềm tin xã hội này trở thành nền tảng quan trọng để thúc đẩy hợp tác trong tương lai. Trong khi đó, văn hóa đại chúng là lĩnh vực mang lại lợi ích kinh tế thiết thực, thúc đẩy hợp tác qua việc mua bán sản phẩm, đồng sản xuất phim ảnh, âm nhạc bên cạnh những mâu thuẫn tồn đọng. Không chỉ thỏa mãn nhu cầu tinh thần của con người, các sản phẩm văn hóa này còn tạo ra nguồn thu khổng lồ, đóng góp cho tăng trưởng kinh tế, an sinh xã hội và ổn định chính trị trong nước. Nếu giai đoạn 2003 - 2015 hợp tác văn hóa đại chúng thiên về hướng một chiều khi Hàn Quốc đẩy mạnh xuất khẩu, Nhật Bản tiếp nhận trong khi giữ lấy ưu thế ở các lĩnh vực Anime, Manga, trò chơi điện tử thì qua giai đoạn 2015 - 2024 đã chuyển sang mô hình liên kết hai chiều mang tính công nghiệp và nền tảng số. Sự trưởng thành

trong quá trình hợp tác ở cả hai lĩnh vực từ hình thức giao lưu biểu tượng sang thể chế hóa, tương tác sâu sắc trong hệ sinh thái công nghiệp văn hóa góp phần tạo nền tảng xã hội bền vững cho quan hệ song phương hai quốc gia. Những lợi ích chung này đã kiến tạo nên sự phụ thuộc lẫn nhau ngày càng sâu sắc, tạo động lực cho Hàn Quốc và Nhật Bản hợp tác để củng cố vị thế "cường quốc văn hóa" trong khu vực. Từ đó cho thấy quan hệ văn hóa trở thành chất keo gắn kết, giúp hai quốc gia vượt qua những giới hạn về chính trị để tìm thấy điểm chung ở "lĩnh vực mềm" nhưng có giá trị kinh tế và xã hội lớn.

4. Tuy nhiên, không thể bỏ qua những rào cản xuất phát từ logic của chủ nghĩa hiện thực và tinh thần dân tộc. Lịch sử chiến tranh, tranh chấp lãnh thổ, những vấn đề nhạy cảm liên quan đến biểu tượng quốc gia hay nỗi sợ mang tên "xâm lược văn hóa" luôn khiến quan hệ văn hóa tiềm ẩn mâu thuẫn, đối kháng. Chỉ cần một bộ trang phục nghệ sĩ, một lời phát biểu hay một cảnh phim gợi nhớ quá khứ cũng có thể khơi dậy làn sóng phản ứng mạnh mẽ từ công chúng, thậm chí dẫn đến tẩy chay lẫn nhau. Điều này cho thấy, trong khi văn hóa có thể xóa nhòa khoảng cách, nó cũng có thể trở thành công cụ để khẳng định tinh thần dân tộc, bảo vệ lợi ích quốc gia. Bên cạnh đó, bước vào thời đại công nghệ số tạo điều kiện cho công nghiệp văn hóa trỗi dậy thành nền kinh tế mũi nhọn, xung đột giữa hai quốc gia ngày càng được xác định bởi lợi ích từ logic thị trường thay vì chỉ bởi ký ức lịch sử và tinh thần dân tộc như giai đoạn trước đây. Theo một góc nhìn khác, những xung đột trong quan hệ giữa Hàn Quốc và Nhật Bản là biểu hiện của sự cạnh tranh về bản sắc dân tộc, tính chính danh lịch sử và sâu rộng hơn là vị thế văn hóa ở khu vực và thế giới. Trong bối cảnh đó, thực tiễn cũng chứng minh rằng chính văn hóa lại góp phần làm dịu xung đột, đặc biệt ở thế hệ trẻ. Thanh niên Nhật Bản dưới 40 tuổi vẫn tiếp tục yêu thích văn hóa Hàn Quốc bất chấp quan hệ chính trị song phương có lúc xấu đi, trong khi người Hàn Quốc trẻ tuổi cũng ngày càng quan tâm đến văn hóa Nhật, từ truyền thống đến đại chúng. Điều này phản ánh sự trưởng thành tương đối của quan hệ văn hóa Hàn - Nhật, khi hai bên ngày càng nhận thức rõ hợp tác văn hóa và học thuật là những điều kiện cần thiết để ngăn chặn những xung đột chính trị có nguy cơ làm đổ vỡ nền tảng xã hội của quan hệ song phương.

5. Từ bức tranh tổng thể trên, dựa trên sự biến động của Tình hình an ninh – chính trị quốc tế và khu vực, Tư tưởng lãnh đạo của Chính phủ và Sự tiếp nhận văn hóa hai chiều của công chúng hai quốc gia, có thể hình dung nên ba Kịch bản của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong tương lai, *Thứ nhất,* Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ cân bằng giữa hợp tác và cạnh tranh. Đây là trạng thái cân bằng để duy trì nguyên trạng quan hệ với mục đích kết nối xã hội, đảm bảo lợi ích, nhưng không giải quyết triệt để các rạn nứt về các vấn về chính trị- lịch sử. Sự hợp tác văn hóa truyền thống duy trì với vai trò ngoại giao cơ bản cùng sự hưởng ứng hai chiều về văn hóa đại chúng bùng nổ trong thời đại số. Sự cạnh tranh nhằm giữ vững thế đối trọng về công nghiệp văn hóa, bảo vệ sản phẩm quốc nội và chọn lọc các sản phẩm ngoại nhập liên quan vấn đề lịch sử-lãnh thổ. *Thứ hai,* Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ đẩy mạnh hợp tác. Đây là trạng thái tích cực nhất khi vượt qua những ký ức lịch sử, định hướng xây dựng một liên minh văn hóa chung khu vực Đông Bắc Á. Chính phủ hoàn toàn đoạn tuyệt với định kiến quá khứ, xóa bỏ mọi rào cản, thể chế hóa mạnh mẽ các thỏa thuận hợp tác. Việc hợp tác tạo nên những sản phẩm đột phá, mới lạ đóng góp vào lợi ích, vị thế quốc gia để thúc đẩy liên minh an ninh – kinh tế thực chất hơn. *Thứ ba,* Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ đẩy mạnh cạnh tranh. Đây là trạng thái giảm đi mức độ quan hệ khi văn hóa trở thành công cụ trả đũa và cạnh tranh lẫn nhau. Xung đột chính trị, lãnh thổ đỉnh điểm khiến hợp tác song phương đóng băng tạo nên thế hệ công chúng mang nhiều thù hằn, tẩy chay văn hóa lẫn nhau. Để bào toàn lợi ích kinh tế ngành công nghiệp văn hóa, hai quốc gia cạnh tranh thị phần gay gắt trên toàn cầu. Nhìn nhận lại các yếu tố tác động hiện tại thì Kịch bản thứ nhất có khả năng xảy ra nhiều nhất.

6. Bối cảnh đó, Việt Nam cần chủ động xây dựng chiến lược cân bằng quan hệ văn hóa với cả Nhật Bản và Hàn Quốc - hai đối tác chiến lược toàn diện. Sáng kiến "Đồng sáng tạo văn hóa Nhật - Hàn - Việt" có thể trở thành một bước đi quan trọng, vừa góp phần cân bằng hợp tác ba bên, vừa nâng cao năng lực sáng tạo nội địa của Việt Nam. Thông qua việc kết hợp kinh nghiệm bảo tồn truyền thống của Nhật Bản và khả năng thương mại hóa toàn cầu của Hàn Quốc, Việt Nam có thể

phát triển công nghiệp văn hóa mang bản sắc riêng, với quy mô quản lý các cấp bao gồm tập đoàn, khu công nghiệp và mô hình kinh doanh về văn hóa tiêu chuẩn quốc tế, đồng thời gia tăng xuất khẩu văn hóa. Việc đặt các trụ sở truyền thông trực tiếp tại Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ giúp sản phẩm văn hóa Việt thâm nhập sâu hơn vào thị trường khu vực, quảng bá thương hiệu quốc gia và mở rộng tầm ảnh hưởng và khẳng định vai trò của Việt Nam trong cấu trúc văn hóa - kinh tế Đông Á. Và quan trọng, Việt Nam cần hài hòa trong việc mở cửa giao lưu văn hóa với Hàn Quốc và Nhật Bản đồng thời nâng cao năng lực nền công nghiệp văn hóa song song với giữ vững quan điểm về các giá trị văn hóa, lịch sử quốc gia đảm bảo một sự hợp tác bền vững. Điều này ngăn ngừa nguy cơ xung đột và các tác động tiêu cực đến sự phát triển nền văn hóa nội tại cũng như tiếp nhận "văn hóa ngoại lai" đúng đắn.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1. Nguyen Thi Thanh Hoa (2023), "Development orientation for Vietnam's cultural diplomacy based on the strategy and achievements of cultural diplomacy in South Korea-Japan relations", *Proceedings of The International Conference on South Korea and Viet Nam Relations: 30-year Cooperation & Development*, Ho Chi Minh City University of Foreign Languages - Information Technology, Information and Communication Publishing House, pp. 52-61.
2. Nguyen Thi Thanh Hoa (2023), "Mutual impacts of South Korea & Japan on popular culture in the 21st century from both positive & negative viewpoints", *Proceedings of The International Conference 2023 International graduate research symposium*, Hanoi University of Languages and Internaional Studies, Vietnam National University, Vietnam National University Press, Vol. 1, pp. 188-195.
3. Pham Thi Yen & Nguyen Thi Thanh Hoa (2024), "Japans' strategic autonomy in the Indo - Pacific from a soft power perspective: Prospect of Vietnam - Japan Relations", *Proceedings of The International Academic Conference: Sustainable Trade Development: 2024 Cross - Culture Management and Corporate Social Responsibility*, Chihlee University of Technology, Taiwan, pp. 289-306.
4. Nguyen Thi Thanh Hoa (2025), "Popular culture cooperation: sustainable or temporary progress in Korea-Japan relations", *Proceedings of The International Conference: Regional and sub-regional cooperation in East and Southeast Asia: Toward a sustainable and innovative future*, Hanoi University of Social Sciences & Humanities, Vietnam National University, The Gioi Publishers, pp. 125-145.
5. Nguyen Thi Thanh Hoa (2025), "Content industry: South Korea's strategy in maintaining and developing cultural position on the global stage", *Proceedings of The third International Conference on the Issues of Social Sciences and Humanities*, Hanoi University of Social Sciences & Humanities, Vietnam National University, VNU Publishing House, pp. 510-532.
6. Nguyễn Thị Thanh Hoa (2025), "Sự phát triển và truyền bá văn hóa truyền thống của Nhật Bản từ đầu thế kỷ thứ XXI", *Tạp chí Nghiên cứu văn hóa* 3 (53), pp. 43-57.
7. Nguyễn Thị Thanh Hoa (2026), "Lễ hội giao lưu văn hóa: Chiến lược ngoại giao văn hóa bền vững giữa Nhật Bản và Việt Nam giai đoạn 2009-2024", *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật* (642), pp. 50-55.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Phan Cao Nhật Anh & nhiều tác giả (2020), *Điều chỉnh chính sách chính trị, xã hội của Nhật Bản trong giai đoạn Thủ tướng Shinzo Abe cầm quyền lần thứ hai*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, tr. 163-336.
2. Nguyễn Tấn Đắc (1999), "Từ nhu cầu văn hoá đến quyền văn hoá của các dân tộc (trường hợp Tây Nguyên)", trong *Những vấn đề văn hóa, văn học & ngôn ngữ học*, Viện Khoa học Xã hội tại TP. Hồ Chí Minh, NXB Khoa học Xã hội, Hà Nội, tr. 26.
3. Phan Thị Thu Hiền (2023), *Văn hóa đại chúng trong thời đại toàn cầu hóa*, NXB Đại học Quốc gia, TP. Hồ Chí Minh, tr. 71-90.
4. Lý Tùng Hiếu (2017), "Văn hoá - một phạm trù biến hoá: Tổng thuật lịch sử 400 năm biến đổi nhận thức về văn hóa", *Tạp chí Khoa học Đại học Văn Hiến* 5 (5), tr. 71-81.
5. Phạm Hoàng Hưng & nhiều tác giả (2021), *Bài giảng chuyên đề nghiên cứu Văn hóa đại chúng Nhật Bản*, NXB Thế giới, Hà Nội, tr. 1-48.
6. Lương Văn Kế (2009), "Toàn cầu hóa văn hóa - nội dung và hậu quả", *Tạp chí Nghiên cứu Châu Âu - European Studies Review* 3 (102), tr. 8-13.
7. Hạ Thị Phi Lan (2012), "Chính sách ngoại giao văn hóa của Nhật Bản từ sau Chiến tranh Lạnh", *Tạp chí Nghiên cứu Nhật Bản*, 2 (144), tr. 61-69.
8. Hoàng Minh Lợi (2013), *Đối sách của các quốc gia và vùng lãnh thổ ở Đông Bắc Á về sự gia tăng sức mạnh mềm*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, tr. 35-192.
9. Hoàng Minh Lợi & nhiều tác giả (2022), *Chiến lược phát triển thương hiệu quốc gia ở Nhật Bản và Hàn Quốc gợi ý cho Việt Nam*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, tr. 61-136.
10. Trần Quang Minh & nhiều tác giả (2017), *Đối sách của Nhật Bản và Hàn Quốc trước sự trỗi dậy và điều chỉnh chiến lược phát triển của Trung Quốc*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, tr. 75-137.
11. Hoàng Khắc Nam (2006), *Giáo trình Nhập môn Quan hệ quốc tế*, NXB Đại học quốc gia, Hà Nội, tr. 117-118.

12. Hoàng Khắc Nam (2017), *Lý thuyết Quan hệ quốc tế*, NXB Thế giới, Hà Nội, tr. 37.
13. Hoàng Khắc Nam (2020), *Cấu trúc khu vực châu Á - Thái Bình Dương: Lý luận và thực tiễn*, NXB Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội, tr. 10-32.
14. Hoàng Khắc Nam (2021), "Các yếu tố phi vật chất trong quan hệ quốc tế", *Tạp chí Thông tin Khoa học xã hội* 10 (466), tr. 9-17.
15. Phạm Hồng Thái (2009), "Chiến lược công nghiệp văn hóa của Nhật Bản", *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam* 8 (102), tr. 3-10.
16. Phạm Hồng Thái, Nguyễn Thị Thắm, Hạ Thị Lan Phi (2016), "Công nghiệp văn hóa ở Nhật Bản và Hàn Quốc", *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam* 8 (105), tr. 49-58.
17. Trần Ngọc Thêm (1997), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, NXB Thành phố Hồ Chí Minh, TP. Hồ Chí Minh, tr. 27.
18. Phạm Văn Thủy & Hồ Ngọc Kiên (2024), "Sự truyền bá các loại hình văn hóa đại chúng Nhật Bản từ giai đoạn hậu Chiến tranh lạnh cho tới nay (Nghiên cứu trường hợp Manga/Anime/Game)", *Tạp chí Nghiên cứu văn hóa* 4 (50), tr. 13-24.
19. Hà Anh Tuấn, Nguyễn Thu Hương (2017), "Chính sách đối ngoại của Hàn Quốc dưới thời Tổng thống Moon Jea-in", *Tạp chí Nghiên cứu Quốc tế* 4 (111), tr. 113-141.
20. Trần Quốc Vượng (2003), *Văn hóa Việt Nam - Tìm tòi và suy nghĩ*, NXB Văn học tái bản, Hà Nội, tr. 15-53.

Tiếng Anh

21. Adorno, T. W., Horkheimer, M. (1944), *Dialectic of Enlightenment*, Querido Verlag, Amsterdam, pp. 130-150.
22. Alifah, A. (2024), "Study of Pop Culture Representation in Social Media", *Enigma in Cultural* Vol. 1 (2), pp. 36-39, https://doi.org/10.61996/cultural.v1i2.43.
23. Anderson, Benedict (1983), *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, London.

24. Annett, Sandra. (2014), *Anime Fan Communities*, Palgrave Macmillan, New York, pp. 188-189
25. Annisa Pratamasari, Sasha Syaifani & Emanuella Toreh (2022), "Japanese and Korean Cultural Diplomacy in the Indo-Pacific Region", *Proceedings of Airlangga Conference on International Relations (ACIR 2018) - Politics, Economy, and Security in Changing Indo-Pacific Region*, pp. 230-238. DOI: 10.5220/0010275500002309.
26. Aoyagi, H. (2000), *Pop idols and the Asian identity*, in: Craig J. Timothy (Ed.) *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture*, M. E. Sharpe, New York, pp. 309-326.
27. Aurelijus Zykas (2011), "Traditional and popular cultural discourses within the post-war development of Japan's cultural diplomacy", *Acta Orientalia Vilnensia, Vilnius University Press*, pp. 105-119
28. Azhar Ahmad (2012), "Concept of national power", *Strategic Studies*, Vol. 32 (2/3), pp. 83-101.
29. Benedict, R (1946), *The Chrysanthemum and the Sword: Patterns of Japanese Culture*, Houghton Mifflin Co., Boston, MA & Bellah, RN 1957, *Tokugawa Religion: The Values of Pre-Industrial Japan*, Free Press, Glencoe, IL.
30. Berridge, G. R. - JAMES, A. (2003), *A Dictionary of Diplomacy Second Edition*, Palgrave Macmillen, Hampshire and New York, p. 62.
31. Bjorn Borman (2023), "Japanese and Koreans collaborations in K-Pop: Iz-One, TWICE & K-Pop Sapce in Tokyo", *East Asian Journal of Popular Culture*, Vol. 11 (2), pp. 171–186, DOI: 10.1386/eapc_00116_1.
32. Boas, F. (1911), *The Mind of Primitive Man*, The MacMillan Company, London.
33. Bourdieu, P. (1984), *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.), Harvard University Press, Massachusetts.
34. British Council (2010), *Mapping the Creative Industries: A Toolkit*, British Council, London.
35. British Council (2021), *Cultural Relations, dialogue and cooperation in an age of competition*, British Council, London.
36. Byron L. Fox (1950), "International Cultural Relations", *American Sociological Review* Vol. 15 (4), p. 489.

37. Cf. Jean Touscoz (1981), *Introduction. In J. Touscoz (ed.): Les contrats internationaux de cooperation industrielle et le nouvel ordre economique international*, Presses universitaires de France, Paris, p. 17.
38. Chang, P.L (2017), "Evidence form the globalization of Korean pop culture", Singapore Management University, Singapore.
39. Charles K. Amstrong (2003), "The cultural Cold War in Korea, 1945-1950", *The Journal of Asian Studies* Vol. 62 (1), pp. 71-99, DOI:10.2307/3096136.
40. Choi, J. (2010), *Korean drama and cultural translation: Sageuk and the global imagination*, Seoul National University Press, Seoul.
41. Choi, J. B. (2014), *The South Korean cultural industries: Globalization, development and national identity*, Routledge.
42. Choung, Kap-Young (2016), "The modernization and the national culture in Korea: focused on the cultural policy for national culture restoration (in Korean)", *Sahoeiron* (50), pp. 3-36.
43. Chua, B. H. and Iwabuchi, K., eds. (2008), *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave*, Hong Kong University Press, Hongkong,
44. Chun, Allen (1994), "From nationalism to nationalizing: cultural imagination and state formation in postwar Taiwan", *Australian Journal of Chinese Affairs* (31), pp. 49-69.
45. Chung Ah-Young (2009), *Japanese Culture: Source of Power on World Stage*, Japan SPOTLIGHT, Japan Economic Foundation, pp. 17-20
46. Chung Youngran (2014), "A Consideration on Japanese "Acceptance of Korean Culture"- How have Japanese faced the "Korean Waves" of TV Dramas and Movies", Centre for Asia Pacific Partnership, Osaka University of Economics and Law, *Global Strategy and Cooperation Studies*, Vol. 11 (1), pp. 44–60, https://doi.org/10.11424/gscs.11.1_44 . Pdf.
47. Cummings, M. C. (2003), *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*, Center for Arts and Culture, Washington, pp. 1-5.
48. Daliot-Bul, M. (2009), "Japan brand strategy: The taming of 'Cool Japan' and the challenges of cultural planning in a postmodern age", *Social Science Japan Journal* Vol. 12 (2), pp. 247-266, https://doi.org/10.1093/ssjj/jyp037.

49. Daphnee Lee (2012), “Branding Asia through Public Diplomacy: Structural-historical Factors, Convergences and Divergences”, *Place Branding and Public Diplomacy* Vol. 8 (3), pp. 209-221.
50. Dinara Kozhakhmetova (2012), *Soft power of Korean Popular culture in Japan: K-pop Avid Fandom in Tokyo,* Centre for East and South-East asian studies, Lund University, Sweden.
51. D’Hooghe, I. (2015), *China’s public diplomacy*, Brill, Leiden.
52. Doobo Shim & Yum, Y.-O., (2016), *Chinese Dream, Cool Japan, and the Korean Wave: “Gangnam Style” and the Soft Power of East Asian. Countries among Young Adults in the US Heartland”,* Asian Communication Research, Vol. 13 (1), pp. 107–130, DOI: 10.20879/acr.2016.13.1.107.
53. Dore, R (ed.) (1967), *Aspects of Social Change in Modern Japan*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey.
54. Dower, J. W. (1999), *Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II*. W, W. Norton & Company, New York.
55. Doyle, M. W. (1986), “Liberalism and World Politics”, *American Political Science Review* Vol. 80 (4), pp. 1151-1169, https://doi.org/10.2307/1960861.
56. Eagleton, T., (2005), *Kültür Yorumları*, Baskı Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
57. Eiko, O. (2008), "Hallyu" and Images of Koreans”, *Surugadai University essay collection* (36), pp. 29-47.
58. Elfving- Hwang, Joanna (2018), *K- pop Idols, Artificial Beauty and Affective Fan Relationships in South Korea,* Routledge Handbook of Celebrity Studies, edited by Anthony Elliott, Routledge, London and New York, pp. 190-201.
59. Emma Campell (2015), “The end of ethnic nationalism? Changing conceptions of national identity and belonging among young South Koreans”, *Journal of the Associations for the study of Ethnicity and Nationalism* Vol. 21 (3), pp. 483-502.
60. Enders, A. (2005), *Indirekte Aussenpolitik: Die Arbeit der Kulturreferate,* in Brandt, E.- Buck, Ch.: *Auswärtiges Amt. Diplomatie als Beruf. 4. Auflage.* Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, p. 176.
61. Eom, Y. H., Kim, D., Roh, S. M. & Lee, C. K. (2019), “National reputation as an intangible asset: A case study of the King Sejong Institute in Korea”. *International Review of Public Administration*, Vol. 24 (2), pp. 101-116.

62. Ernest Gellner (1983), *Nations & Nationalism*, Blackwell Publisher, Oxford UK, pp. 1-10.
63. Geoffrey R. Scott (2003), "The Cultural Property Laws of Japan: Social, Political, and Legal Influence", *Washington International Law Journal*, Vol. 12 (2), pp. 315-376.
64. Jacqui Wise (2023), Covid-19: WHO declares end of global health emergency, *BMJ* Vol. 381, p. 1041, doi: https://doi.org/10.1136/bmj.p1041.
65. Giddens, A. (2006), *Sociology* (5th ed.), Polity Press, Cambrigde.
66. Gilbert Rozman & Shin-wha Lee (2006), "Unraveling the Japan-South Korea 'virtual alliance'", *Asian Survey* Vol. 46 (5), pp. 761-779.
67. Gi-Wook Shin (2006), *Ethnic Nationalism in Korea-Genealogy, Politics & Legacy*, Stanford University Press, Stanford, California.
68. Goodrich, Leland M.; Hambro, Edvard & Simons, Anne Patricia (1969), *Charter of the United Nations: Commentary and Documents*, Columbia University Press, New York and London, p. 387.
69. Gordon, A. (2003), *A Modern History of Japan: From Tokugawa Times to the Present*, Oxford University Press, New York.
70. Gunjoo Jang, Won K. Paik (2012), "Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy", *Scientific Research- An academic Publisher*, Advances in Applied Sociology 2012 Vol. 2 (3), pp. 196-202, http://dx.doi.org/10.4236/aasoci.2012.23026
71. Haeyoung Kim, Bruce Cumings (2024), "It's Called a Forgotten War, So People Don't Pay Attention: An Interview with Bruce Cumings", *The Asia-Pacific Journal*, Japan Focus Vol. 22 (1), No.4, Article ID 5821, pp. 4-9. https://apjjf.org/wp-content/uploads/2024/02/article_5821.pdf
72. Han, Sang-Do (2008), "Haebangjeonggukgi minjongmunhwa jaegeon nonuiui naeyonggwa seonggyeok (The nature of the national culture discourse in the post-liberation period)", *Yeoksayeongu* (8), pp. 119-156.
73. Haruko Satoh (2020), *Japan & Korea: A fragile relationshi*, EAI Background Brief No. 1552, East Asia Institute, Seoul.
74. Hesmondhalgh, D. (2013), *The Cultural Industries* (3rd ed.), SAGE Publications, London.

75. Hong, Jong-Cheol (1969), “69 nyeon munhwagongbosichaek banghyang (Direction of cultural and public information policy for 1969)”, *Jibanghaengjeong* Vol. 18 (1), pp. 43-46.
76. Hoshi, T., & Kashyap, A. K. (2004), “Japan’s Financial Crisis and Economic Stagnation, *The Journal of Economic Perspectives* Vol. 18 (1), pp. 3-26, http://www.jstor.org/stable/3216873.
77. Hubinger, V (2006), *Encyklopedie diplomacie*, Libri, Praha, p. 85.
78. Hung-Shu Chen (2015), “A Hybrid Translation from Two Source Texts: The In-Betweenness of a Homeless Orphan”, *Compilation and Translation Review* Vol. 8 (2), pp. 89-120.
79. Hwang, J.E., (2013), “South Korean Cultural Diplomacy and Brokering ‘K-Culture’ outside Asia”, *Korean History* (4), pp. 56-70
80. Hye-Kyung Lee (2019), *Cultural Policy in South Korea Making a new patron state*, Routledge, London & New York.
81. ICHCAP (2020), *Annual report*, International Information and Networking Centre for Intangible Cultural Heritage in the Asia-Pacific Region under the auspices of UNESCO, Seoul.
82. Inglis, D. (2005), *Culture and Everyday Life*, Routledge, New York, pp. 7-10.
83. Inhee Lee, Eun-Jung Kim, Myoung-hoon Sung, Eunyoung Lee (2011), *Attitudes of Japanese Audience toward Korean Popular Culture & East Asian Community*, Research Report, Kyung Hee University, South Korea.
84. Irene Taviss Thomson (2010), *Culture Wars and Enduring American Dilemmas*, The University of Michigan Press, Ann Arbor.
85. Iwabuchi, K. (2015), “Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of ‘international cultural exchange’”, *International Journal of Cultural Policy* Vol. 21 (4), pp. 419-432.
86. Iwabuchi, K. (2002), *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Durham, Duke University Press, NC.
87. Jane Jenson (2002), “Identifying the Links: Social Cohesion and Culture”, *Canadian Journal of Communication* Vol. 27 (2-3), pp. 141-151, https://doi.org/10.22230/cjc.2002v27n2a1289.

88. Japan Foundation (2003), *Aratatana Jidai no Gaiko to Kokusaikoryu no Aratatana Yakuwari (Diplomacy in a New Era and a New Role for International Exchang)*, Research Report, International Exchange Research Group, The Japan Foundation, Tokyo.
89. Japan National Tourism Organization (2024), *Number of visitor arrivals to Japan 3,187,000 in November 2024 (preliminary figures estimated by JNTO)*, Press release, Japan Endless Discovery (JNTO), Tokyo.
90. Jin, D. Y. (2006), "Cultural politics in Korea's contemporary films under neoliberal globalization, *Media, Culture & Society* Vol. 28 (1), pp. 5-23.
91. Jin, D. Y. (2008), "Cultural coup d'etat: The changing roles of UNESCO and local government on cultural sovereignty, *Javnost-The Public* Vol. 15 (1), pp. 5-22.
92. Jin, D. Y. (2016), *New Korean Wave: Transnational Cultural Power in the Age of Social Media*, University of Illinois Press, Chicago.
93. Jin, D. Y. (2019), "Transnationalism, cultural flows, and the rise of the Korean Wave around the globe", *The International Communication Gazette* Vol. 81 (2), pp. 117-120.
94. Jin, D. Y. (2020a), *Transnational Korean Cinema: Cultural Politics, Film Genres, and Digital Technologies*, New Brunswick, Rutgers University Press, NJ.
95. Jin, D. Y. (2011b), *Hands On / Hands Off: The Korean State and the Market Liberalization of the Communication Industry*, Hampton Press, New York.
96. Joseph R. Johnson (2018), *The effect of Cultural Diplomacy on Public Perception in Asia*, Master Thesis, Utah State University, Logan, Utah.
97. Joseph S. Nye Jr. (2004), *Soft power, The means to success in world politics*, Public Affairs, New York.
98. Joseph S. Nye Jr. (2011), *The Future of Power-Public affairs*, Public Affairs, New York.
99. Ju, H. (2017), "National television moves to the region and beyond: South Korean TV drama production with a new cultural act", *The Journal of International Communication* Vol. 23 (1), pp. 94-114.

100. Kadir Aden Dirir (2022), “Japan and South Korea’s Implication of Soft Power: Cultural Aspects, Education, and Foreign Aid Diplomacy”, *Humanity and Social Sciences* Vol. 10 (4), pp. 261–270, Doi: 10.11648/j.hss.20221004.20.
101. Kang, H. (2015), “Contemporary cultural diplomacy in South Korea: Explicit and implicit approach”, *International Journal of Cultural Policy* Vol. 21 (4), pp. 433-447, https://doi.org/10.1080/10286632.2015.1042473.
102. Kang, I. (2015), *The political economy of idols: South Korea’s neoliberal restructuring and its impact on the entertainment labour force*, in J-B. Choi & R. Maliangkay (eds.), *K-Pop-The International Rise of the Korean Music Industry*, Routledge, Abingdon, pp. 51-65.
103. Keane, M. (2016), *The Chinese television industry*, Palgrave Macmillan, London.
104. Kim, Dong-Ho (2015), Chair of Cultural Proliferation Committee (interview).
105. Kim, Jin-Kyu (2013, “A study on the concept of culture technology (CT) and methods of CT R&D projects (in Korean)”, *Geullobeolmunhwakontencheu* (13), pp. 1-18.
106. Kim, Min- gyeong (2005), “Lead Us Not Into Temptation: Entertainment and politics”, in Yun Mi Hwang and Stephen Epstein (Eds), *The Korean Wave: A Sourcebook*, The Academy of Korean Studies Press, Seongnam, pp. 220-222.
107. Kim, T. (2017), “Creative economy of the developmental state: A case study of South Korea’s Creative Economy initiatives”, *The Journal of Arts Management, Law, and Society* Vol. 47 (5), pp. 322-332.
108. Kim, T. Y. & Jin, D. Y. (2016) “Cultural policy in the Korean Wave: An analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches”, *International Journal of Communication* (10), pp. 5514-5534.
109. Kim, Y. (2011), *Transnational cultural power in East Asia: The Korean wave*, Routledge, New York.
110. KOCCA (2010), *Animation industry white paper*, Korea Creative Content Agency, Seoul, pp. 106-164.
111. Kong, L (2014), “Transnational Mobilities and the Making of Creative Cities”, Theory Culture & Society Vol. 31 (7-8), pp. 273-289.

112. Korea Culture and Tourism Policy Institute (2006), *Cultural industry policy in Korea: Growth and global expansion*, Report, Korea Culture and Tourism Policy Institute (KCTPI), Seoul: : KOFICE.
113. Korea Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE) (2015), *Hallyubaekseo (Korean Wave White Book),* Seoul: KOFICE.
114. KOFICE (2017), *Global Hallyu Issue Report* (April 2017), Seoul: KOFICE.
115. Krauss, E. S., & Pekkanen, R. J. (2011), *The Rise and Fall of Japan's LDP: Political Party Organizations as Historical Institutions*, Cornell University Press, New York, pp. 226-259.
116. Kurucz, M. (2007), *Kultúrna dimenzia diplomacie. In Zahraničná politika a diplomacia Slovenskej republiky v kontexte európskej integrácie. Zborník z vedeckej konferencie,* Ekonóm, Bratislava, pp. 62-71.
117. Kwan-young Kim (1999), *Japan and Korea: A Turbulent History, (Course paper, International Relations 163, Professor R. F. Wylie),* Lehigh University, Pennsylvania.
118. Kwon, S-H. & Kim, J. (2014), "The cultural industry policies of the Korean government and the Korean Wave", *International Journal of Cultural Policy* Vol. 20 (4), pp. 422-439, https://doi.org/10.1080/10286632.2013.82905.
119. Lam, P. E. (2007), "Japan's Quest for "Soft Power": Attraction and Limitation", *East Asia* Vol. 24 (4), pp. 349-363, https://doi.org/10.1007/s12140-007-9028-6.
120. Laruffa, F., & Martinelli, A. (2022), "Neoliberal globalization, hegemonic crisis, and the struggle for a countermovement the case of the 'Responsible Business Initiative' in Switzerland", *Globalizations* Vol. 20 (4), pp. 595-610.
121. Layne, C. (2012), "The Global Power Shift from West to East", *The National Interest* (119), pp. 21-31.
122. Lee, H-K. (2019), *Cultural Policy in South Korea: Making A New Patron State*, Routledge, Abingdon.
123. Lee, Jang-Lyeol (2005), *Hanguk muhyeongmunhwajae jeongchaek (Intangible Heritage Policy in Korea),* Gwandongchulpan, Seoul.
124. Lee, Jong-In (2013), *Cultural administrator and researcher* (Personal interview).

125. Lee, J-Y.(2012), “Managing the transnational, governing the national: cultural policy and the politics of the ‘Culture archetype project’ in South Korea” in Otmazgin, N.. & Ben-Ari, E. (Eds), *Popular culture and the state in East and Southeast Asia*, Routledge, Milton Park, Abingdon, Oxon, pp. 123-14.
126. Lee, K., (2008), *Mapping out the cultural politics of the ‘‘Korean wave’’ in contemporary South Korea, in: Chua Beng Huat and Koichi Iwabuchi (Eds) East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave*, Hong Kong University Press, Hong Kong, pp. 175-189.
127. Lee, S., & Tanaka, H. (2022), “Green energy cooperation in East Asia: The case of Japan and South Korea”, *Energy Policy Journal* (150), pp. 112-121.
128. Li, H., Ding, X. & Li, M (2024), “A cross-cultural comparison of Chinese and Western philosophical practice: exploring new paths for philosophical healing and social harmony”, *Humanit Soc Sci Commun* (11), pp. 1737.
129. Lock Edward (2010), “Soft power and strategy: Developing a ‘strategic’ concept of power”, in Inderjeet Parmar and Michael Cox (Eds), *Soft power and US foreign policy, Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives*, pp. 32-51, Routledge, New York.
130. Magam NL (2022), “The Role of Interests and Identities in the Practice of International Relations among Sub-regional Entities: Towards a Constructivist Theory of Paradiplomacy”. *Journal of African Foreign Affairs* Vol. 9 (3), pp. 141-160.
131. Margaret Mead (1961), “Introduction", in Mead (Ed.), *Cooperation and competition among primitive people*, Beacon Press, Boston, pp.16.
132. Marwan M. Kraidy (2005), *Hybridity of the Cultural Logic of Globalization*, Temple University Press, Philadelphia.
133. Maruyama Masao (1969), *Thought and Behaviour in Modern Japanese Politics*, Oxford University Press, London.
134. Matsumoto, S. (1971), ‘The significance of nationalism in modern Japanese thought: some theoretical problems’, *Journal of Asian Studies* Vol. 31 (1), pp. 49-56.
135. Matthews, Roger. (2008), *Prostitution and Public Policy*, Cavendish, Oxon and New York, p. 36.

136. Mazzucato, Mariana (2014), *The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths*, Anthem, New York.
137. Mearsheimer, J. J. (2001), *The tragedy of Great Power politics*. W. W. Norton & Company, New York, pp. 1-12.
138. Mearsheimer, J.J. (2018), *The great delusion: Liberal dreams and international realities*, Yale University Press, New Haven, CT, pp. 19-25.
139. MCT (2002, 2003), *2002 Munhwasaneopbaekseo (2002 Cultural Industries White Book*", *2003 Munhwasaneopbaekseo (2002 Cultural Industries White Book*", *MCT*, Seoul.
140. MCT (2007), "*2006 Munhwasaneopbaekseo (2006 Cultural Industries White Book)*", MCT, Seoul.
141. MCPI (2007), *Munhwagongbojeongchaek 30 nyeon (The Thirty Years of Cultural and Public Information Policy)*, MCPI, Seoul.
142. MCST Korea (2022), *Annual Report on Korea-Japan Cultural Exchanges*, MCST, Seoul.
143. METI (2010), *Cool Japan Strategy*, METI, Tokyo.
144. Miller, Toby and Yúdice, George (2002), *Cultural Policy*, Sage, London.
145. Miyake, Toshio. (2012), "Quando la storia diventa sexy: dal revisionismo storico all'antropomorfismo moe delle nazioni" [When history becomes sexy: from historical revisionism to moe antropomorphism of nations]", in M. Del Bene, N. Lanna, T. Miyake & A. Revelant (eds.), *Il Giappone moderno e contemporaneo: Stato, media, processi identitari*, I libri di Emil- Odoya University Express, Bologna, pp. 237-255.
146. Morgenthau, H. J. (1948), *Politics among nations: The struggle for power and peace*, Alfred A. Knopf, New York.
147. Mori, Yoshitaka. (2008), "Winter Sonata and Cultural Practices of Active Fans in Japan: Considering middle- aged women as cultural agents", in Beng Huat Chua and Koichi Iwabuchi (eds), *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*, Hong Kong University Press, Hong Kong, pp. 127-142.
148. Murata, Kiyoaki (1965), "The 'Distant' Neighbors", *The Japan Times* (21 December, 2012) in Rumi Sakamoto and Stephen Epstein (2021), *Popular*

Culture and the Transformation of Japan–Korea Relations, Routledge, London & New York, pp. 115- 116.

149. Nagasaki zainichi chōsenjin no jinken o mamoru kai [The Association to protect the human rights of resident Koreans in Nagasaki] (2016), *Gunkanjima ni mimi o sumaseba - Hashima ni kyōsei renkōsareta chōsenjin chūgokujin no kiroku* [*Straining to Hear Gunkanjima: Records of the Koreans and Chinese forcibly mobilised to Hashima*], Shakai Hyōronsha, Tokyo.
150. Nakamura, Ichiya and Ono, Megumi, Eds. (2006), *Nihonno Poppu Pawaa [Japan's Pop cultural Power],* Nihon Keizai Shimbunsha, Tokyo.
151. Nakamura, Toshiya. (2009), "Paburikku Dipuromashiito Anzenhoshouseisaku: Doitsuno Shiza [Public Diplomacy and Security Policy: the German Standpoint]", *Nagasaki Kenritsu Daigaku Kokusaijouhougakubu Kenkyukiyou* (10), pp. 183-193.
152. Natsuko Akagawa (2025), *Heritage Conservation in Japan's Cultural Diplomacy-Heritage, national identity and national interest,* Routledge, New York.
153. Nelson H. H. Graburn (2021), "What is Tradition?", *Museum Anthropology* Vol. 24 (2/3), pp. 6-11, https://doi.org/10.1525/mua.2000.24.2-3.6.
154. Nicole HANES, Adriana ANDREI (2015), "Cuture as soft power in International Relations*", International Conference knowledge-based organization*, Vol. XXI (1), pp. 404-409, doi: 10.1515/kbo-2015-0005.
155. Nissim Kadosh Otmazgin (2012), "Geopolitics and Soft Power: Japan's Cultural Policy and Cultural Diplomacy in Asia", *Asia Pacific Review* Vol. 19 (1), pp. 37–61, doi: 10.1080/13439006.2012.678629
156. Nissim Kadosh Otmazgin (2014), "*Regionalizing culture, the political economy of Japanese popular culture in Asia*", University of Hawai'i Press, Honolulu.
157. Nissim Otmazgin (2011), "A Tail that Wags the Dog? Cultural Industry and Cultural Policy in Japan and South Korea", *Journal of Comparative Policy Analysis Research and Practice,* Vol. 13 (3), pp. 307–325, doi: 10.1080/13876988.2011.565916.
158. Nissim, Otmazgin & Rebecca Suter (2016), *Rewriting history in Manga, Stories for the Nation. East Asian Popular Culture,* Palgrave Macmillan, London.

159. Noriyo Isozaki (2017), *Mutual Perceptions in Japanese and Korean Civic Society*, Gakushuin University, Tokyo.
160. Nye, J. S., & Kim, Y. (2013), *Soft Power and the Korean Wave*, in Y. Kim (Ed.), *The Korean Wave: Korean Media Go Global*, Routledge, London & New York, pp. 31–42.
161. OECD (2000), *OECD Economic Surveys Korea*, Public Affairs and Communication Directorate, France.
162. Ogawa, M. (2009), "Cultural policy and the preservation of intangible heritage in Japan", *International Journal of Cultural Policy* Vol. 15 (4), pp. 385-402.
163. Ozawa, Tadashi. (2009), *Origin and Development of Japan's Public Diplomacy*, in *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, edited by Nancy Snow and Philip M. Taylor, Routledge, New York.
164. Otmazgin, K. N., (2008), "Contesting soft power: Japanese popular culture in East and Southeast Asia", Vol. 8 (1), pp. 73-101.
165. Otmazgin, N. K. (2012), "Geopolitics and Soft Power: Japan's Cultural Policy and Cultural Diplomacy in Asia", *Asia-Pacific Review* Vol. 19 (1), pp. 37-61.
166. Otmazgin, N.. & Ben-Ari, E. (2012), "*Popular culture and the state in East and Southeast Asia*", Milton Park, Abingdon, Routledge, Oxon.
167. Parc, J. (2017), "The effects of protection in cultural industries: The case of the Korean film policies", *International Journal of Cultural Policy* Vol. 23 (5), pp. 618-633.
168. Park, Chung-Hee (1979), *Korea Reborn: A Model for Development*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, NJ.
169. Park, J. H. (2021), "Technology cooperation between Japan and South Korea: Trends and implications", *Journal of East Asian Studies* Vol. 18 (2), pp. 205-222.
170. Park, Ji-Yeon (2005), Y*eonghwabeop jejeongeseo je 4 cha gaejeonggikkajiui yeonghwajeongchaek, 1961-1884 (Film policy, from the enactment of the Motion Picture Act to its fourth revision, 1961-1984)*, in Kim, Dong-Ho *et al*, *Hangugyeonghwa jeongchaeksa (The History of Korean film policy)*, Korean Film Council (KOFIC), Seoul, pp. 189–267.
171. Pyle, KB (1971), "Introduction: some recent approaches to Japanese Nationalism", *Journal of Asian Studies*, Vol. 31 (1), pp. 5-16, https://doi.org/10.2307/2053046.

172. Raboy, M., Bernier, I., Sauvageau, F. & Atkinson, D. (1994), Cultural development and the open economy: A democratic issue and a challenge to public policy, *Canadian Journal of Communication*, Vol. 19 (3), pp. 291–316, doi.org/10.22230/cjc.1994v19n3a822.
173. Reiersen, J., Romero-Hernández, M., & Adán-González, R. (2022), Government Reactions, Citizens' Responses, and COVID-19 around the World, *International Journal of Environmental Research and Public Health* Vol. 19 (9), Article. 5667, pp. 23-50.
174. Richard Arndt (2005), *The First Resort of Kings. American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*, Potomac Books, Washington D.C, p. 43.
175. Richard Ned Lebow (2008), *A Cultural Theory of International Relations*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 111-140.
176. Rumi Sakamoto, Stephen Epstein (2021), *Popular Culture and the Transformation of Japan-Korea Relations*, Routledge, London & New York, pp. 190-193.
177. Ryoo, W. & Jin, D. Y. (2020), "Cultural politics in the South Korean cultural industries: confrontations between state-developmentalism and neoliberalism", *International Journal of Cultural Policy* Vol. 26 (1), pp. 31-45, https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1429422
178. Sakai, N. (1997), *Translation and Subjectivity: On "Japan" and Cultural Nationalism*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
179. Sakaki, A. (2019), *Japan-South Korea relations - a download spiral: more than "just" historical*, SWP Comment No. 35, Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP), Deutsches Institut für Internationale Politik und Sicherheit - German Institute for International and Security Affairs, Berlin, pp. 1-15, https://doi.org/10.18449/2019C35.
180. Schoppa, L. J. (2013), *The Evolution of Japan's Party System: Politics and Policy in an Era of Institutional Change*, University of Toronto Press, Toronto.
181. Seok Hee Yoon (2015), "*Relations between Japan and Korea: A Diachronic survey in search of a Pattern*", Master of Arts in Japanese, University of Canterbury, New Zealand, pp. 1-21.
182. Seth, M. (2021), *A concise history of Korea: From antiquity to the present* (3rd ed.), Rowman & Littlefield, Lanham, MD.

183. Shim, D. (2006), “Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia”, *Media, Culture & Society* Vol. 28 (1), pp. 25-44, https://doi.org/10.1177/0163443706059278
184. Shim, D. (2008), *The growth of Korean cultural industries and the Korean Wave*, in Chua, B. H. & Iwabuchi, K. (eds.) *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*, Hong Kong University Press, Hong Kong, pp. 15-31.
185. Shimane Tomoaki (2020), “Study on a Practice of External Cultural Policy From the Experience of Japonismes”, *Cultural Policy Research, Journal of the Japan Association for Cultural Policy Research* Vol. 14, pp. 1–14.
186. Shin Seung Jin (2008), *Strategic directions for the activation of cultural diplomacy to enhance the country image of the Republic of Korea* (ROK), Harvard University, Massachusetts, pp. 18-80.
187. Shin, Gi-Wook (2006), *Ethnic Nationalism in Korea: Genealogy, Politics, and Legacy*, Stanford University Press, Stanford, pp. 10-240.
188. Shin, G. W., & Sneider, D. C. (2011), *History textbooks and the wars in Asia: Divided memories*, Routledge, New York, pp. 1-260.
189. Shin, J. Y. (2005), *Globalization and New Korean Cinema*, in C-Y. Shin & J. Stringer (eds.) New Korean Cinema, pp. 51-62, Edinburgh University Press, Edinburgh.
190. Siriyuvasak, U. and Shin, H., (2007), “Asianizing K-pop: production, consumption and identification patterns among Thai youth”, *Inter-Asia Cultural Studies* Vol. 8 (1), 109-136, DOI:https://doi.org/10.1080/14649370601119113.
191. Sook Jong Lee (2006), “The Assertive Nationalism of South Korean Youth: Cultural Dynamism and Political Activism”, *SAIS Review of International Affairs* Vol. 26 (2), pp. 123-132, https://doi.org/10.1353/sais.2006.0036.
192. Storey, J. (2018), *Cultural theory and popular culture: An introduction* (8th ed.), Routledge, London.
193. Sugiura, T (2008), *Japan’s Creative Industries, Culture as a Source of Soft Power in the Industrial Sector*, in Watanabe, Y, McConnell, D.L (ed.), *Soft Power Super Powers, Cultural and National Assets of Japan and the United States*, Routledge, New York.

194. Sugiura, T. (2003), *Monetary Value of Japanese Arts and Cultural Products based on Japan's Ministry of Finance Data*, Research Report, Marubeni Economic Research Institute, Tokyo.
195. Suleyman O. Altiparmak, Cameron G. Thies, Shade T. Shutters, and Keith Waters (2023), "Inducing New Bilateral Oil Interdependencies: The Unintended Impact of 2014 US-led Sanctions on Russia," *Journal of Indo-Pacific Affairs* Vol. 6 (3), pp. 154-65.
196. Sutherland, Michael D.; Sutter, Karen M. (2015), "China as the World's "Largest Economy", In Focus, Congressional Research Service, Library of Congress, Washington, DC, pp. 1-8.
197. Taeyoung Kim (2021), *The State's Roles in the Development of Cultural Industries: Korean Cultural Industry Policies from 1993 to 2021*, Master's Thesis, Simon Fraser University, Burnaby, Canada.
198. Tetsuro Kobayashi và Atsushi Tago (2022), *Japaneses public sentiment on South Korea - Public Opinion and International Relations*, Public Opinion and Foreign Policy in Japan: The Domestic Sources of Japan's International Relations, Routledge, London–New York, pp.1-22.
199. Tittelbachová, Š. (2011), *Turismus a veřejná správa*, Grada Publishing, Praha.
200. Thussu, D. K. (2007), *Media on the move: Global flow and contra-flow*, Routledge, London & New York.
201. Thussu, D. K. (2018), "A new global communication order for a multipolar world", *Communication Research and Practice* Vol. 4 (1), pp. 52-66. https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1432988.
202. Toepler, Stefan and Zimmer, Annette (2002), *Subsidizing the arts: government and the arts in Western Europe and the United States*, in Crane, Diana, *et al.* (eds), *Global Culture: Media, Arts, Policy and Globalization*, Routledge, . London, pp. 29-48.
203. Tomlinson, J. (1999), *Globalization and culture*, University of Chicago Press, Chicago.
204. Trilateral Cooperation Secretariat (2019, 2023), *Trilateral cooperation: Vision and progress*, Report, Trilateral Cooperation Secretariat (TCS), Seoul.

205. Tsai, Eva. (2007), “Caught in the Terrains: An inter- referential inquiry of trans- border stardom and fandom”, *Inter- Asia Cultural Studies* Vol. 8 (1), pp. 135-154, https://doi.org/10.1080/14649370601119121.
206. Tsutsui, W. M. (2010), *Japanese Popular Culture and Globalization*, Association for Asian Studies (Asia Past & Present), Ann Arbor, MI, pp. 1-120.
207. Umut Yukaruc (2017), *A Constructivist Approach to Popular Culture and Foreign Policy: The Case of Turkey and Valley of Wolves: Ambush*, Ph.D. Thesis, University of East Anglia, School of Politics, Philosophy, Language and Communication Studies, Norwich, United Kingdom, pp. 26-210.
208. UNESCO (1954), *Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict, The Hague Convention*, adopted by UNESCO at The Hague, 14 May 1954, UNESCO, Paris.
209. UNESCO (1972), *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*, International Convention adopted by the General Conference at its 17th session, Paris, 16 November 1972, UNESCO, Paris.
210. UNESCO (2001), *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity*, Declaration adopted in Paris on 2 November 2001, UNESCO, Paris.
211. UNESCO (2003), *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage,* International Convention adopted in Paris on 17 October 2003, UNESCO, Paris.
212. UNESCO (2005), *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, UNESCO Publishing, Paris.
213. UNESCO (2014), *World heritage and intangible cultural heritage in East Asia*, UNESCO Publishing, Paris.
214. UNESCO (2021), *Category 2 centres related to intangible cultural heritage*, UNESCO Publishing, Paris.
215. UNESCO (2023), *Safeguarding intangible cultural heritage: Global and regional cooperation*, UNESCO Publishing, Paris.
216. UNESCO (2023), *Intangible cultural heritage and safeguarding practices in East Asia*, UNESCO Publishing.
217. United Nation (2024), *K-Content goes global: How Government support and copyright policy fuelled the Republic of Korea’s creative economy*, Report, United Nations, New York.

218. Valaskivi, K (2013), “A brand new future? Cool Japan and the social imaginary of the branded nation”, *Japan Forum* Vol. 25 (4), pp. 485-504, https://doi.org/10.1080/09555803.2012.756538.
219. Valaskivi, K. (2013), “Cool Japan, nation branding and the problem of ‘content’”, *International Journal of Cultural Policy* Vol. 19 (5), pp. 530-544, https://doi.org/10.1080/10286632.2013.777592.
220. Volcic, Z. & Andrejevic, M. (2011), “Nation branding in the era of commercial nationalism”, *International Journal of Communication* (5), pp. 598-618, https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/849.
221. Wang, Z. P. (2023), Research on the Development and Utilization of Traditional Culture in the New Media Environment, *Open Journal of Social Sciences* (11), pp. 260-266, https://doi.org/10.4236/jss.2023.117018.
222. Watanabe, Y. & McConnell, D. L. (2008), *Soft power superpowers: cultural and national assets of Japan and the United States*. M.E. Sharpe, Armonk, N.Y.
223. Weekly Chosun (2007), “Gungmunhakgwaneun somyeoldoeneunga (Are Korean literature and language departments disappearing?)”, No. 1972, Seoul in Hye-Kyung Lee (2019), *Cultural Pilicy in South Korea – Making a New Patron State*, Routledge, London & New York, pp. 103-104.
224. Weldes, J. (1999a), “Going cultural: Star Trek, state action, and popular culture”, *Millennium- Journal of International Studies* Vol. 28 (1), pp. 117-134, https://doi.org/10.1177/03058298990280011201.
225. Weldes, J. (2003), *To Seek Out New Worlds: Exploring Links Between Science Fiction and World Politics*, Palgrave Macmillan, New York, p. 7.
226. Wendt, A. (1992), *Anarchy is what states make of it: The social construction of power politics*, *International Organization* Vol. 46 (2), pp. 391-425. https://doi.org/10.1017/S0020818300027764.
227. Wendt, A. (1999), *Social theory of international politics*, Cambridge University Press, London.
228. William E. James (2001), *Trade Relations of Korea and Japan: Moving from Conflict to Cooperation?*, East-West Center Working Papers, Economics Series, No. 11 (January 2001), East-West Center, Honolulu, pp. 1-24.

229. William Stueck (2001), “American Strategy and the Korean Peninsula, 1945-1953”, *International Journal of Korean Studies*, Vol. 5 (1), Spring/Summer 2001, pp. 55–69.
230. Williams, R. (1983), *Keywords: A vocabulary of culture and society*, Oxford University Press, New York.
231. Yamamura, K., Shimizu, M., Snow, N. (2017), *Japan is Back: The International Public Relations of the Second Abe Cabinet,* in Turk, J. V. & Valin, J. (Eds.), *Public Relations Case Studies from Around the World (second edition)*, Peter Lang, New York, pp. 15.
232. Yang Lu (2013), *Dynamics of National Interest and National Identity: A constructivist approach to the India - China relations from 2003 - 2012*, Heidelberg University, Heidelberg.
233. Yeoh, B.S.A (2005), “The Global Cultural City? Spatial Imagineering and Politics in the (Multi) cultural marketplaces of South-east Asia”, *Urban Studies* Vol. 42 (5/6), pp. 945-958, https://doi.org/10.1080/00420980500107358.
234. Pham Thi Yen & Nguyen Thi Thanh Hoa (2024), “Japans’ strategic autonomy in the Indo - Pacific from a soft power perspective: Prospect of Vietnam - Japan Relations”, *Proceedings of the International Academic Conference: Sustainable Trade Development: 2024 Cross - Culture Management and Corporate Social Responsibility*, Chihlee University of Technology, Taiwan, pp. 289-306.
235. Yim, H. (2002), “Cultural identity and cultural policy in South Korea”, *International Journal of Cultural Policy* Vol. 8 (1), pp. 37-48, https://doi.org/10.1080/10286630290032401.
236. Yim, Haksoon (2010), “Developing the cultural policy model for the interrelation in the arts and culture technology”, *Yesulgyeongyeongyeongu* (16), pp. 57-76.
237. Yi-Ying Lin, Dena Phillips Swanson, Ronald David Rogge (2022), "The Three Teachings of East Asia (TTEA) Inventory: Developing and Validating a Measure of the Interrelated Ideologies of Confucianism, Buddhism, and Taoism", *Frontiers in Psychology* Vol. 12 (626122), https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.626122.

238. Yoo, Min-Young (2013), *Professor in Korean theatre history* (Personal interview).
239. Youna Kim (2022), *The Soft Power of the Korean Wave Parasite, BTS and Drama*, Routledge, New York, pp. 1-215.
240. Yu Xintian (2002), "Cultural Impact on International Relations*", Cultural Heritage and Contemporary Change Series III, Asia*, Vol. 21, Council for Research in Values and Philosophy, Washington, DC, pp. 1-28.
241. Yúdice, G. (2003), *The Expediency of Culture*, Durham, Duke University Press, NC, pp. 1-180.
242. Yul Sohn (2020), "Korea-Japan Relations in Crisis: People want a change", *East Asia Institute (EAI)*, Yonsei University, Seoul, pp. 1-10.
243. Zykas, Aurelijus (2011), *The discourses of popular culture in 21st century Japan's Cultural Diplomacy Agenda*, in *Reception of Japanese and Korean Popular Culture in Europe*, ed. Takashi Kitamura et al., Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, pp.153-69.
244. Zykas, Aurelijus (2011), *The Discourses of Popular Culture in 21st Century Japan's Cultural Diplomacy Agenda*, in Kitamura, T., Koma, K., & Li, S.-G. (eds.), *Reception of Japanese and Korean Popular Culture in Europe*, Kaunas, Vytautas Magnus University, pp. 127–148.

Tiếng Nhật

245. Chung Youngran (2017). *日韓文化交流の現代史*
グローバル化時代の文化政策:韓流と日流 (早稲田大学エウプラクシス叢書).
早稲田大学出版部
(Lịch sử hiện đại của giao lưu văn hóa Nhật Bản - Hàn Quốc. Chính sách văn hóa trong thời đại Toàn cầu hóa: Làn sóng Hàn Quốc và Làn sóng Nhật Bản), Waseda, Tokyo.
246. Hyuna Oh (2013),
日本における韓流エンターテイメントビジネスの展開 I—
韓流ドラマと背景にある韓国文化について — 呉 娥 (Development of the Korean Boom in the Entertainment Business in Japan - Phim truyền hình Hàn Quốc "Kanryu" và văn hóa Hàn Quốc trong bối cảnh đó, *The Economic Review of Japan University of Economics* Vol. 42 (2), pp. 253-277.

Tiếng Hàn

247. Export-Import Bank of Korea (2016), *드라마 '태양의 후예' 수출 파급 효과 [The Riffle Effect of Descendant of the Sun in Export] (Hiệu ứng lan tỏa của Hậu duệ Mặt Trời trong xuất khẩu)*, Korea EXIMBank, Seoul.
248. Kim, Y-J. (2014), *한국 영화산업 투자구조와 수익성 현황 및 개선방향 [The Investment Structure and the Earning Status of Korean Film Industry and Improvement Direction](Cơ cấu đầu tư và tình hình doanh thu của ngành công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc, cùng định hướng cải thiện)*, Export-Import Bank of Korea, Seoul.
249. 외교부 (2020), "2020년도공공외교종합시행계획 I 권 (Kế hoạch về Ngoại giao công chúng năm 2020)", Seoul.
250. 외교부 (2021), "2021년도공공외교종합시행계획 I 권 (Kế hoạch về Ngoại giao công chúng năm 2021)", Seoul.
251. 외교부 (2022), "2022 년도공공외교종합시행계획개요 (Khái quát kế hoạch về ngoại giao công chúng năm 2022)", Seoul.
252. Jeong Kwang-ryeol và cộng sự (정광렬 외) (2009), "문화정책 연구의 정체성과 과제. *문화정책논총*. 한국문화관광연구원 (Identity and Challenge of Cultural Policy Studies - Bản sắc và thách thức của ngành nghiên cứu chính sách văn hóa)", *Korean Cultural Policy Review*, Korea Culture & Tourism Institute (21), pp. 9-366.
253. MCT Korea (2004b), *참여정부 문화산업 정책비전 실천계획: 세계5 대 문화산업 강국 실현 [Action plans of the Participatory Government's Cultural Industry Policy Vision: Becoming a top-5 industrial power](Các kế hoạch hành động trong tầm nhìn chính sách công nghiệp văn hóa của Chính phủ tham gia: Trở thành một cường quốc công nghiệp hàng đầu thế giới (top 5)*, MCT, Seoul.
254. MCT Korea (2005b), *문화강국 (C-Korea) 2010: 문화로 부강하고행복한 대한민국의 미래전략 [C-Korea 2010: A Future Strategy with Culture for Empowering the Nation and Making People](C-Korea 2010: Chiến lược tương lai lấy văn hóa làm nền tảng nhằm tăng cường sức mạnh quốc gia và nâng cao đời sống nhân dân)*, MCT, Seoul.
255. MCST Korea (2009b), *2008 문화산업백서 [White Paper of Cultural Industries 2008] (Sách trắng về công nghiệp văn hóa 2008)*, MCST, Seoul.

256. MCST Korea (2017b), *콘텐츠산업 중장기 정책비전: 미래콘텐츠산업 준비보고서 [Medium and Long-Term Policy Vision of Content Industry: A Report of Future Content Industry](Tầm nhìn chính sách trung và dài hạn của ngành công nghiệp nội dung: Báo cáo về ngành công nghiệp nội dung trong tương lai)*, MCST, Sejong.
257. MCST Korea (2019b), *2018 콘텐츠산업백서 [White Paper on Content Industry 2018] (Sách trắng về công nghiệp văn hóa 2008)*, MCST, Sejong.
258. MCST (2019c), *문화비전 2030: 사람이 있는 문화[Culture Vision 2030: Culture with Humans] (Tầm nhìn văn hóa năm 2030: Văn hóa và Con người)*, MCST, Sejong.
259. MCST (2019e), *콘텐츠산업 3 대 혁신전략 [Three Major Strategies for Content Industry] (Ba chiến lược cốt lõi của công nghiệp nội dung)*, MCST, Sejong.

Website

260. Abe, S (2013), "Speeches and Statements by the Prime Minister", *Prime Minister of Japan and his Cabinet*, https://japan.kantei.go.jp/96_abe/statement/201302/22speech_e.html, accessed on 08/09/2025.
261. Agency of Cutural Affairs Government of Japan (2018), "Policy of cutural affair in Japan, fiscal 2018", https://www.bunka.go.jp/english/report/annual/1394357.html, accessed on 24/01/2026.
262. Agency of Cultural Affairs, Gorvernment of Japan (2018), "List of Japan Cultural Envoys", https://www.bunka.go.jp/english/policy/international/cultural_envoy/envoy_list/, accessed on 05/06/2024.
263. Alexander Lipke, Elli-Katharina Pohlkamp (2024), "Triangle of opportunity: How improved relations between South Korea and Japan open doors for the EU", *The Europe Council on Foreign Relations*, https://ecfr.eu/article/triangle-of-opportunity-how-improved-relations-between-south-korea-and-japan-open-doors-for-the-eu/, accessed on 16/3/2025.

264. Ahn Jin-yong (2025), "부산영화제, 올해도 OTT와 손잡았다…6편 소개". (Năm nay, Liên hoan phim quốc tế Busan hợp tác với OTT giới thiệu 6 bộ phim), *Munhwa Ilbo*, https://www.munhwa.com/article/11525193#:~:text=%EC%A0%9C30%ED%9A%8C%20%EB%B6%80%EC%82%B0%EA%B5%AD%EC%A0%9C%EC%98%81%ED%99%94%EC%A0%9C%EA%B0%80%20%ED%99%94%EC%A0%9C%EC%9D%98%20%EB%93%9C%EB%9D%BC%EB%A7%88%20%EC%8B%9C%EB%A6%AC%EC%A6%88%EB%A5%BC%20%EC%84%A0%EB%B3%B4%EC%9D%B4%EB%8A%94%20'%EC%98%A8%20%EC%8A%A4%ED%81%AC%EB%A6%B0'%20%EC%84%A0%EC%A0%95%EC%9E%91%206%ED%8E%B8%EC%9D%84%20%EA%B3%B5%EA%B0%9C%ED%96%88%EB%8B%A4.., accessed on11/08/2025.

265. Ahn, J. Y. (2019), "수지 vs 설현 vs 혜리… 개띠 아이돌 출신 '연기 3 파전' [Competition among Suzy, Seolhyun, and Hyeri—Idols born under the dog sign](Cuộc cạnh tranh giữa Suzy, Seolhyun và Hyeri — những thần tượng sinh năm Tuất)", *Munhwa Il-bo*, https://www.munhwa.com/article/11156038, accessed on 11/08/2025.

266. Ahn, K. (2004), "언론 주체들이 나서야 언론개혁 가능: 이창동 문화관광부 장관인터뷰 [Interview with Minister Lee Chang-dong: Media reform could be accomplished only when stakeholders participate] (Phỏng vấn Bộ trưởng Lee Chang-dong: Cải cách truyền thông chỉ có thể thực hiện được khi các bên liên quan cùng tham gia.)", *Mediatoday*, http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=28164, accessed on 10/09/2025.

267. AP News (2023, March 16), "Japan, S. Korea summit must overcome history to renew ties", https://apnews.com/article/japan-south-korea-summit-what-to-know-e4dc91a1405a0b71461b2ff2642dd12a, accessed on 20/01/2026.

268. Asia Europe Foundation (2020), "Korean Creative Content Agency KOCCA opens office in Vietnam", https://culture360.asef.org/news-events/korean-creative-content-agency-kocca-opens-office-viet-nam/, accessed on 27/03/2025.

269. BBC (2018), “BTS T- Shirt: Japanese TV show cancels BTS appearance over atomic bomb shirt”, *BBC,* https://www.bbc.com/news/world-asia-46147777, accessed on 15/09/2024.
270. Benjamin, D., Crenshaw, M., & Byman, D. (2003), “Global Terrorism after the Iraq War”, *US Institute of Peace*, http://www.jstor.org/stable/resrep12268, accessed on 11/09/2025.
271. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam (2022), “Busan trở thành trung tâm điện ảnh của Hàn Quốc”, *Cổng thông tin Bộ văn hóa, thể thao và du lịch Việt Nam,* https://bvhttdl.gov.vn/busan-tro-thanh-trung-tam-dien-anh-cua-han-quoc-20220907084957367.htm, truy cập ngày 28/04/2024.
272. Brody, R. (2023), “Murakami in the Movies”, *The New Yorker*, https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/murakami-in-the-movies, accessed on 12/08/2025.
273. Cabinet Secretariat, Government of Japan (04/06/2024), “New Cool Japan Strategy (資料4), Intellectual Property Strategy Headquarters” https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/chitekizaisan2024/pdf/siryou4_e.pdf?utm_source, accessed on 17/08/2025.
274. Nguyễn Thị Phương Châm (2023), “Nguồn lực văn hóa truyền thống trong xây dựng nông thôn mới hiện nay”, *Tạp chí Cộng sản*, https://tapchicongsan.org.vn/web/guest/van_hoa_xa_hoi/-/2018/836002/nguon-luc-van-hoa-truyen-thong-trong-xay-dung-nong-thon-moi-hien-nay.aspx#, truy cập ngày 27/02/2025.
275. Chŏng, Ŭnhye. (2016), “Kwangbokchŏl t’aegŭkki ollin chidŭraegon-ege akp’ŭl namgin ilbon p’aendŭl [Japanese fans’ negative reaction to G- Dragon’s Liberation Day post of Korean flag]”, *Insait’ŭ [Insight]*, 16 August. www.insight.co.kr/newsRead.php?Art No=72070, accessed on 17/08/2025.
276. Content Industry Promotion Committee (2011), “제 1 차 콘텐츠산업 진흥 기본 계획 [The first basic plan of promoting content industry] (Kế hoạch nền tảng thứ nhất cho việc quảng bá công nghiệp văn hóa)”, https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=538&pDataCD=041 7000000&pType, accessed on 15/03/2024.

277. Content Industry Promotion Committee (2014), "제 2 차 콘텐츠산업 진흥 기본 계획 [The second basic plan of promoting content industry] (Kế hoạch nền tảng thứ hai cho việc quảng bá công nghiệp văn hóa)", http://www.korea.kr/archive/expDocView.do?docId=35230, accessed on 15/03/2024.
278. Council on Foreign Relations (2025), "North Korean Nuclear Negotiations", https://www.cfr.org/timeline/north-korean-nuclear-negotiations?utm_source, accessed on 19/08/2025.
279. Culture360. (n.d.) (2012), "Korea: An introduction to cultural policy - Part I", *Cultural 360. Asef.org*, https://culture360.asef.org/insights/korea-introduction-cultural-policy-part-i/, accessed on 17/04/2025.
280. Danmee (2025), "放送から10年！2015年日本の韓ドラファンを沸かせた作品5選＆視聴できるVODまとめ (Sau 10 năm ra mắt, bộ phim truyền hình Hàn Quốc được sản xuất từ 2015, sẽ có phiên bản thứ 5 tại nền tảng VOD)", *Danmee*, https://danmee.jp/knews/koreandrama/koreandrama-works/?, accessed on 11/08/2025.
281. Danmee (2024). "日本VODで視聴可！韓国ドラマが本領発揮した2020年から5年間 各年度おすすめベストヒット作まとめ (Những bộ phim năm 2020 Hàn Quốc đã có sẵn trên VOD Nhật Bản)", *Danmee*, https://danmee.jp/knews/koreandrama/kdrama-topic-5/?, accessed on 11/08/2025.
282. Diplomatic Bluebook Japan (DB Japan) (2003-2024), https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/index.html.Pdf, accessed on 17/04/2025.
283. Diplomatic Bluebook (2005), "Cultural Diplomacy and Overseas Public Relations Strategy", https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2005/ch3-e.pdf. Pdf, accessed on 17/04/2025.
284. Diplomatic White Paper Korea (2018, 2019), https://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5684/list.do. Pdf, accessed on 19/04/2025.

285. Diplomatic White Paper Korea (2022,2023,2024), https://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5684/list.do?page=1&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=, accessed on 27/03/2025.
286. Diplomatic Bluebook (2024), "Chapter 2 Resilient and Unwavering Regional Diplomacy. Trilaterial Cooperation among Japan, the United States, and the Repubic of Korea", https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2024/en_html/chapter2/c020103.html#sf03, accessed on 30/03/2025.
287. Diplomatic Bluebook (2015,2016,2017,2018,2019,2020,2021,2022,2023,2024), "Annual Report The Japan Foundation", https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/index.html, accessed on 28/03/2025.
288. Diplomatic Bluebook (2024). https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/index.html, accessed on 28/03/2025.
289. Droubie, Paul (2008), "Japan's Rebirth at the 1964 Tokyo Summer Olympics", *Aboutjapan.japansociety.org*, About Japan: A Teacher's Resource, accessed on 11/02/2025.
290. East Asia Institute (2024), "Korea - Japan (East Asia) Pucblic Opinion Survey", https://www.eai.or.kr/m/eng/research_view.asp?intSeq=22744&code=54&menu=program#menuMoreList, accessed on 07/08/2025.
291. Erik Pajtinka (2014), "Cutural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations", *Journal for Political Sciences, Modern History, International Relations, Security Studies.* http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk, accessed on 31/08/2024.
292. Frank Wiengarten (2020), "The role of culture in supply chain integration, Esade Business & Law School", *Do better. By edase,* https://dobetter.esade.edu/en/supply-chain-culture, accessed on 12/12/2024.
293. Gavin J Blair (2019), "Anime 'Doraemon' Latest Victim of Japan-South Korea Trade War", *The Hollywood Reporter*,

https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/doraemon-latest-victim-japan-south-korea-trade-war-1229136/? , accessed on 09/10/2025.

294. Minh Hạo (2018), "BTS, Twice bị tẩy chay tại Nhật Bản - cây cao đứng mũi chịu sào?", *Báo Tạp chí Tri thức News.vn*, https://lifestyle.znews.vn/bts-twice-bi-tay-chay-tai-nhat-ban-cay-cao-dung-mui-chiu-sao-post893048.html, truy cập ngày 11/08/2025.
295. Hirai Naofusa (1983), "Traditional cultures and modernization: Several problems in the case of Japan. In Cultural Identity and Modernization in Asian Countries: Proceedings of Kokugakuin University Centennial Symposium", *Institute for Japanese Culture and Classics*, Kokugakuin University https://www2.kokugakuin.ac.jp/ijcc/wp/cimac/hirai.html, accessed on 10/08/2025.
296. Heo, Y. (1999). "문화산업 80-90%가 수입물 [80-90% of cultural products distributed in the market are foreign imports]", *Maeil Business Newspaper*, 27 [Korean], trong Taeyoung Kim (2021), *The State's Roles in the Development of Cultural Industries: Korean Cultural Industry Policies from 1993 to 2021*, Simon Fraser University, Canada, pp. 128 -130.
297. International Monetary Fund. (2002), "Korean Crisis and Recover", https://www.imf.org/external/pubs/nft/seminar/2002/korean/?, accessed on 31/08/ 2025.
298. Irina (2011), "Cultural center in Korea: Japanese Cultural Center and Japan Foundation", https://koreancenter.org.ua/cultural-centers-in-korea-japanese-cultural-center-and-japan-foundation/#:~:text=The%20Public%20Information%20and%20Cultural,in%20learning%20more%20about%20Japan, accessed on 03/08/2025.
299. InvestKOREA (n.d), "Cultural content", https://www.investkorea.org/ik-en/cntnts/i-326/web.do?utm_source=chatgpt.com, accessed on 01/01/2026.
300. Japan Creative Centre (2011), "Japan Creative Centre: Innovation and Tradition", http://www.sg.emb-japan.go.jp/JCC/about_jcc.html, accessed on 08/08/2024.

301. Japan Insides (2023), “The Nikkan Koryu In Tokyo: Japan-Korea Exchange Festival”, *The Japan Insides*, https://japaninsides.com/nikkan-koryu-festival-27684?utm_source, accessed on 10/08/2025.
302. Japan Foundation (2024), “Announcement “avantgardey” to Perform at “Korea - Japan Festival 2024 in Seoul”, *Japan Creative Centre- Embassy of Japan*, https://www.jpf.go.jp/e/about/press/2024/006.html, accessed on 16/04/2025.
303. Japan Student Services Organization - JASSO (2014), “Results of an annual survey of international students in Japan”, Annual Survey Report (Pdf), *Japan Student Services Organization*, https://www.jasso.go.jp/, accessed on 16/04/2025.
304. Japan Media Communication Center (2017), “The International Expansion of South Korean Television (25th JAMCO Online International Symposium)”. https://www.jamco.or.jp/en/symposium/25/6/, accessed on 17/08/2025.
305. JETRO (2024), “Invest Japan Report 2024, Japan External Trade Organization”, https://www.jetro.go.jp, accessed on 25/07/2025.
306. Jinju Jeon (2019), “Kocca conducts “K-Content Startup In Japan” sucessfully”, *KoreaTechDesk*, https://www.koreatechdesk.com/kocca-conducts-k-content-startup-in-japan-successfully/, accessed on 27/03/2025.
307. Justin McCurrry (2022), “A difficult time’: why popular TV series Pachinko was met with silence in Japan”, *The Guardian*, https://www.theguardian.com/world/2022/apr/21/pachinko-tv-series-korea-japan-min-jin-lee, accessed on 07/10/2025.
308. Kei Kono & Miwako Hara (2011), “Japan-Korea Past, Present & Future: From a public awareness survey, Japan Broadcasting Corporation (NHK) Broadcasting Culture Research Institute Public Opinion Research Division”, *NHK Bunken*. http://www.nhk.or.jp/bunken/index-e.html, accessed on 19/08/2025.
309. Kim, D-J. (1998), “고위공직자와의 대화 [A meeting with high-ranking officials] (Cuộc gặp với các quan chức cao cấp)”, http://pa.go.kr/research/contents/speech/index.jsp, accessed on 12/08/2024.

Korea Creative Content Agency (2010, May 1). “대한민국 스토리 공모대전 당선작 발표[Announcement of prize winners of the National Storytelling Competition]”,

http://home.kocca.kr/mcop/bbs/view/B0000137/1245586.do;KCSESSIONID=jtBGX2pPNX9QPbNylttdrLGzlNd7Rv2lFTL1zBBy7hyXHd4GbQnt!698921410!1881545514?menuNo=201289&noticevent=Y [Korean], accessed on 09/02/2024.

310. KOBIZ (Korean Film Biz Zone) (2019), "Memories of a Dead End. KOBIZ". https://kobiz.or.kr/eng/films/index/filmsView.jsp?movieCd=20189803, accessed on 12/08/2025.
311. Koreaboo (2018), "Ha Yeon Soo Under Fire for Uploading Controversial Photo and an Insensitive Explanation", www.koreaboo.com/news/ha- yeon-soo- controversialphoto- insensitive-explanation/, accessed on 11/03/2024.
312. Korea Creative Content Agency (2012), "*2012 년 예산 총괄표 [The general table of the organizaiton's budget in 2012]*". http://www.kocca.kr/cop/bbs/list/B0000121.do?menuNo=201111# [Korean], accessed on 09/02/2024.

Lee, J. (2007, February 23), "문화계도 진보 독식 이념같은 단체 특혜 [Special previleges on progressive organizations in the cultural domain]". *Joong-Ang Ilbo*, 3. [Korean], accessed on 12/04/2024.

313. Korean Cultural Center (2025), "Institution Introduction", https://www.koreanculture.jp/intro_activity.php, accessed on 09/08/2025.
314. Korea.net (2023), "Content sector in 2021 breaks export record with USD 12.4B", *Korea.net*, https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=226990&utm_source=chatgpt.com, accessed on 17/08/2025.
315. Korea.net (2016), "Korea, Japan to further develop tourism industrie", *Korea.net*, https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=132850, accessed on 06/08/2025.
316. Korea.net (2017), "Korea-Japan Festival connects Pyeongchang, Tokyo*",* *Korea.net*, https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=149695, accessed on 06/08/2025.
317. Korea.net (2018), "TeRra Han Kayageum Recital", *Korea.net*, https://www.korea.net/Events/Overseas/view?articleId=4006, accessed on 09/08/2025.

318. Korea.net. (2022), “Hallyu (Korean wave)”, Korea.net, https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu, accessed on 11/09/2024.
319. Korean Film Council (2018), “Butterfly Sleep”, KOFIC. https://kofic.org/eng/films/index/filmsView.jsp?movieCd=20175587, accessed on 12/08/2025.
320. Korean Film Council. (2023), “The Ghost Station”, KOFIC. https://www.koreanfilm.or.kr/eng/films/index/filmsView.jsp?movieCd=20225865, accessed on 12/08/2025.
321. Korea Foundation for International Cultural Exchange (n.d.), “KOFICE-All about Korean culture”, http://english.kofice.or.kr/kofice/greetings.asp, accessed on 11/09/2024.
322. Korea JoongAng Daily (2024), “KOCCA opens business centers in Japan to boost Korean content expansion”, *Korea JoongAng Daily*, https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2024-11-08/entertainment/television/Kocca-opens-business-centers-in-Japan-to-boost-Korean-content-expansion/2173624, accessed on 27/03/2025.
323. Kris Kosaka (2025), “Masterful and stirring, ‘Pachinko’ returns with more depth”, *The Japan Times*, https://www.japantimes.co.jp/culture/2024/08/26/tv-streaming/pachinko-season-two-review/#:~:text=When%20%E2%80%9CPachinko%E2%80%9D%20first%20came%20out,profound%20questions%20of%20our%20times, accessed on 07/10/2025.
324. Lee, M-B. (2008a), “대통령 취임사 [Inaugural Speech]”. http://leemyungbak.org/history/speech_view.php?idx=7&yy=2008&mm=2 [Korean], accessed on 04/09/2024.
325. Lee, M-B. (2008b), “제 45 년 방송의날 축사 [Congratulatory message for the Commemoration Ceremony of the 45th National Broadcasting Day]”. http://www.pa.go.kr/research/contents/speech/index04_result.jsp [Korean], accessed on 04/09/2024.

326. Lee, J. (2015), “Japanese and Korean K- pop Fans Clash over Sunny”. *The Korea Times*, www.koreatimes.co.kr/www/nation/2019/11/511_174352.html, accessed on 01/03/2024.
327. Lee, J. (2025), “The ascent of K-content: Industry structure and growth drivers (KDI Focus No. 140)”, *Korea Development Institute*, https://www.kdi.re.kr/eng/research/reportView?pub_no=18801, accessed on 01/01/2025.
328. Lee Kyung-min (Jan 23, 2025), “Korea's 2024 growth stalls at 2% amid slumps in investment, consumption”, *The Korea Times.* https://www.koreatimes.co.kr/economy/20250123/koreas-2024-growth-stalls-at-2-amid-slumps-in-investment-consumption, accessed on 29/07/2025.
329. Lee Yoon-seo (29/12/2024), “Experts say streaming services shift perceptions of Japanese manga, animation*”, The Korea Herald,* https://www.koreaherald.com/article/10032885#:~:text=Korea%20becomes%20haven%20for%20manga%2C%20Anime%20events&text=Hongdae%2C%20the%20area%20around%20Hongik,And%20the%20list%20goes%20on, accessed on 11/08/2025.
330. MCT Korea (2004a), “2004 년도 세입, 세출예산 개요 [An Outline of Revenues and Expenditures of the Year 2004], https://www.mcst.go.kr/kor/s_data/budget/budgetView.jsp?pSeq=244&pMenuCD=0413000000&pType=&pSearchType=01&pSearchWord=&pCurrentPage=19 [Korean], accessed on 02/05/2024.
331. MCST Korea (2008), “2008 년도 예산, 기금운용계획 개요 [개요[An Overview of the Operation Plan of the Budget and Fund of Year 2008]. https://www.mcst.go.kr/kor/s_data/budget/budgetView.jsp?pSeq=719&pMenuCD=0413000000&pCurrentPage=16&pTypeDept=&pType=&pSearchType=01&pSe archWord= [Korean], accessed on 02/09/2024.
332. MCST of Korea (2008a), “2008 년도 예산, 기금운용계획 개요 [개요[An Overview of the Operation Plan of the Budget and Fund of Year 2008], https://www.mcst.go.kr/kor/s_data/budget/budgetView.jsp?pSeq=719&pMenuCD=0413000000&pCurrentPage=16&pTypeDept=&pType=&pSearchType=01&pSe archWord= [Korean], accessed on 02/09/2024.

333. MCST of Korea (2012), “2012 년도 예산, 기금 운용계획 개요 [An Overview of the Operation Plan of the Budget and Fund of Year 2012]”. https://www.mcst.go.kr/kor/s_data/budget/budgetView.jsp?pSeq=722 [Korean], accessed on 12/09/2024.
334. MCST of Korea (2016b), “*2015* 콘텐츠 산업 백서 [White Paper of Content Industry 2015]. Sejong: MCST. [Korean]”, accessed on 12/09/2024.
335. MCTS of Korea (2020a). 2020 년도 예산, 기금 운용계획 개요 [An Overview of the Operation Plan of the Budget and Fund of Year 2020]. https://www.mcst.go.kr/kor/s_data/budget/budgetView.jsp?pSeq=843&pMenuCD=0413000000&pCurrentPage=4&pTypeDept=&pType=&pSearchType=01&pSear chWord= [Korean], accessed on 12/09/2024.
336. Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) (2022), “MCST Policy Briefing to President Yoon Suk Yeol, Policy Briefing (Press Release)”, *Ministry of Culture, Sports and Tourism, Republic of Korea (Sejong)*, 05 August 2022, https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=141, accessed on 11/08/2025.
337. Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) (2011), “2010 content industries white book (2010 Kontencheusaneopbaekseo) [White book/Report]”, https://www.mcst.go.kr/, accessed on 12/07/2025.
338. Minitry of Goverment Legislation of, Korean law inofrmation center (2009), “Framework Act on the Promotion of Cultural Industries, Act No.9677, 21”, http://law.go.kr/LSW/eng/engLsSc.do?menuId=2&section=lawNm&query=Cultura l+Industries&x=0&y=0#liBgcolor6, accessed on 10/09/2024.
339. MCST of Korea (2023b), “Annual Work Plan 2023 of Ministry of Culture, Sports, and Tourism”, https://www.korea.kr/archive/expDocView.do?docId=40281, accessed on 12/09/2024.
340. MCST (2017), “Korean Traditional Culture*”,* MCST, Seoul, https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=78#:~:text=After%20enjoying%20the%20KOCIS%2050th,bamboo%20frame%20and%20partly%20transparent, accessed on 12/09/2024.

341. MCST Korea (2023a), “K-content, the new powerhouse on the front line of exports, to gain wings with policy financing support of KRW 790 billion, the largest amount in history”, https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=217. Pdf, accessed on 12/09/2024.
342. MOFA (2012), “Trilateral summit meetings among Japan, China and the Republic of Korea”, Pdf, https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/jck/summit.html, accessed on 12/09/2024.
343. MOFA of Japan (2015, 2018), “Japan-ROK Summit Meeting”, https://www.mofa.go.jp/a_o/na/kr/page3e_000408.html. Pdf, accessed on 12/09/2024.
344. MOFA of Japan (2021), “Trilateral summit meetings among Japan, China and the Republic of Korea”, https://www.mofa.go.jp/press/release/pressite_000001_00677.html#:~:text=The%20three%20heads%20of%20delegations,oriented%20cooperation%20among%20three%20countries.&text=The%20three%20heads%20of%20delegations%20concurred%20on%20preparing%20for%20holding,next%20Trilateral%20Foreign%20Ministers'%20Meeting, accessed on 12/09/2024.
345. MOFA of Japan (2022, 2023, 2024), “Japan-ROK Summit Meeting”, https://www.mofa.go.jp/a_o/na/kr/page1e_000531.html. Pdf, accessed on 12/09/2024.
346. MOFA of Korea (2024), “Annual Compehensive Actions Plan for Public Diplomacy in 2024”, https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_26885/contents.do? Pdf, accessed on 12/09/2024.
347. MOFAT (2010) “Enhancing National Prestige through Advanced Diplomacy“, *2010 Republic of Korea Diplomatic White Paper*, http://www.mofat.go.kr/ENG/policy/whitepaper/index.jsp?menu=m_20_160., accessed on 14/09/2024.
348. MOFA of Japan (2005), “Japan-Korea cultural exchange and cooperation: A report on mutual understanding through culture”, https://www.mofa.go.jp. Tokyo: MOFA. Pdf, accessed on 14/09/2024.

349. MOFA of Japan. (2005), “Korea-Japan Cultural Exchange Festival 2005”, https://www.mofa.go.jp, accessed on 12/09/2024.
350. MOFA of Japan (2006), “A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan’s Cultural Practitioners”, https://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html, accessed on 10/09/2025.
351. MOFA (2007), “Establishment of the International MANGA Award, 24 May”. www.mofa.go.jp/announce/announce/2007/5/1173601_826.html, accessed on 12/09/2024.
352. MOFA of Japan (2003), “Japan-Republic of Korea Summit Joint Statement”, https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/korea/pv0306/pdfs/joint.html. Pdf, accessed on 10/09/2025.
353. MOFA (2024), “Intangible Cultural Heritage”, https://www.mofa.go.jp/policy/culture/coop/unesco/c_heritage/i_heritage/index.html?utm_source, accessed on 21/01/2024.
354. MOFA. (2008b), “Inauguration Ceremony of Anime Ambassador. 19 March”. http:// www.mofa.go.jp/announce/announce/2008/3/0319-3.html, accessed on 12/09/2024.
355. MacroTrends. (n.d.), “South Korea GDP growth rate”, *MacroTrends*, https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/kor/south-korea/gdp-growth-rate?utm_source, accessed on 31/08/2025.
356. News on Japan. (2024, April 13), “Key influences of the Hallyu wave in Japan”, https://newsonjapan.com/article/145387.php?, accessed on 11/08/2025.
357. Nghị quyết số 80 NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam (2026), Https://phutho.dcs.vn/ContentDetail/FileInforView?FileInforId=b6618838-5e5a-4f52-a718-a56bec3908a0, *Báo Cổng thông tin điện tử Đảng bộ tỉnh Phú Thọ*, truy cập ngày 08/05/2026.
358. Nippon (2019), “South Korea: Japan’s Third-Largest Trading Partner”, https://www.nippon.com/en/japan-data/h00516/south-korea-japan%E2%80%99s-third-largest-trading-partner.html, accessed on 15/03/2025.

359. Ng, Linny Kit Tong (2024), "A Legal Herstory of WWII ‘Comfort Women’ — Chapters: Past, Present, and Beyond", *LL.M. Essays & Theses*. 14, https://scholarship.law.columbia.edu/llm_essays_theses/14, accessed on 03/09/2024.
360. An Nhiên (2022), “TWICE là nhóm nữ Kpop đầu tiên "cháy vé" tại Tokyo Dome”, *Báo Lao động*, https://laodong.vn/ldt/giai-tri/twice-la-nhom-nu-kpop-dau-tien-chay-ve-tai-tokyo-dome-1038862.ldo#:~:text=V%E1%BB%ABa%20qua%2C%20TWICE%20%C4%91%C3%A3%20t%E1%BB%95,BTS)%20l%C3%A0m%20%C4%91%C6%B0%E1%BB%A3c%20%C4%91i%E1%BB%81u%20n%C3%A0y, truy cập ngày 11/08/2025.
361. An Nhiên (2024), “Phim Hàn chuộng kể chuyện tình lãng mạn xuyên biên giới”, *Báo Lao động*, https://laodong.vn/van-hoa-giai-tri/phim-han-chuong-ke-chuyen-tinh-lang-man-xuyen-bien-gioi-1395062.ldo, truy cập ngày 12/08/2025.
362. NK News (01/012025), “Trash balloons to martial law: How inter-Korean ties hit rock bottom in 2024”, https://www.nknews.org/2025/01/trash-balloons-to-martial-law-how-inter-korean-ties-hit-rock-bottom-in-2024/, accessed on 19/08/2025.
363. OECD (28/11/2024), “Job Creation and Local Economic Development 2024 - Country Notes: Japan”, https://www.oecd.org/en/publications/job-creation-and-local-economic-development-2024-country-notes_ad2806c1-en/japan_2487e1d7-en.html?utm_source, accessed on 17/08/2025.
364. Organizing Committee for the Games of the XVIII Olympiad (1964), “The games of The XVIII Olympiad Tokyo 1964: The Official Report of the Organizing Committee”, *Organizing Committee for the Games of the XVIII Olympiad*, accessed on 11/02/2025.
365. Park Si-soo (2014), “Anti-hallyu voices growing in Japan”, *The Korea Times*, https://www.koreatimes.co.kr/entertainment/shows-dramas/20140221/anti-hallyu-voices-growing-in-japan?, accessed on 09/10/2025.

366. Park, G-H. (2013), “The 18th Presidential Inaugural Address”. http://18english.president.pa.go.kr/activity/speeches.php?srh%5Bboard_no%5D=24&srh%5Bpage%5D=8&srh%5Bview_mode%5D=detail&srh%5Bseq%5D=2617 &srh%5Bdetail_no%5D=1, accessed on 16/03/2025.
367. Patrick St. Michel (2011), “How Korean Pop Conquered Japan”, *The Atlantic*, https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2011/09/how-korean-pop-conquered-japan/244712/, accessed on 17/09/2024.
368. Phillip Sandblom (2024), “South Korea - Japan relations under two presidents. UI Brief No. 6/2024”, Swedish Institute of International Affairs, Stockholm. https://www.ui.se/globalassets/ui.se-eng/publications/ui-publications/2024/ui-brief-no.-6-2024.pdf, accessed on 17/09/2024.
369. Linh Phương (2019), “Nhan sắc “nữ thần sắc đẹp Nhật Bản” đang được yêu thích ở Hàn”, *Báo Tạp chí tri thức ZnewsVN*, https://znews.vn/nhan-sac-nu-than-sac-dep-nhat-ban-dang-duoc-yeu-thich-o-han-post953262.html, truy cập ngày 28/03/2025.
370. Portland (n.d.), “What is Soft Power? The Soft Power 30”, https:// softpower30.com/what-is-soft-power/. Pdf, accessed on 17/09/2024.
371. Prime Miniter’s Office of Japan (2009), “Joint Press Conference by Prime Minister Yukio Hatoyama and President Lee Myung-bak”, https://japan.kantei.go.jp/hatoyama/statement/200910/09kyoudou_e.html. Pdf, accessed on 17/09/2024.
372. Prime Minister of Japan (2010), “Statement by Prime Minister Naoto Kan” (10 August 2010), Official Statement, Prime Minister’s Office of Japan, Tokyo, https://japan.kantei.go.jp/kan/statement/201008/10danwa_e.html, accessed 24/01/2026.
373. Presidential Committee on the Fourth Industrial Revolution (2017), “4 차산업혁명이란? [What does the Fourth Industrial Revolution mean?]”, https://www.4th-ir.go.kr/4ir/list [Korean] quyển 1), accessed on 11/03/2025.
374. Pyo Kyung-min (2023), “Korean culture becomes part of daily life in Japan as hallyu marks 20th anniversary”, *The Korea Times Newspapers*, https://www.koreatimes.co.kr/lifestyle/people-events/20231114/korean-culture-becomes-part-of-everyday-life-in-japan-as-hallyu-marks-20th-anniversary, accessed on 11/08/2025.

375. Quang Đặng (2021), “Hàn Quốc quay trở lại nhóm 10 nền kinh tế lớn nhất thế giới”, *Tạp chí Công thương*, https://tapchicongthuong.vn/han-quoc-quay-tro-lai-nhom-10-nen-kinh-te-lon-nhat-the-gioi-79596.htm, truy cập ngày 03/05/2026.
376. Phạm Vũ Thiều Quang (2024), “Hàn Quốc và câu chuyện nắm bắt cơ hội thị trường bán dẫn”, *Báo điện tử Vietnamnet*, https://vietnamnet.vn/han-quoc-va-cau-chuyen-nam-bat-co-hoi-thi-truong-ban-dan-2278526.html, truy cập ngày 16/3/2025.
377. Republic of Korea (2022), “Strategy for a free, peaceful, and prosperous Indo-Pacific region”, *Ministry of Foreign Affairs*, https://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5676/view.do?seq=322133, accessed on 11/08/2025.
378. Reuters (2024), “Why is Japan seeking a summit with nuclear-armed North Korea?”, *Reuters*, https://www.reuters.com/world/why-is-japan-seeking-summit-with-nuclear-armed-north-korea-2024-04-11/?utm_source=chatgpt.com, accessed on 19/08/2025.
379. Road Genius (2025), “South Korea Tourism Statistics”, https://roadgenius.com/statistics/tourism/south-korea/#:~:text=The%20leading%20source%20of%20foreign,Korea's%20popular%20cities%20and%20attractions, accessed on 17/08/2025.
380. Robinson, Jacob (2025), "Romantics Anonymous' Netflix Japanese Romance Drama Sets October 2025 Release", *What's on Netflix*, https://www.whats-on-netflix.com/news/romantic-anonymous-japanese-, romance-drama-everything-we-know-so-far-02-2025/, accessed on 12/08/2025.

Roh, M-H. (2003), “참여정부 문화산업정책비전 보고회 [A briefing session of the Participatory Government’s visions of cultural industry policies]”, http://archives.knowhow.or.kr/record/all/view/2055136?page=30# [Korean], accessed on 11/03/2025.

381. Roh, M-H. (2007), “특강 [Special lecture]”, Address presented at the fourth anniversary of the establishment of Roh’s administration hosted by the Presidential Advisory Committee, Seoul, Korea,

http://16cwd.pa.go.kr/cwd/kr/archive/archive_view.php?meta_id=speech&page=&category=&sel_type=1&keyword=%C6%AF%B0%AD&id=419e9529e185db031 ccdbf06 [Korean], accessed on 11/03/2025.

382. Sean D. Murphy (2004), "Assessing the Legality of Invading Iraq", *GW Law Faculty Publications & Other Works*, https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1898&context=faculty_publications, accessed on 6/03/2025.
383. Shim Sun-ah (2024), "S. Korea's content industry exports surge to record high in 2022", *Yonhap News Agency*, https://en.yna.co.kr/view/AEN20240105002400315?section=culture/arts-culture, accessed on 01/01/2025.
384. Minh Sơn (2018), "Cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu "đắt đỏ" năm 2008", *Báo Vnexpress*, https://vnexpress.net/cuoc-khung-hoang-kinh-te-toan-cau-dat-do-nam-2008-3809531.html, truy cập ngày 02/05/2026.
385. Statistic (29/11/2024), "Art and culture industry in Japan - statistics & facts", https://www.statista.com/topics/7030/art-and-culture-industry-in-japan/?utm_source=chatgpt.com#topicOverview, accessed on 17/09/2025.
386. Statista (2025), Number of World Heritage sites in Japan as of November 2024, by type of heritage & Nippon.com. (2024, December 5), Traditional sake-making added to UNESCO Intangible Cultural Heritage of Humanity list, accessed on 04/07/2025.
387. Taipei Times (2005), "S Korea demands Japan apologize for colonial rule", https://www.taipeitimes.com/News/world/archives/2005/03/03/2003225290, accessed on 20/01/2026.
388. Takahiro Namura (2017), "Koreans Use Misleading Photo to Promote Anti-Japanese Film", *Japan Forward*, https://japan-forward.com/koreans-use-misleading-photo-to-promote-anti-japanese-film/, accessed on 06/10/2025.
389. Terence Roehrig (2021), "The Rough State of Japan-South Korea Relations: Friction and Disputes in the Maritime Domain", *The National Bureau of Asian Research*, https://www.nbr.org/publication/the-rough-state-of-japan-south-korea-relations-friction-and-disputes-in-the-maritime-domain/, accessed on 15/03/2025.

390. The Korea Herald (2012) “Preview of Kim Tae-hee’s Japanese commercial axed”, https://www.koreaherald.com/article/10356735#:~:text=Kim%20made%20her%20Japanese%20TV,suspension%20of%20the%20TV%20show, accessed on 22/03/2025.
391. The Asahi Shimbun (2024), “South Korea forced labor victim gets ‘compensation’ from Japan firm, lawyer says”, https://www.asahi.com/ajw/articles/15173787, accessed on 16/3/2025.
392. The Dong - A Ilbo (2023), “Hallyu’s economic impact reaches 37 trillion won”, https://www.donga.com/en/List/article/all/20230711/4281547/1?utm_source=chatgpt.com, accessed on 17/08/2025.
393. The Dong-A Ilbo (2024), “The 2024 Korea-Japan Festival to be held at COEX” https://www.donga.com/en/article/all/20240914/5170576/1#:~:text=The%202024%20'Korea%2DJapan%20Festival,tea%20ceremonies%2C%20and%20flower%20arranging, accessed on 06/08/2025.
394. The Genron NPO (2023), “Analyzing differences in national awareness as Japan-South Korea relations improve”, https://www.genron-npo.net/en/opinion_polls/archives/5629.html#:~:text=Survey%20participants%20were%20asked%20how,is%20important%20(only%2060.1%25), accessed on 07/08/2025.
395. The Japan Foundation official home page, https://www.jpf.go.jp/e/about/index.html, accessed on 20/02/2024.
396. The Kore Herald (25/08/2016), “S. Korea, China, Japan culture ministers to meet on Jejudo”, *The Korea Herald*, https://www.koreaherald.com/article/1064089, accessed on 11/08/2025.
397. The Korea Herald (2024), “What does J-pop revival mean for S. Korea?”, https://www.koreaherald.com/article/3325006#:~:text=%22Night%20Dancer%22%20by%20Imase%2C,J%2Dpop%20song%20on%20Melon, accessed on 25/02/2024.

398. The Korea Times (Jan 13, 2011), "Japanese comic insults K-pop idols" http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2011/01/113_79618.htm, accessed on 15/03/2025.
399. Tô Minh (2026), "Kinh tế Nhật Bản đối mặt nhiều khó khăn", *Báo Nhân dân*, https://nhandan.vn/kinh-te-nhat-ban-doi-mat-nhieu-kho-khan-post814539.html, truy cập ngày 03/05/2026.
400. Trần Nam Tiến (2013), "Tinh thần dân tộc", Website *Nghiên cứu quốc tế*, https://nghiencuuquocte.org/2015/02/04/chu-nghia-dan-toc/, truy cập ngày 17/1/2024.
401. Trading Economics (2024), "Japan exports to South Korea", https://tradingeconomics.com/japan/exports/south-korea#:~:text=Login,2024 accessed on 20/01/2026.
402. Trung tâm nghiên cứu Nhật Bản (2012), "Chính sách phát triển công nghiệp văn hóa của Nhật Bản trong thập niên đầu thế kỷ thứ 21", https://cjs.inas.gov.vn/index.php?newsid=417, truy cập ngày 12/01/2024.
403. UNESCO (2003), "Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization", https://ich.unesco.org/en/convention, accessed on 22/06/2025.
404. UNESCO (2001), "UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity", UNESCO, Paris, https://www.unesco.org/en/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity, accessed on 24/01/2026.
405. UNESCO (2002), "Universal Declaration on Cultural" https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127160, Pdf, accessed on 24/01/2026.
406. UNESCO (2013), "Washoku, traditional dietary cultures of Japanese, notably for the celebration of New Year", https://ich.unesco.org/en/RL/washoku-traditional-dietary-cultures-of-the-japanese-notably-for-the-celebration-of-new-year-00869?utm_source=chatgpt.com, accessed on 16/04/2025.
407. UNESCO (2015), "Sites of Japan's Meiji Industrial Revolution: Iron and steel, shipbuilding and coal mining, Japan World Heritage Committee Decision Document (WHC/15/39.COM/8B)", *UNESCO*, Paris, https://whc.unesco.org/en/decisions/6364/document, accessed on 16/04/2025.

408. UNESCO (2025), “World Heritage Convention” https://whc.unesco.org/en/statesparties/kr#:~:text=Cultural%2015,Island%20and%20Lava%20Tubes%20(2007), https://whc.unesco.org/en/statesparties/jp, accessed on 18/08/2025.
409. UNESCO (2024), “Properties inscribed on the World Heritage List: Republic of Korea (16)”, in “UNESCO World Heritage Convention & Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity: Republic of Korea (23 elements)”, https://whc.unesco.org/en/statesparties/kr, accessed on 04/07/2025.
410. Wang, L. (2023), “How has the “Korean Wave” Impacted Japan - South Korea Relations?”, *The Diplomat Magazines*, https://thediplomat.com/2023/01/how-has-the-korean-wave-impacted-japan-south-korea-relations/, accessed on 06/08/2025.
411. Wangbinlin (2023), “How Has the ‘Korean Wave’ Impacted Japan-South Korea Relations? The Korean Wave, or hallyu, has seen ups and downs in Japan, but could exert political influence over the long term”, *The Diplomat*, https://thediplomat.com/2023/01/how-has-the-korean-wave-impacted-japan-south-korea-relations/, accessed on 27/09/2024
412. Wired (2000), “S.Korea Economy Banks on Net”, https://www.wired.com/2000/02/s-korea-economy-banks-on-net/?utm_source, accessed on 31/08/2025.
413. Woo, J. (2004, August 27), “CT 란 무엇인가? [What does cultural technologies (CT) refer to?]”, The Science Times, https://www.sciencetimes.co.kr/news/ct%EB%9E%80-%EB%AC%B4%EC%97%87%EC%9D%B8%EA%B0%80/ [Korean], accessed on 15/03/2025.
414. WorldJPN (2010), “Joint Press Conference following the Japan-Republic of Korea Summit Meeting”, https://worldjpn.net/documents/texts/JPKR/20100211.O1E.html. Pdf, accessed on 18/04/2025.
415. Worldjpn.net (2019), “Chairman’s statement of the 22nd asean-japan summit”, *National Graduate Institute for Policy Studies (GRIPS), Institute for Advanced Studies on Asia (IASA)*, The University of Tokyo,

https://worldjpn.net/documents/texts/asean/20191104.D1E.html, accessed on 11/08/2025.

416. Yen Nee Lee (2019), "The Japan-South Korea dispute could push up the price of your next smartphone", *CNBC*, https://www.cnbc.com/2019/07/23/japan-south-korea-dispute-impact-on-semiconductor-supply-chain-prices.html, accessed on 16/3/2025.

417. Yonhap News Agency(29/07/2019), "Exports of cultural content rise 8.4 percent in 2018", *Yonhap news agency*. https://en.yna.co.kr/view/AEN20190729004600315?utm_source=chatgpt.com, accessed on 17/08/2025.

418. Yoon, Y-S.(2011), "Japanese royal offspring is fan of K-pop", *The Korea Times*, http://www.koreatimes.co.kr/www/news/art/2012/03/135_97450.html, accessed on 11/02/2024.

419. Yim, S.-H. (12/09/2024), "Korea, Japan, China sign memorandum on cultural exchange at trilateral ministers' meeting", *Korea JoongAng Daily*, https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2024-09-12/culture/artsDesign/Korea-Japan-China-sign-memorandum-on-cultural-exchange-at-trilateral-ministers-meeting/2133936, accessed on 24/11/2026.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1A

CÂU HỎI KHẢO SÁT LUẬN ÁN DÀNH CHO NGƯỜI HÀN QUỐC

Kính chào Quý vị!

Tôi là **Nguyễn Thị Thanh Hoa,** NCS khoa Quốc tế học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học quốc gia Hà Nội, Việt Nam! Hiện nay, tôi đang thực hiện một Khảo sát nhỏ phục vụ cho Luận án Tiến sĩ với chủ đề "Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)". Thông qua quá trình nghiên cứu, tôi nhận thấy Hàn Quốc và Nhật Bản là thị trường lớn của nhau trong việc tiếp nhận, hợp tác về lĩnh vực văn hóa hiện nay giữa hai quốc gia. Vì vậy, nghiên cứu của tôi cũng nhằm tìm hiểu rõ nét hơn mức độ yêu thích, hài lòng, cũng như những ý kiến cá nhân trong nhận thức của người dân hai quốc gia về văn hóa của nhau. Từ đó, tôi có thể dự đoán được những xu hướng trong tương lai của Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc về Nhật Bản.

Cuộc khảo sát được tiến hành một cách ẩn danh hoàn toàn, chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu, không chia sẻ cho bên thứ ba. Thời gian thực hiện việc trả lời các câu hỏi chỉ mất từ 5-10 phút. Quý vị Khảo sát vui lòng trả lời thẳng thắn dựa trên quan điểm và trải nghiệm cá nhân.

Các câu trả lời của bạn mang đến một nguồn tư liệu đáng quý, thiết thực cho Luận án của tôi.

Chân thành cảm ơn sự đồng hành của Quý vị!

I) THÔNG TIN NGƯỜI THAM GIA KHẢO SÁT:

1. Nghề nghiệp của bạn là gì?

A) Nhà nghiên cứu, Chuyên gia
B) Giáo viên
C) Sinh viên, Học sinh
D) Nhà báo
E) Nhân viên kinh doanh
F) Nhân viên văn phòng
G) Nhân viên truyền thông, tiếp thị
H) Làm việc tự do
I) Khác:…

2. Trong các nhóm tuổi sau đây, bạn thuộc nhóm tuổi nào?

A) Nhỏ hơn 18 tuổi

B) Từ 18-25 tuổi

C) Từ 26-35 tuổi

D) Từ 36- 45 tuổi

E) Trên 45 tuổi

3. Xin cho biết giới tính của bạn?

A) Nam giới

B) Nữ giới

C) Giới tính khác: …

4. Bạn hiện đang sống ở đâu?

……

II) SỰ TIẾP NHẬN VĂN HÓA

5. Sự nhận thức về các loại văn hóa truyền thống Nhật Bản của bạn

(Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không quan tâm

2: Không biết

3: Có nghe đến

4: Biết

5: Biết rõ)

	Không quan tâm	Không biết	Có nghe đến	Biết	Biết rõ
Di sản văn hóa					
Ẩm thực truyền thống					
Trang phục Kimono, Yukata					
Đền Shinto					
Shiro-Lâu đài Nhật Bản					

Nihon-teien- Vườn Nhật					
Sado -Trà đạo					
Thư pháp- Shodo					
Ikebana- Nghệ thuật cắm hoa					
Origami- Nghệ thuật gấp giấy					
Kabuki - Kịch truyền thống					
Noh - Kịch mặt nạ					
Bunraku- Kịch rối					
Gagaku - Nhạc cung đình cổ					

6. Sự nhận thức về các loại văn hóa đại chúng Nhật Bản của bạn
(Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về sự việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không quan tâm
2: Không biết
3: Có nghe đến
4: Biết
5: Biết rõ)

	Không quan tâm	Không biết	Có nghe đến	Biết	Biết rõ
Âm nhạc (J-Pop)					
Manga - Truyện tranh					
Anime - Phim hoạt hình					
Super Mario					
Pokemon					
Final Fantasy					
Street Fighter					
Monster Hunter					

7. Mức độ yêu thích của bạn với các loại hình văn hóa truyền thống Nhật Bản sau (Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không thích tý nào
2: Không thích
3: Bình thường
4: Thích
5: Rất thích)

	Không thích tý nào	Không thích	Bình thường	Thích	Rất thích
Di sản văn hóa					
Ẩm thực truyền thống					
Trang phục Kimono, Yukata					
Đền Shinto					
Shiro-Lâu đài Nhật Bản					
Nihon-teien-Vườn Nhật					
Sado -Trà đạo					
Thư pháp- Shodo					
Ikebana- Nghệ thuật cắm hoa					
Origami- Nghệ thuật gấp giấy					
Kabuki - Kịch truyền thống					
Noh - Kịch mặt nạ					
Bunraku- Kịch rối					
Gagaku - Nhạc cung đình cổ					

8. Mức độ yêu thích của bạn đối với các loại hình văn hóa đại chúng Nhật Bản sau (Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không thích tý nào
2: Không thích
3: Bình thường
4: Thích
5: Rất thích)

	Không thích tý nào	Không thích	Bình thường	Thích	Rất thích
Âm nhạc (J-Pop)					
Manga- Truyện tranh					
Anime-Phim hoạt hình					
Super Mario					
Pokemon					
Final Fantasy					
Street Fighter					
Monster Hunter					

9. Tần suất xem các loại hình văn hóa đại chúng Nhật Bản sau của bạn

(Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không bao giờ
2: Hiếm khi (1-2 lần/ năm)
3: Thỉnh thoảng (1-2 lần/ tháng)
4: Đôi khi (1 lần/ tuần)
5: Thường xuyên (2-3 lần/tuần)
6: Rất thường xuyên (Hầu như mỗi ngày)
7: Luôn luôn (Nhiều lần/ngày)

	Không bao giờ	Hiếm khi (1-2 lần/ năm)	Thỉnh thoảng (1-2 lần/ tháng)	Đôi khi (1lần/ tuần)	Thường xuyên (2-3 lần/tuần)	Rất thường xuyên (Hầu như mỗi ngày)	Luôn luôn (Nhiều lần/ngày)
Âm nhạc (J-Pop)							
Manga-Truyện tranh							
Anime-Phim hoạt hình							
Super Mario							
Pokemon							
Final Fantasy							
Street Fighter							
Monster Hunter							

10. Khi xem phim ảnh, truyện tranh, tiết mục âm nhạc, trang phục hay phát ngôn nghệ sĩ … trong văn hóa Nhật Bản có những thông tin chưa chính xác về lịch sử, con người, quốc gia Hàn Quốc, bạn sẽ làm gì? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Không thích Nhật Bản nữa
B. Đưa ra những nhận xét phản đối qua mạng xã hội
C. Không quan tâm đến văn hóa Nhật Bản nữa
D. Không đi du lịch Nhật Bản
E. Vẫn xem bình thường vì quan tâm nội dung tổng thể
F. Không tiếp tục xem thể loại đó nhưng vẫn thưởng thức những thể loại văn hóa khác
G. Khác: …

11. Từ 2003 - 2024, bạn đã du lịch đến Nhật Bản bao nhiêu lần?

A. Không bao giờ
B. Hiếm khi (1-2 lần/ năm)
C. Thỉnh thoảng (1-2 lần/tháng)
D. Đôi khi (1 lần/tuần)

12. Lý do bạn thích đi du lịch đến Nhật Bản? (Có thể chọn nhiều phương án)

A. Tìm hiểu các di sản văn hóa Nhật Bản
B. Đến thăm những địa điểm du lịch có liên quan đến phim ảnh/âm nhạc/Anime/manga Nhật Bản
C. Tham dự các buổi biểu diễn của nhóm nhạc Nhật Bản
D. Tham quan, mua sắm các vật phẩm văn hóa Nhật Bản
E. Thưởng thức ẩm thực truyền thống Nhật Bản
F. Thưởng thức các hình thức nghệ thuật biểu diễn của Nhật Bản
G. Thưởng ngoạn kiến trúc và không gian văn hóa Nhật Bản
H. Thưởng thức các hình thức nghệ thuật tạo hình và thủ công Nhật Bản
I. Khác: ….

II) ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG CỦA QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC VÀ NHẬT BẢN

13. Từ năm 2003 -2024, bạn có tham gia Lễ hội giao lưu văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản không?

A. Không bao giờ
B. Hiếm khi (1-2 lần/ năm)
C. Thỉnh thoảng (1-2 lần/tháng)
D. Đôi khi (1 lần/tuần)

14. Nếu có, bạn đánh giá mức độ truyền bá văn hóa truyền thống thông qua Lễ hội văn hóa Hàn Quốc - Nhật Bản như thế nào? (không bắt buộc)

Không tốt tý nào	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt

15. Bộ phim hợp tác giữa Hàn Quốc và Nhật Bản nào sau đây bạn đã xem? (Có thể chọn nhiều phương án)

A. Shiri
B. Khu vực an ninh chung (Joint Security Area)
C. Những người bạn (Friends)
D. Cây thiên đường (Three of Heaven)
E. Seri Telecinema 7
F. Butterfly Sleep
G. Momories of dead end
H. Drive my car
I. The Ghost Station
J. Eye love you
K. Khác: …

16. Bạn đánh giá bộ phim/những bộ phim hợp tác sản xuất phim giữa Hàn Quốc và Nhật Bản thế nào? (không bắt buộc)

Không tốt tý nào	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt

17. Bạn biết nhóm nhạc hợp tác giữa Hàn Quốc và Nhật Bản nào dưới đây? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. TWICE
B. IZ*ONE
C. Khác

18. Bạn đánh giá việc hợp tác về âm nhạc giữa Hàn Quốc và Nhật Bản thế nào? (không bắt buộc)

Không tốt tý nào	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt

19. Bạn đánh giá quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản hiện nay thế nào?

Không tốt tý nào	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt

IV) TÁC ĐỘNG VÀ SỰ ẢNH HƯỞNG LẪN NHAU TRONG QUAN HỆ VĂN HÓA

20. Theo bạn, sự giao lưu, hợp tác trong quan hệ văn hóa góp phần vào điều gì sau đây? (Có thể lựa chọn nhiều đáp án)

A. Tăng trưởng kinh tế
B. Gia tăng sự hiểu biết lẫn nhau
C. Tạo nên sự thiện cảm cho quốc gia đối tác
D. Hòa giải các vấn đề lịch sử
E. Không có sự tác động rõ rệt
F. Khác: …

21. Các yếu tố nào tác động đến quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Vị thế văn hóa trên thế giới của mỗi quốc gia
B. Lợi ích kinh tế của mỗi quốc gia
C. An ninh chính trị không ổn định của khu vực
D. Hàn Quốc và Nhật Bản đều là đồng minh của Hoa Kỳ
E. Vấn đề liên quan lịch sử
F. Khác: …

22. Lợi ích khi xây dựng và duy trì quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đối với bạn là? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Cơ hội để học hỏi lẫn nhau
B. Góp phần làm phong phú đời sống tinh thần người dân
C. Thúc đẩy lợi ích về kinh tế với việc xuất khẩu văn hóa
D. Cải thiện thái độ người dân trong việc giải quyết các vấn về lịch sử
E. Khác: …

23. Quá trình tăng cường quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản cũng có một số tác động gì sau đây? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Ảnh hưởng đến việc giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc
B. Giảm tính cạnh tranh thị trường của công nghiệp văn hóa mỗi quốc gia
C. Mang tính hình thức vì còn thiếu các thể chế hợp tác rõ ràng, minh bạch
D. Khác: …

24. Bạn cho rằng các yếu tố lịch sử ảnh hưởng đến sự hợp tác văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản như thế nào?

A. Gây cản trở nhiều
B. Có sự ảnh hưởng, nhưng không đáng kể
C. Hầu như không ảnh hưởng
D. Không ảnh hưởng

V. TRIỂN VỌNG TƯƠNG LAI

25. Trong tương lai, bạn mong muốn Chính phủ sẽ đặt trọng tâm hợp tác văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản ở phương diện nào? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Truyền hình, điện ảnh
B. Âm nhạc
C. Lễ hội giao lưu văn hóa
D. Bảo tồn di sản văn hóa
E. Du lịch văn hóa
F. Khác: …

26. Bạn nghĩ người dân hai nước Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ đóng vai trò gì trong quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Cầu nối quan trọng trong việc thấu hiểu lẫn nhau
B. Lực lượng tiêu thụ sản phẩm góp phần vào kinh tế hai nước
C. Nguy cơ gây xung đột nếu có bất đồng về chính trị với nước đối tác
D. Vai trò không rõ ràng
E. Khác: …

27. Bạn nghĩ xu hướng quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong tương lai là gì?

A. Hợp tác và cạnh tranh cân bằng

B. Hợp tác mạnh hơn so với cạnh tranh

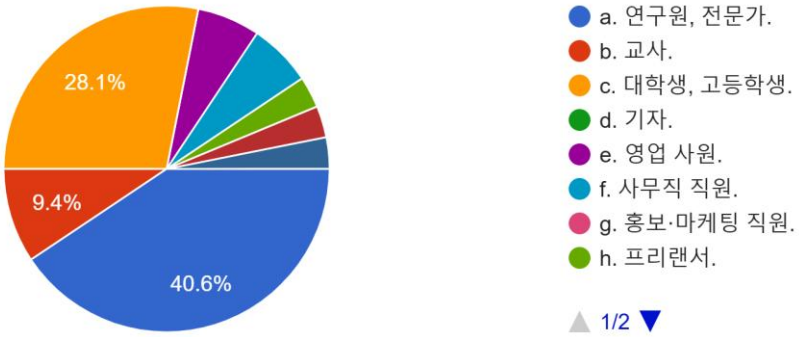
C. Cạnh tranh mạnh hơn so với hợp tác

D. Khó đoán, phụ thuộc vào tình hình chính trị

PHỤ LỤC 1B - KẾT QUẢ CỦA PHỤ LỤC 1A

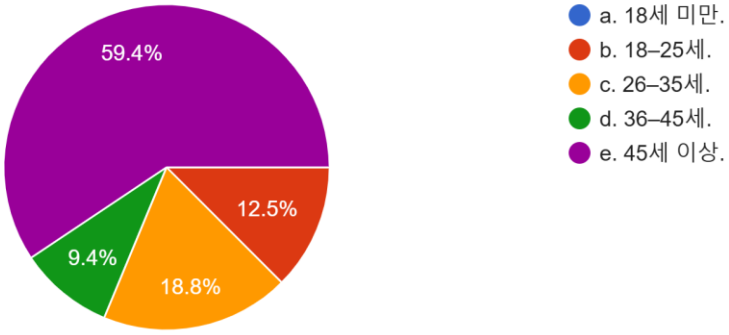
1) 귀하의 직업은 무엇입니까?

32 responses



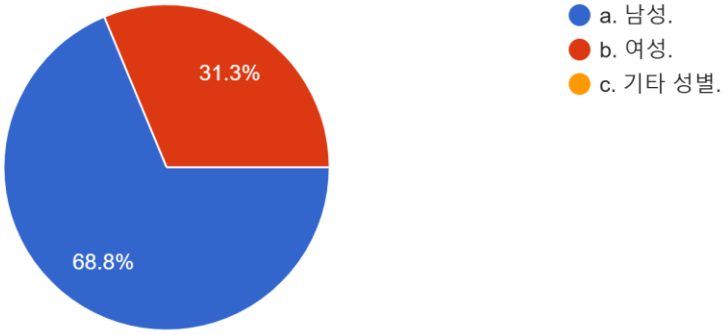
2) 다음 연령대 중 귀하는 어느 연령대에 해당하십니까?

32 responses



3) 귀하의 성별은 무엇입니까?

32 responses



4. 현재 거주하시는 곳은 어디입니까 (도시/국가)**?** 32 responses

호치민

도쿄 일본

부산/한국

베트남 호치민

베트남 호치민시

한국 부산

도쿄/일본

서울 / 대한민국

Tp.Hcm

한국/부산

서울/한국

부산

포항

Hà Nội

대한민국

은평구

호치민 베트남

부산|한국

동경

베트남

서울

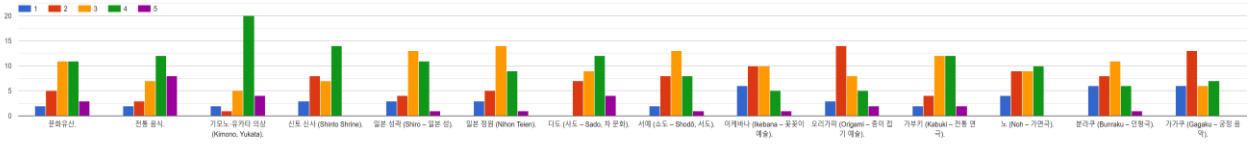
일본

Ho chi minh city

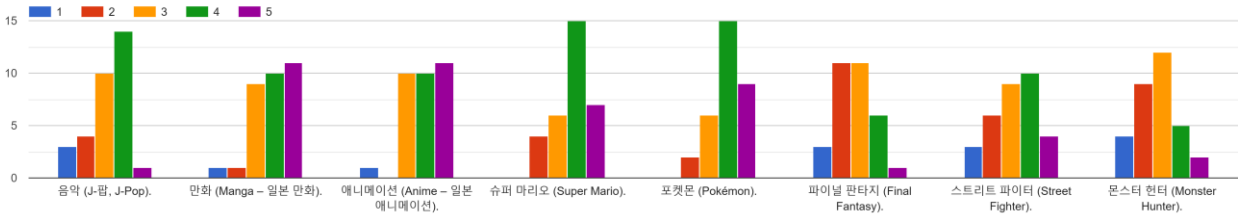
부산/대한민국

Busan, Hàn Quốc

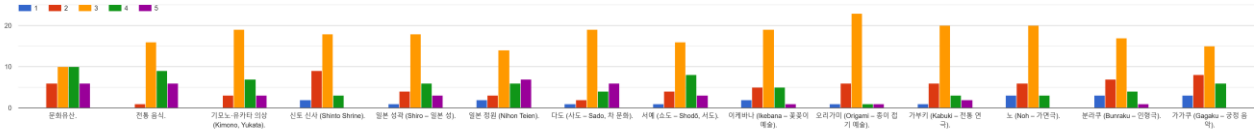
5) 귀하의 일본 전통 문화 유형에 대한 인식. (이 문항은 문화 수용 정도를 묻는 질문입니다. 아래 척도를 참고하시어 귀하의 경험과 인식에 가장 적합한 수준에 표시해 주시기 바랍니다): 1: 알고는 있지만 관심이 없음 2: 모름. 3: 들어본 적 있음. 4: 알고 있음. 5: 잘 알고 있음.



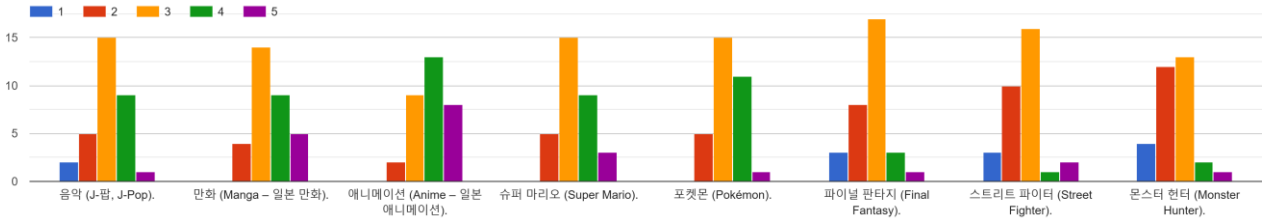
6) 귀하의 일본 대중문화 유형에 대한 인식. (이 문항은 문화 수용 정도를 묻는 질문입니다. 아래 척도를 참고하시어 귀하의 경험과 인식에 가장 적합한 수준에 표시해 주시기 바랍니다):
1: 알고는 있지만 관심이 없음 2: 모름. 3: 들어본 적 있음. 4: 알고 있음. 5: 잘 알고 있음.



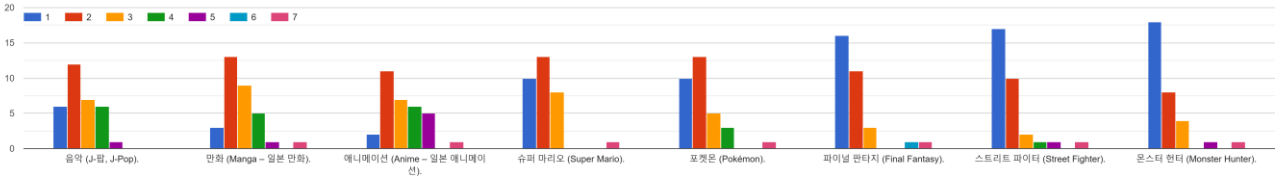
7) 귀하의 일본 전통문화 유형에 대한 선호 정도. (이 문항은 문화 수용 정도를 묻는 질문입니다. 아래 척도를 참고하시어 귀하의 경험과 인식에 가장 적합한 수준에 표시해 주시기 바랍니다): 1: 전혀 좋아하지 않음. 2: 좋아하지 않음. 3: 보통임. 4: 좋아함. 5: 매우 좋아함.



8) 귀하의 일본 대중문화 유형에 대한 선호 정도. (이 문항은 문화 수용 정도를 묻는 질문입니다. 아래 척도를 참고하시어 귀하의 경험과 인식에 가장 적합한 수준에 표시해 주시기 바랍니다): 1: 전혀 좋아하지 않음. 2: 좋아하지 않음. 3: 보통임. 4: 좋아함. 5: 매우 좋아함.

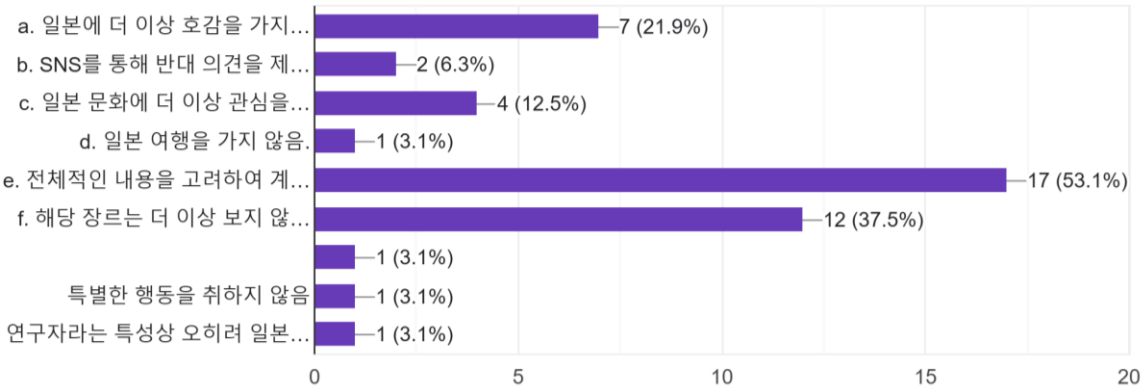


9) 귀하의 일본 대중문화 유형 시청 빈도. (이 문항은 문화 수용 정도를 묻는 질문입니다. 아래 척도를 참고하시어 귀하의 경험과 인식에 가장 적합한 수준에 표시해 주시기 바랍니다): 1: 전혀 없음. 2: 드물게 (연 1–2회). 3: 가끔 (월 1–2회). 4: 때때로 (주 1회). 5: 자주 (주 2–3회). 6: 매우 자주 (거의 매일). 7: 항상 (하루 여러 번).



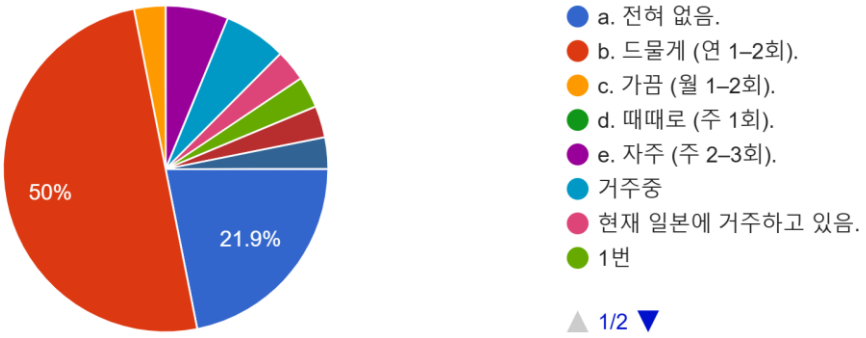
10) 일본 문화(영화, 만화, 음악 공연, 의상, 예술인 발언 등)에서 한국의 역사, 인물, 국가에 대해 부정확한 정보가 나타날 경우, 귀하는 어떻게 하시겠습니까? (복수 응답 가능).

32 responses



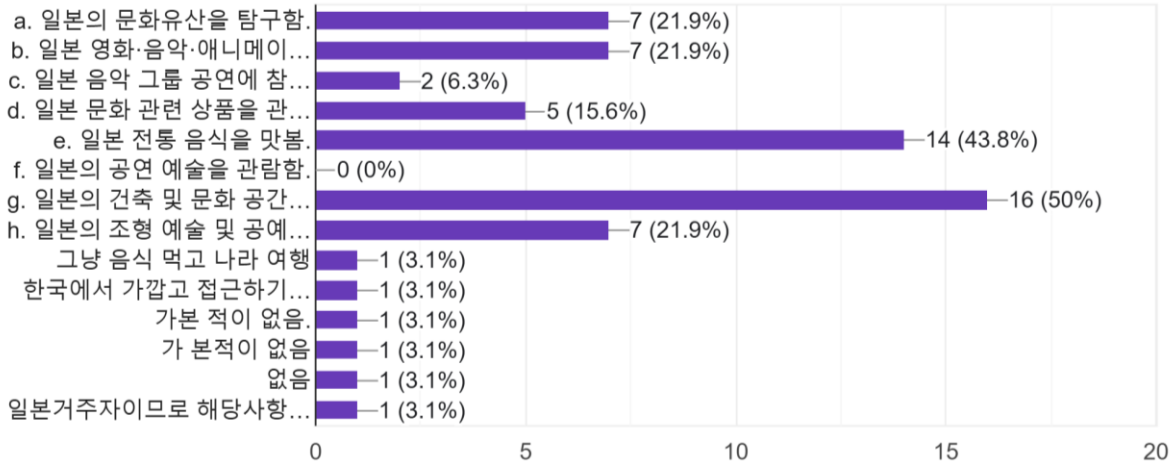
11) 2003년부터 2024년까지 귀하는 일본을 몇 번 여행하셨습니까?

32 responses



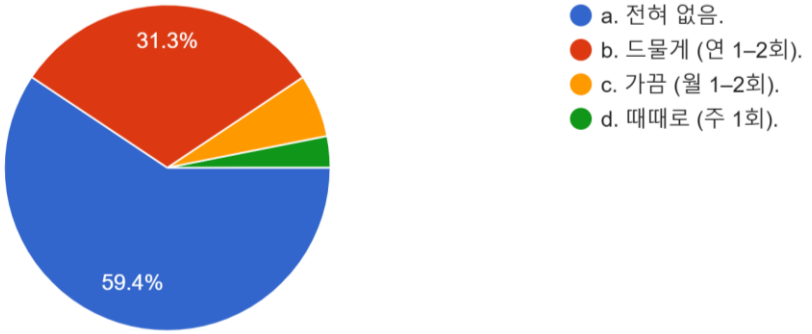
12) 귀하가 일본 여행을 선호하는 이유는 무엇입니까? (복수 응답 가능).

32 responses



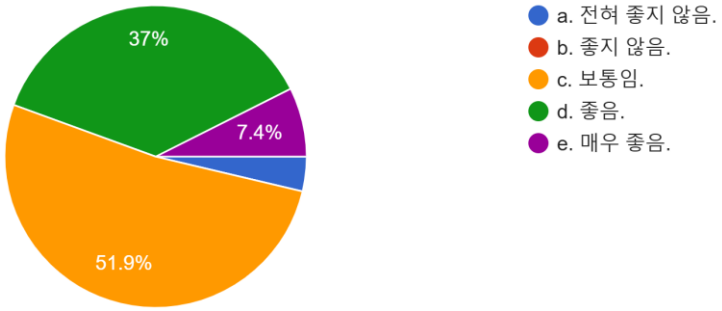
13) 2003년부터 2024년까지 귀하는 한·일 문화 교류 축제에 참여하신 적이 있습니까?

32 responses



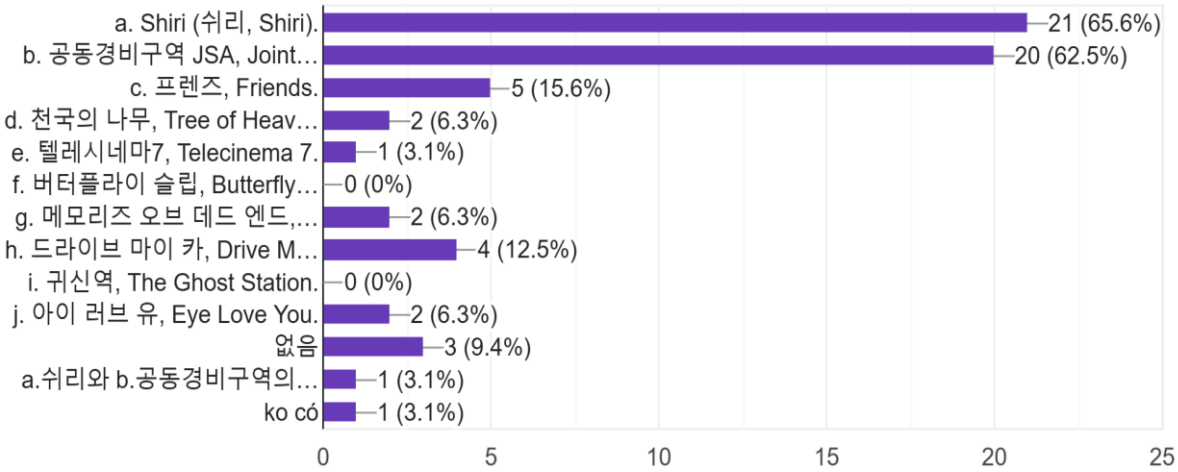
14) 귀하는 한·일 문화 축제를 통해 이루어진 문화의 확산 정도를 어떻게 평가하십니까? (이 문항은 필수 응답 사항이 아닙니다.)

27 responses

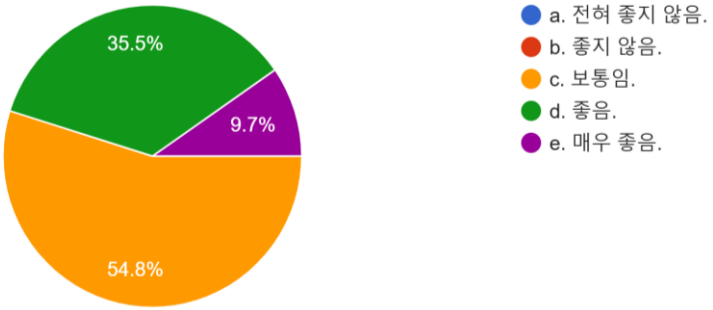


15) 다음의 한·일 합작 영화 중 귀하가 시청한 것은 무엇입니까? (복수 응답 가능).

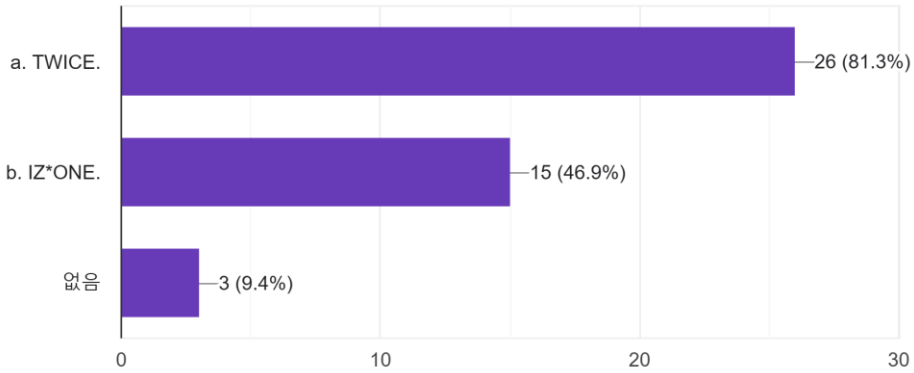
32 responses



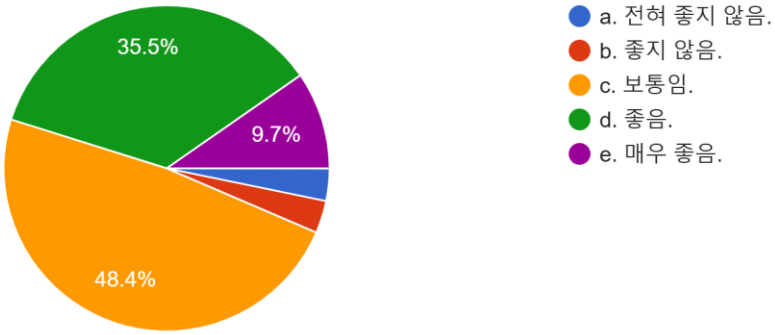
16) 귀하는 한·일 합작 영화(들)을 어떻게 평가하십니까? (이 문항은 필수 응답 사항이 아닙니다.)
31 responses



17) 다음의 한·일 합작 음악 그룹 중 귀하가 알고 있는 것은 무엇입니까 (한국인과 일본인으로 구성된 멤버들이 한국 기업 또는 일본 기업에 의해 교육·관리됨)? (복수 응답 가능).
32 responses

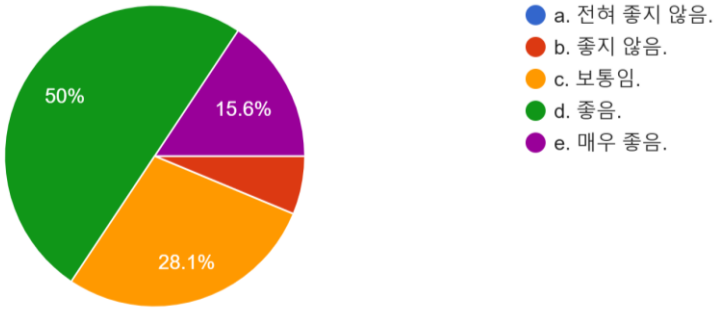


18) 귀하는 현재 한·일 문화 관계를 어떻게 평가하십니까?
31 responses



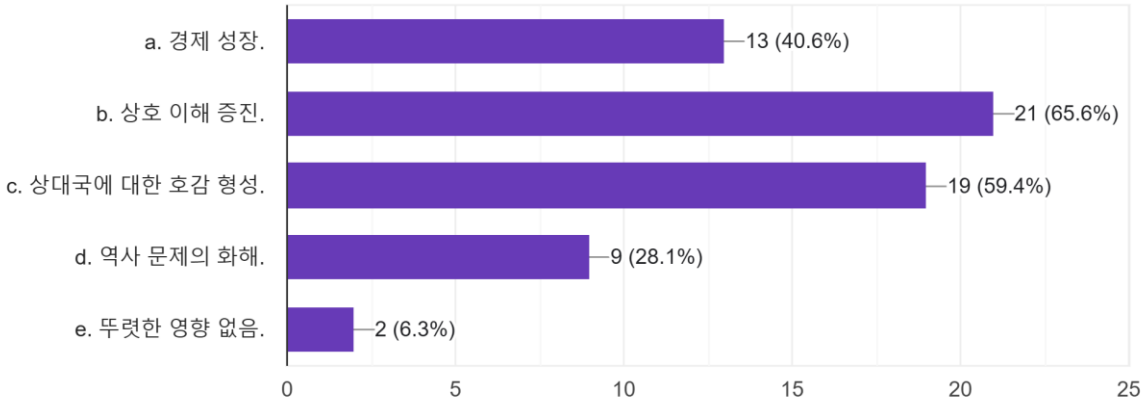
19) 귀하는 한·일 간 음악 협력에 대해 어떻게 평가하십니까? (이 문항은 필수 응답 사항이 아닙니다.)

32 responses



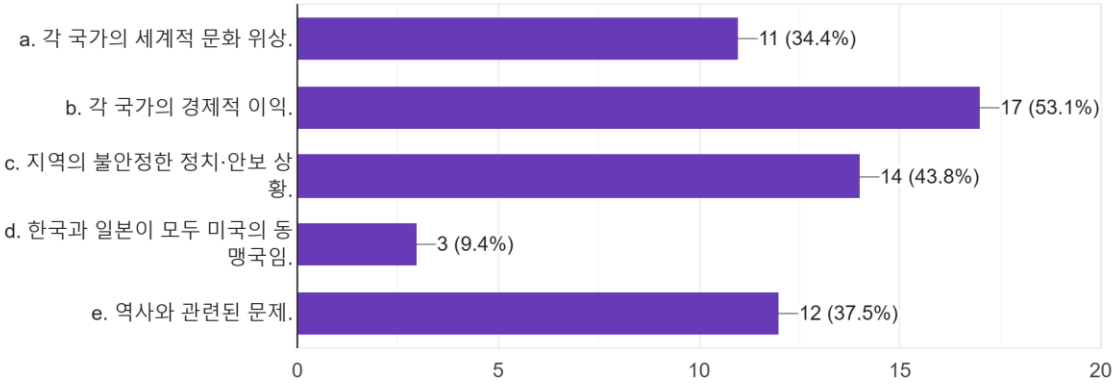
20) 귀하께서는 문화 관계에서의 교류와 협력이 다음 중 어떤 부분에 기여한다고 생각하십니까? (복수 응답 가능).

32 responses



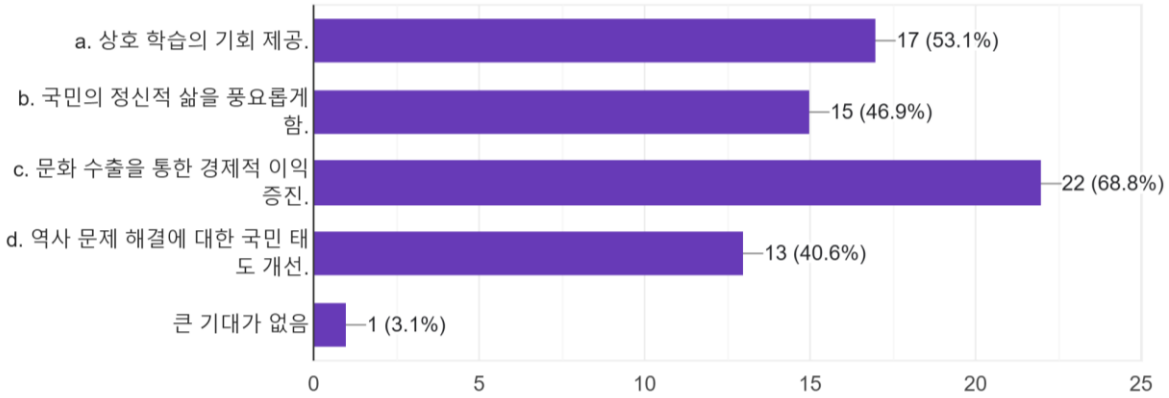
21) 귀하께서는 한·일 문화 관계에 영향을 미치는 요인이 무엇이라고 생각하십니까? (복수 응답 가능).

32 responses



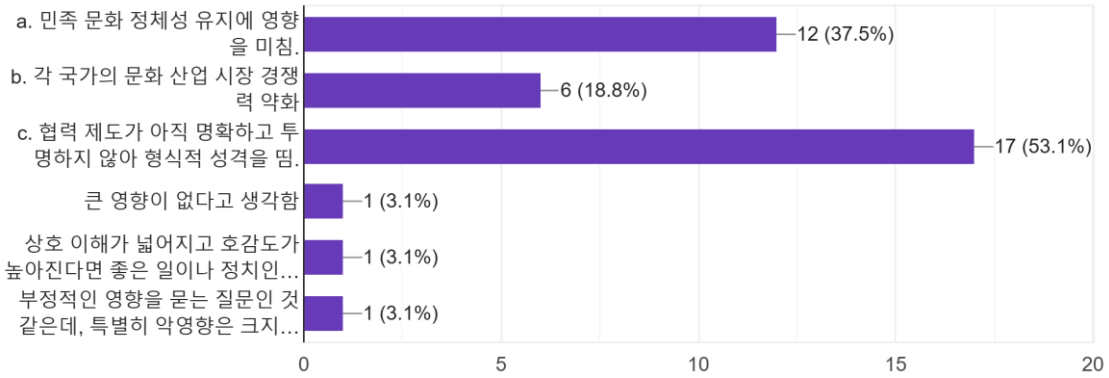
22) 귀하께서는 한·일 간 문화 관계를 구축하고 유지하는 것이 어떤 이익을 가져온다고 생각하십니까? (복수 응답 가능).

32 responses



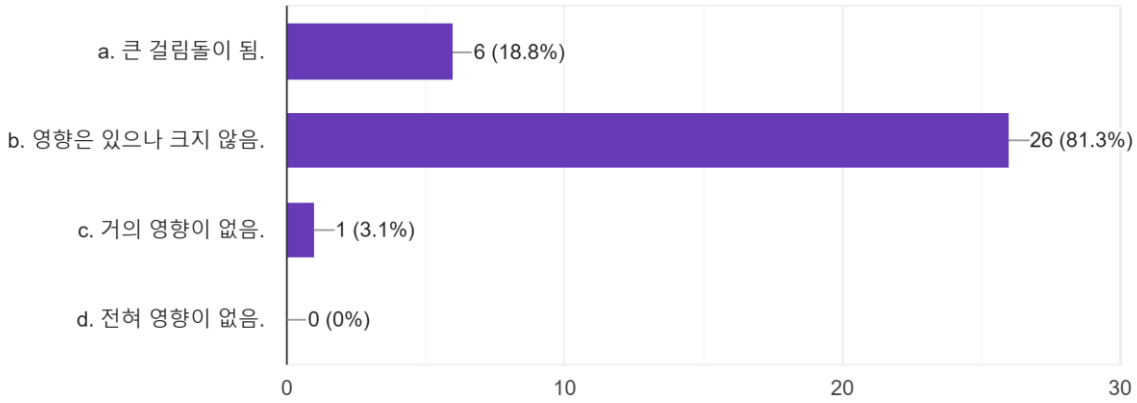
23) 한·일 간 문화 관계를 강화하는 과정에서 어떠한 영향이 발생할 수 있다고 생각하십니까?(복수 응답 가능).

32 responses



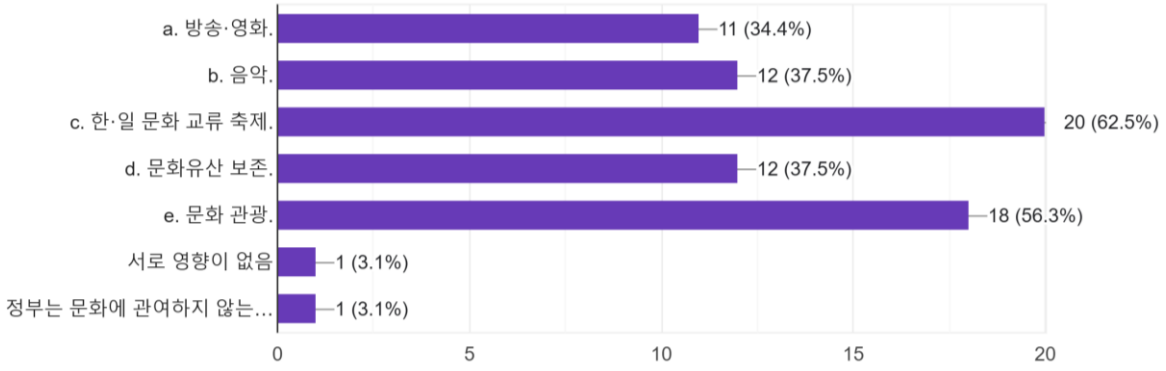
24) 귀하는 역사적 요인이 한·일 간 문화 협력에 어떤 영향을 미친다고 생각하십니까?

32 responses



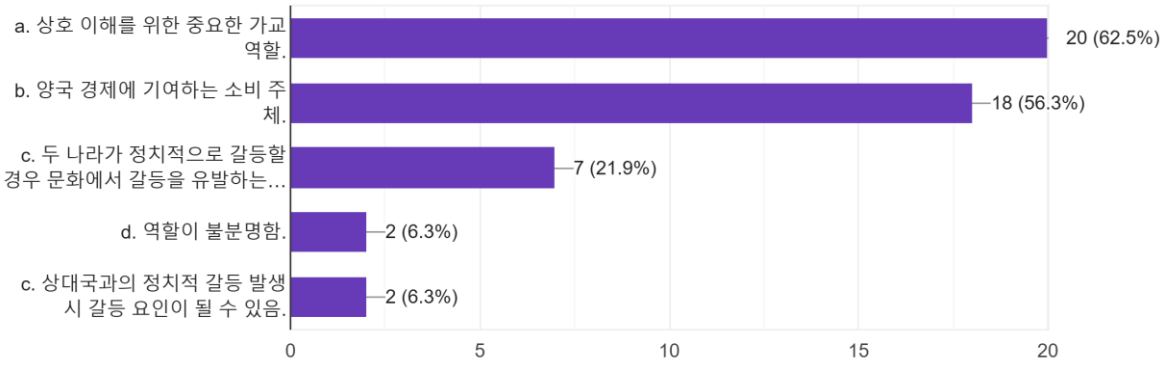
25) 앞으로 귀하는 한국과 일본 간의 문화 협력에서 정부가 어떤 분야에 중점을 두기를 희망하십니까? (복수 응답 가능).

32 responses



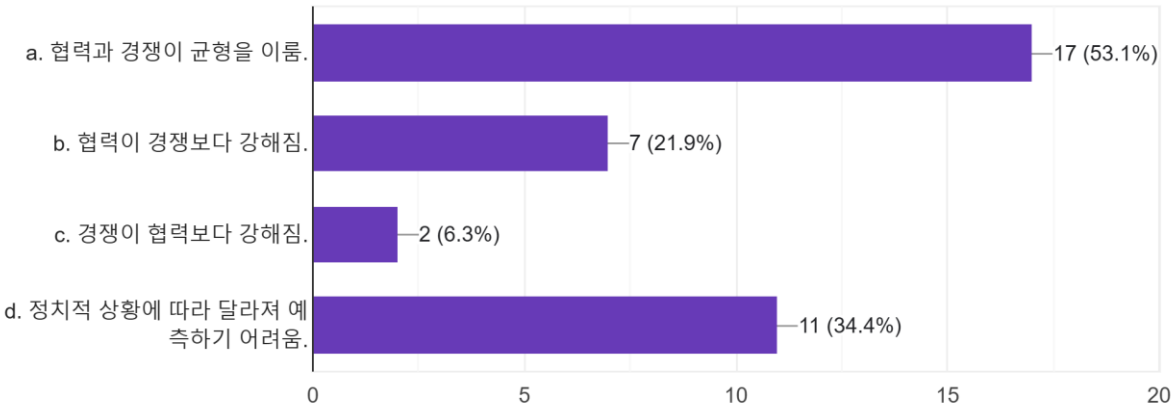
26) 귀하는 한국과 일본 국민이 양국 간 문화 관계에서 어떤 역할을 한다고 생각하십니까? (복수 응답 가능).

32 responses



27) 귀하는 향후 한·일 문화 관계의 추세가 어떻게 전개될 것이라고 생각하십니까?

32 responses



PHỤ LỤC 2A

CÂU HỎI KHẢO SÁT LUẬN ÁN DÀNH CHO NGƯỜI NHẬT BẢN

Kính chào Quý vị!

Tôi là **Nguyễn Thị Thanh Hoa,** NCS khoa Quốc tế học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học quốc gia Hà Nội, Việt Nam! Hiện nay, tôi đang thực hiện một Khảo sát nhỏ phục vụ cho Luận án Tiến sĩ với chủ đề "Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024). Thông qua quá trình nghiên cứu, tôi nhận thấy Hàn Quốc và Nhật Bản là thị trường lớn của nhau trong việc tiếp nhận, hợp tác về trong lĩnh vực văn hóa hiện nay giữa hai quốc gia. Vì vậy, nghiên cứu của tôi cũng nhằm tìm hiểu rõ nét hơn mức độ yêu thích, hài lòng, cũng như những ý kiến cá nhân trong nhận thức của người dân hai quốc gia về văn hóa của nhau. Từ đó, tôi có thể dự đoán được những xu hướng phát triển trong tương lai của Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc về Nhật Bản.

Cuộc khảo sát được tiến hành một cách ẩn danh hoàn toàn, chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu, không chia sẻ cho bên thứ ba. Thời gian thực hiện việc trả lời các câu hỏi chỉ mất từ 5-10 phút. Quý vị Khảo sát vui lòng trả lời thẳng thắn dựa trên quan điểm và trải nghiệm cá nhân.

Các câu trả lời của bạn mang đến một nguồn tư liệu đáng quý, thiết thực cho Luận án của tôi.

Chân thành cảm ơn sự đồng hành của Quý vị!

I) THÔNG TIN NGƯỜI THAM GIA KHẢO SÁT:

1. Nghề nghiệp của bạn là gì?

A. Nhà nghiên cứu, Chuyên gia
B. Giáo viên
C. Sinh viên, Học sinh
D. Nhà báo
E. Nhân viên kinh doanh
F. Nhân viên văn phòng
G. Nhân viên truyền thông, tiếp thị
H. Làm việc tự do
I. Khác:…

2. Trong các nhóm tuổi sau đây, bạn thuộc nhóm tuổi nào?

A. Nhỏ hơn 18 tuổi

B. Từ 18-25 tuổi

C. Từ 26-35 tuổi

D. Từ 36- 45 tuổi

E. Trên 45 tuổi

3. Xin cho biết giới tính của bạn?

A. Nam giới

B. Nữ giới

C. Giới tính khác: …

4. Bạn hiện đang sống ở đâu?

……

II) SỰ TIẾP NHẬN VĂN HÓA

5. Sự nhận thức về các loại văn hóa truyền thống Hàn Quốc của bạn

(Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không quan tâm

2: Không biết

3: Có nghe đến

4: Biết

5: Biết rõ)

	Không quan tâm	Không biết	Có nghe đến	Biết	Biết rõ
Di sản văn hóa					
Ẩm thực truyền thống					
Trang phục Hanbok					
Seollal-Tết nguyên đán					
Chuseok-Tết trung thu					
Jongmyo Jerye-Nghi lễ hoàng gia					

Jeongak-Nhạc cũng đình					
Minyo-Nhạc dân gian					
Nhạc cụ truyền thống					
Pansori-Hát kể chuyện					
Talchum-Múa mặt nạ					
Samulnori-Nhạc cụ gõ truyền thống					
Nongak-âm nhạc lĩnh vực nông nghiệp					
Buchaechum-Múa quạt					

6. Sự tiếp nhận các loại văn hóa đại chúng Hàn Quốc của bạn

(Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không quan tâm

2: Không biết

3: Có nghe đến

4: Biết

5: Biết rõ)

	Không quan tâm	Không biết	Có nghe đến	Biết	Biết rõ
Âm nhạc (K-Pop)					
Truyền hình, phim ảnh (K-drama & Cinema)					
Running Man					
Infinity Challenge					
Knowing Brothers					
Produce 101					
Girls Planet 999					
Queendom					

7. Mức độ yêu thích của bạn với các loại hình văn hóa truyền thống Hàn Quốc sau (Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không thích tý nào

2: Không thích

3: Bình thường

4: Thích

5: Rất thích)

	Không thích tý nào	Không thích	Bình thường	Thích	Rất thích
Di sản văn hóa					
Ẩm thực truyền thống					
Trang phục Hanbok					
Seollal-Tết nguyên đán					
Chuseok-Tết trung thu					
Jongmyo Jerye-Nghi lễ hoàng gia					
Jeongak-Nhạc cũng đình					
Minyo-Nhạc dân gian					
Nhạc cụ truyền thống					
Pansori-Hát kể chuyện					
Talchum-Múa mặt nạ					
Samulnori-Nhạc cụ gõ truyền thống					
Nongak-âm nhạc lĩnh vực nông nghiệp					
Buchaechum-Múa quạt					

8. Mức độ yêu thích của bạn với các loại hình văn hóa đại chúng Hàn Quốc sau (Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không thích tý nào

2: Không thích

3: Bình thường

4: Thích

5: Rất thích)

	Không thích tý nào	Không thích	Bình thường	Thích	Rất thích
Âm nhạc (K-Pop)					
Truyền hình, phim ảnh (K-drama & Cinema)					
Running Man					
Infinity Challenge					
Knowing Brothers					
Produce 101					
Girls Planet 999					
Queendom					

9. Tần suất xem các loại hình văn hóa đại chúng Hàn Quốc sau của bạn
(Câu hỏi này sẽ đưa ra các mức độ về việc tiếp nhận văn hóa. Quý vị vui lòng **đánh dấu mức độ phù hợp nhất** với cảm nhận của bản thân theo thang điểm sau

1: Không bao giờ

2: Hiếm khi (1-2 lần/ năm)

3: Thỉnh thoảng (1-2 lần/ tháng)

4: Đôi khi (1 lần/ tuần)

5: Thường xuyên (2-3 lần/tuần)

6: Rất thường xuyên (Hầu như mỗi ngày)

7: Luôn luôn (Nhiều lần/ngày)

	Không bao giờ	Hiếm khi (1-2 lần/ năm)	Thỉnh thoảng (1-2 lần/tháng)	Đôi khi (1lần/tuần)	Thường xuyên (2-3 lần/tuần)	Rất thường xuyên (Hầu như mỗi ngày)	Luôn luôn (Nhiều lần/ngày)
Âm nhạc (K-Pop)							
Truyền hình, phim ảnh (K-drama & Cinema)							
Running Man							
Infinity Challenge							
Knowing Brothers							
Produce 101							
Girls Planet 999							
Queendom							

10. Khi xem phim ảnh, truyện tranh, tiết mục âm nhạc, trang phục hay phát ngôn nghệ sĩ … trong văn hóa Hàn Quốc có những thông tin chưa chính xác về lịch sử, con người, quốc gia Nhật Bản, bạn sẽ làm gì? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Không thích Hàn Quốc nữa
B. Đưa ra những nhận xét phản đối qua mạng xã hội
C. Không quan tâm đến văn hóa Hàn Quốc nữa
D. Không đi du lịch Hàn Quốc
E. Vẫn xem bình thường vì quan tâm nội dung tổng thể
F. Không tiếp tục xem thể loại đó nhưng vẫn thưởng thức những thể loại văn hóa khác
G. Khác: …

11. Từ 2003 - 2024, bạn đã du lịch đến Hàn Quốc bao nhiêu lần?

A. Không bao giờ
B. Hiếm khi (1-2 lần/ năm)
C. Thỉnh thoảng (1-2 lần/tháng)
D. Đôi khi (1 lần/tuần)

12. Lý do bạn thích đi du lịch đến Hàn Quốc? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Tìm hiểu các di sản văn hóa Hàn Quốc
B. Đến thăm những địa điểm du lịch có liên quan đến phim ảnh/âm nhạc Hàn Quốc
C. Tham dự các buổi biểu diễn của nhóm nhạc Hàn Quốc
D. Tham quan, mua sắm các vật phẩm văn hóa Hàn Quốc
E. Thưởng thức ẩm thực truyền thống Hàn Quốc
F. Tham gia các Nghi lễ và Lễ hội truyền thống Hàn Quốc
G. Thưởng thức các hình thức nghệ thuật biểu diễn của Hàn Quốc
H. Khác: ….

III) ĐÁNH GIÁ HIỆN TRANG CỦA QUAN HỆ VĂN HÓA GIỮA HÀN QUỐC VÀ NHẬT BẢN

13. Từ năm 2003 -2024, bạn có tham gia Lễ hội giao lưu văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản không?

A. Không bao giờ

B. Hiếm khi (1-2 lần/ năm)

C. Thỉnh thoảng (1-2 lần/tháng)

D. Đôi khi (1 lần/tuần)

14. Nếu có, bạn đánh giá mức độ truyền bá văn hóa thông qua Lễ hội văn hóa Hàn Quốc - Nhật Bản như thế nào? (không bắt buộc)

Không tốt tý nào	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt

15. Bộ phim hợp tác giữa Hàn Quốc và Nhật Bản nào sau đây bạn đã xem? (Có thể chọn nhiều phương án)

A. Shiri

B. Khu vực an ninh chung (Joint Security Area)

C. Những người bạn (Friends)

D. Cây thiên đường (Three of Heaven)

E. Seri Telecinema 7

F. Butterfly Sleep

G. Momories of dead end

H. Drive my car

I. The Ghost Station

J. Eye love you

K. Khác: …

16. Nếu có, bạn đánh giá bộ phim/ những bộ phim hợp tác sản xuất phim giữa Hàn Quốc và Nhật Bản thế nào? (không bắt buộc)

Không tốt tý nào	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt

17. Nhóm nhạc hợp tác giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (các thành viên gồm cả người Hàn và người Nhật, được đào tạo và quản lý bởi công ty Hàn hoặc công ty Nhật) nào dưới đây mà bạn biết? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. TWICE

B. IZ*ONE

C. Khác: …

18. Nếu có, bạn đánh giá việc hợp tác về âm nhạc giữa Hàn Quốc và Nhật Bản thế nào? (Không bắt buộc)

Không tốt tý nào	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt

19. Bạn đánh giá quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản hiện nay thế nào?

Không tốt tý nào	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt

IV) TÁC ĐỘNG VÀ SỰ ẢNH HƯỞNG LẪN NHAU TRONG QUAN HỆ VĂN HÓA

20. Theo bạn, sự giao lưu, hợp tác trong quan hệ văn hóa góp phần vào điều gì sau đây? (Có thể lựa chọn nhiều đáp án)

A. Tăng trưởng kinh tế

B. Gia tăng sự hiểu biết lẫn nhau

C. Tạo nên sự thiện cảm cho quốc gia đối tác

D. Hòa giải các vấn đề lịch sử

E. Không có sự tác động rõ rệt

F. Khác: …

21. Các yếu tố tác động đến quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản là gì? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Vị thế văn hóa trên thế giới của mỗi quốc gia

B. Lợi ích kinh tế của mỗi quốc gia

C. An ninh chính trị không ổn định của khu vực

D. Nhật Bản và Hàn Quốc là đồng minh của Hoa Kỳ

E. Khác: ..

22. Lợi ích khi xây dựng và duy trì quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đối với bạn là? (Có thể lựa chọn nhiều đáp án)

A. Cơ hội để học hỏi lẫn nhau

B. Góp phần làm phong phú đời sống tinh thần người dân

C. Thúc đẩy lợi ích về kinh tế với việc xuất khẩu văn hóa

D. Cải thiện thái độ người dân trong việc giải quyết các vấn về lịch sử

E. Khác: …

23. Trong quá trình đẩy mạnh quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản những mặt tác động tiêu cực nào có thể xảy ra? (Có thể chọn nhiều phương án)

A. Ảnh hưởng đến việc giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc

B. Có thể đánh mất ưu thế, nét đặc trưng gây nên giảm tính cạnh tranh thị trường của công nghiệp văn hóa mỗi quốc gia

C. Mang tính hình thức vì còn thiếu các thể chế hợp tác rõ ràng, minh bạch

D. Khác: …

24. Bạn cho rằng các yếu tố lịch sử ảnh hưởng đến sự hợp tác văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản như thế nào?

A. Gây cản trở nhiều

B. Có sự ảnh hưởng, nhưng không đáng kể

C. Hầu như không ảnh hưởng

D. Không ảnh hưởng

V. TRIỂN VỌNG TƯƠNG LAI

25. Trong tương lai, bạn mong muốn Chính phủ sẽ đặt trọng tâm hợp tác văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản ở phương diện nào? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Truyền hình, điện ảnh

B. Âm nhạc

C. Lễ hội giao lưu văn hóa

D. Bảo tồn di sản văn hóa

E. Du lịch văn hóa

F. Khác: …

26. Bạn nghĩ người dân hai nước Hàn Quốc và Nhật Bản sẽ đóng vai trò gì trong quan hệ văn hóa giữa hai quốc gia? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

A. Cầu nối quan trọng trong việc thấu hiểu lẫn nhau

B. Lực lượng tiêu thụ sản phẩm góp phần vào kinh tế hai nước

C. Lực lượng gây xung đột trong văn hóa nếu hai quốc gia có bất đồng về chính trị

D. Vai trò không rõ ràng

E. Khác: …

27. Bạn nghĩ xu hướng quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong tương lai là gì?

A. Hợp tác và cạnh tranh cân bằng

B. Hợp tác mạnh hơn so với cạnh tranh

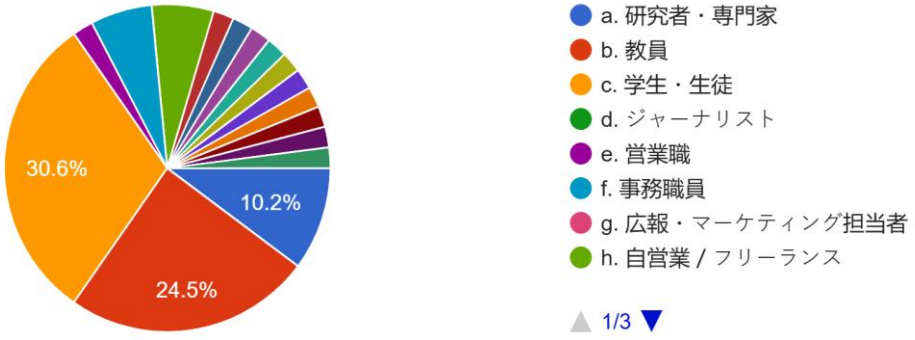
C. Cạnh tranh mạnh hơn so với hợp tác

D. Khó đoán, phụ thuộc vào tình hình chính trị

PHỤ LỤC 2B - KẾT QUẢ CỦA PHỤ LỤC 2A

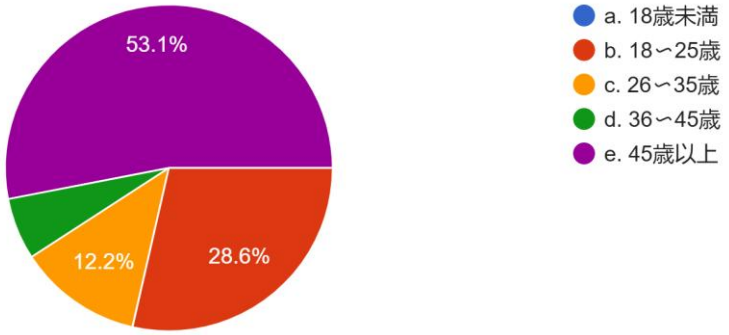
1) ご職業についてお聞かせください。

49 responses



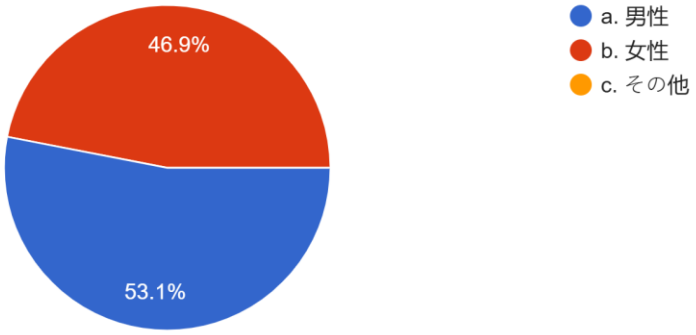
2) 以下の年齢層の中で、あなたはどのグループに属しますか。

49 responses



3) ご性別についてお聞かせください。

49 responses



4) 現在お住まいの地域についてお聞かせください。 49 responses

東京

東京都

日本

ベトナム

神奈川県

埼玉県

日本　東京都

ホーチミン市1区

長野市

ベトナム・ダナン市

日本 50% / ベトナム 50%

Thành phố Hồ Chí Minh

愛知県

三重県

ベトナム、ホーチミン市

横浜

日本・東京

タイ

海外

ホーチミン市

津市

Tỉnh Mie, NB

千葉県

横浜市

横浜市港南区

日本・岡山県

兵庫

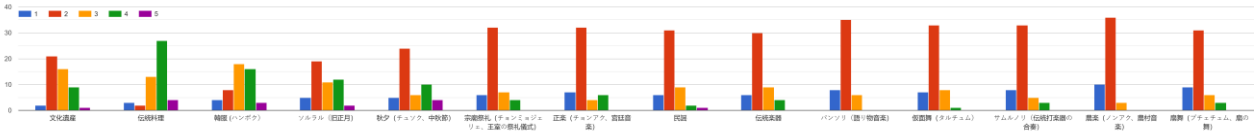
日本国東京都

福島県

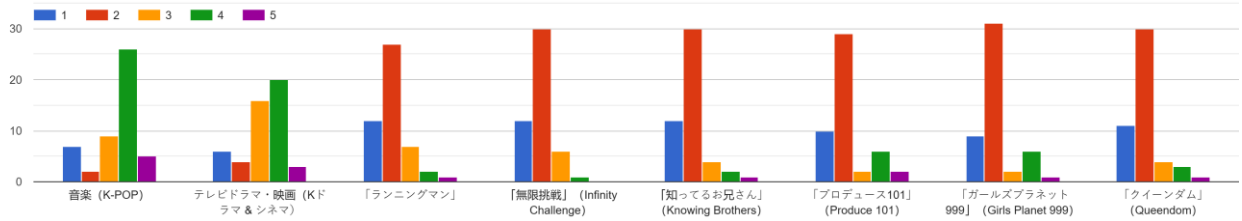
三重県

タイ王国バンコク都

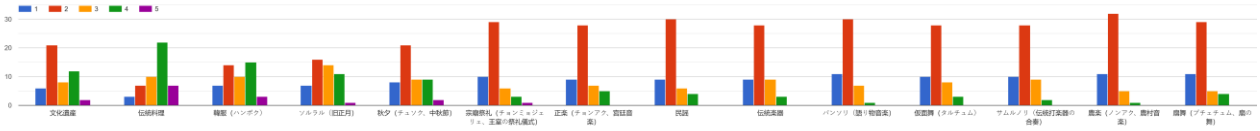
5) 韓国の伝統文化に対するご認識についてお聞かせください。 (本質問では、文化受容の程度についてお伺いします。以下の尺度に基づき、ご自身のお考えに最も当てはまるものをお選びください。) 1. 関心がない 2. 知らない 3. 聞いたことがある 4. 知っている 5. よく知っている



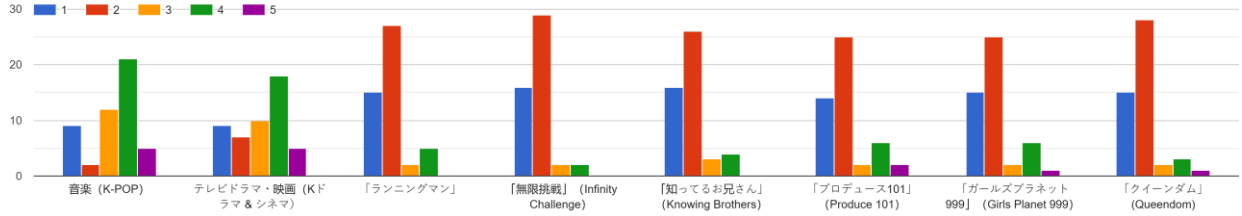
6) 韓国の大衆文化に対するご受容についてお聞かせください。 (本質問では、文化受容の程度についてお伺い... 知らない 3. 聞いたことがある 4. 知っている 5. よく知っている



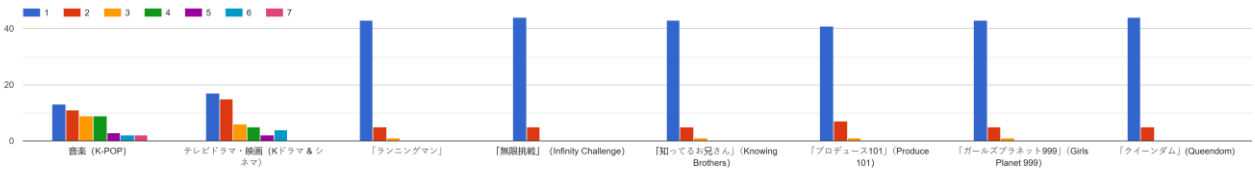
7) 韓国の伝統文化に対するご嗜好の程度についてお聞かせください。 (本質問では、文化受容の程度についてお伺いします。以下の尺度に基づき、ご自身のお考えに最も当てはまるものをお選びください。) 1. 関心がない 2. 知らない 3. 聞いたことがある 4. 知っている 5. よく知っている



8) 韓国の大衆文化に対するご嗜好の程度についてお聞かせください。 (本質問では、文化受容の程度につい.... 知らない 3. 聞いたことがある 4. 知っている 5. よく知っている



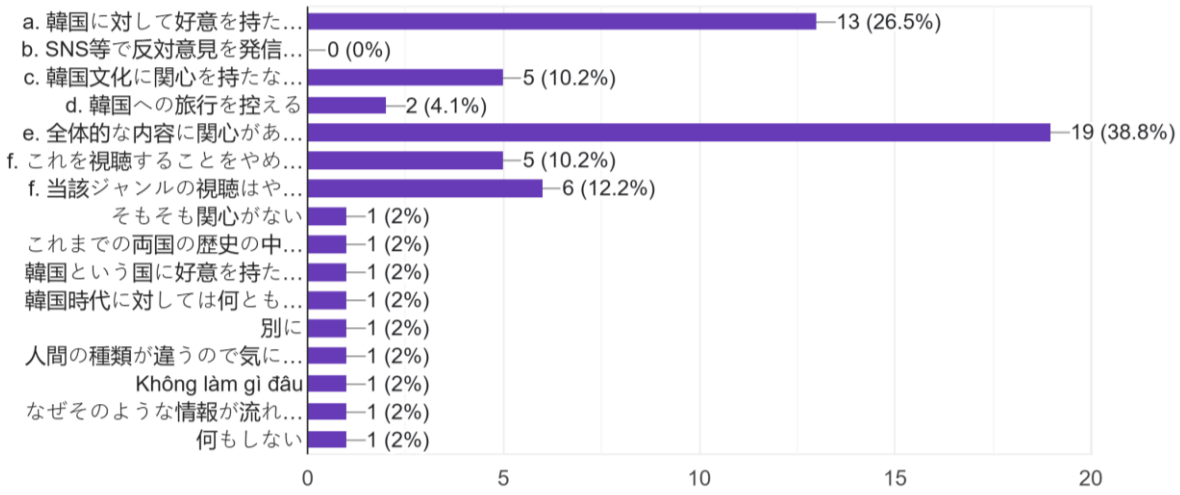
9) 韓国の大衆文化に対するご視聴頻度についてお聞かせください。 (本質問では、文化受容の程度についてお伺いします。以下の尺度に基づき、ご自身のお考えに最も当てはまるものをお選びください。) 1. 全くない 2. まれに（年に1～2回程度） 3. 時々（月に1～2回程度） 4. たまに（週1回程度） 5. 頻繁に（週2～3回程度） 6. 非常に頻繁に（ほぼ毎日） 7. 常に（1日に複数回）



10)

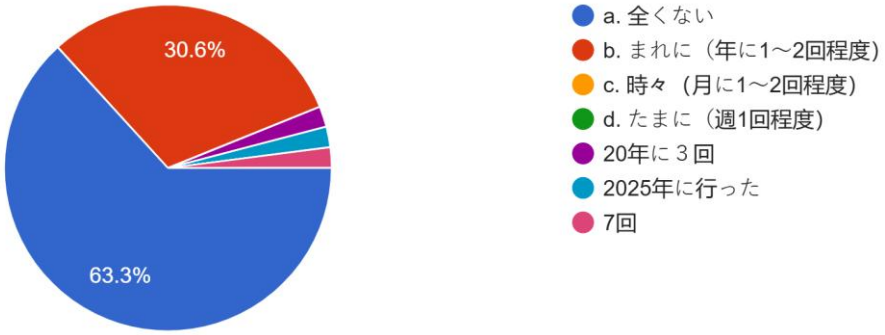
韓国の映画、漫画、音楽、公演、衣装、または芸...なたはどのように対応されますか（複数回答可）

49 responses



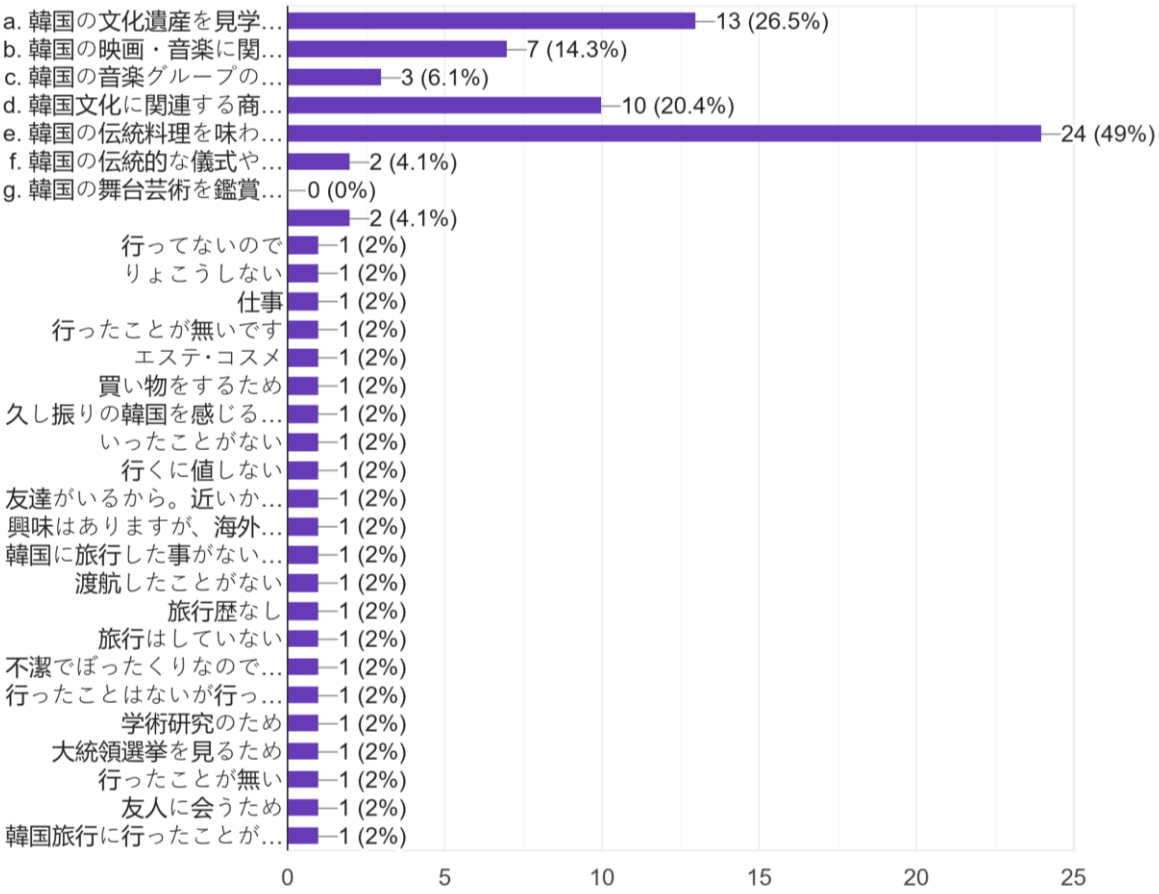
11) 2003年から2024年までの間に、韓国へ旅行された回数はどの程度ありますか。

49 responses



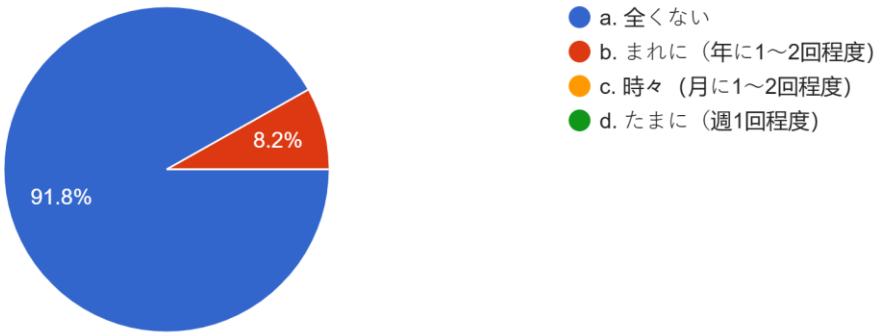
12) 韓国への旅行を好まれる理由は何ですか。(複数回答可)

49 responses

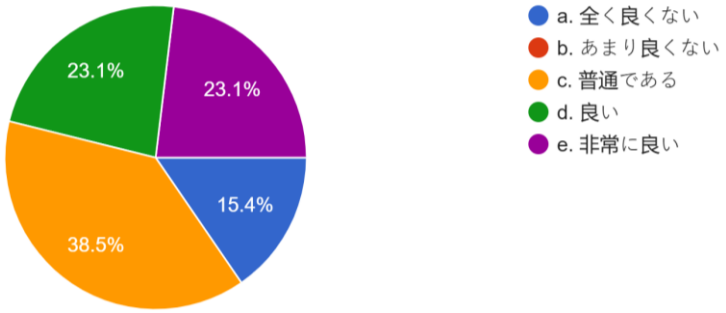


13) 2003年から2024年までの間に、韓日文化交流祭りに参加されたことはありますか。

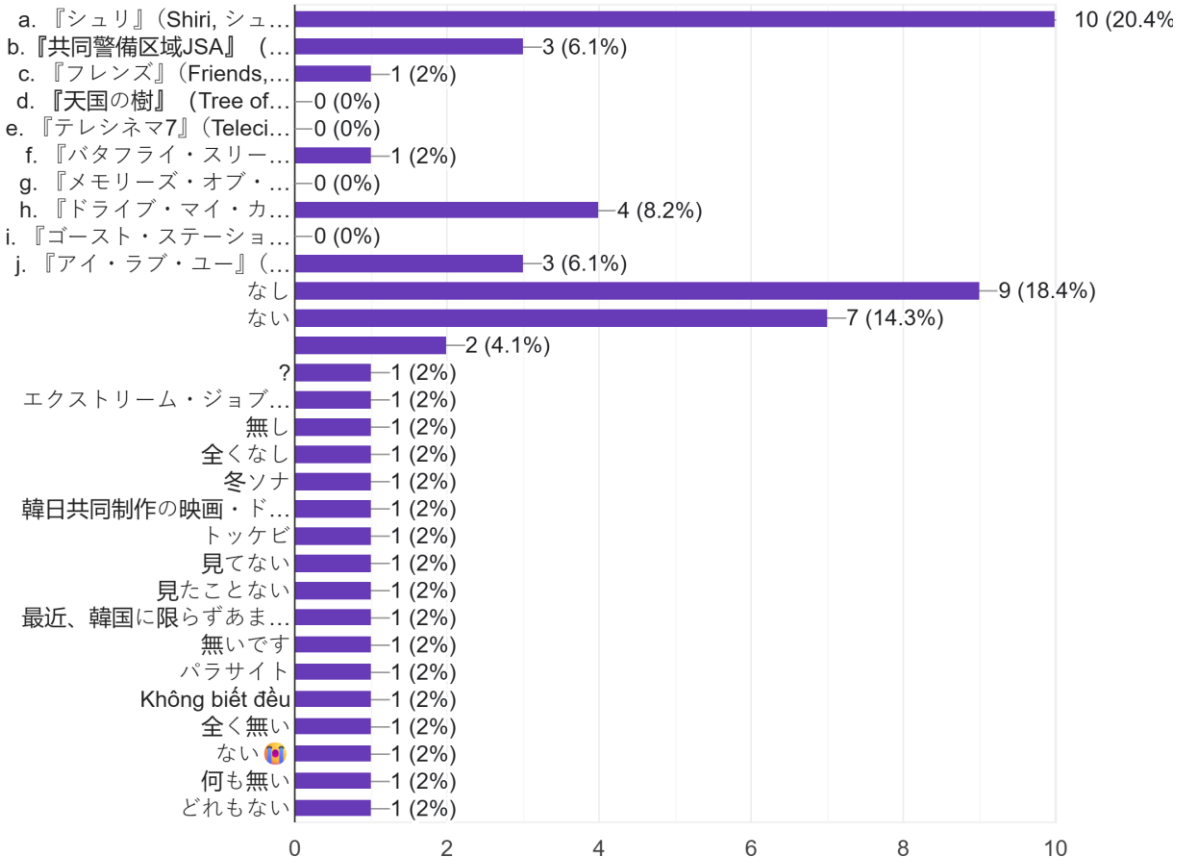
49 responses



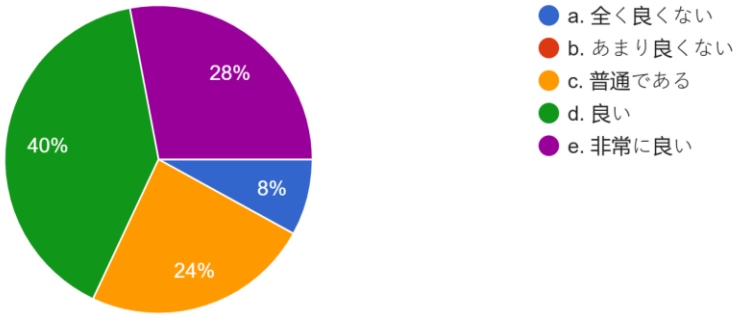
14) 参加された場合、韓日文化交流祭りを通じ...化の普及度について、どのように評価されますか。
13 responses



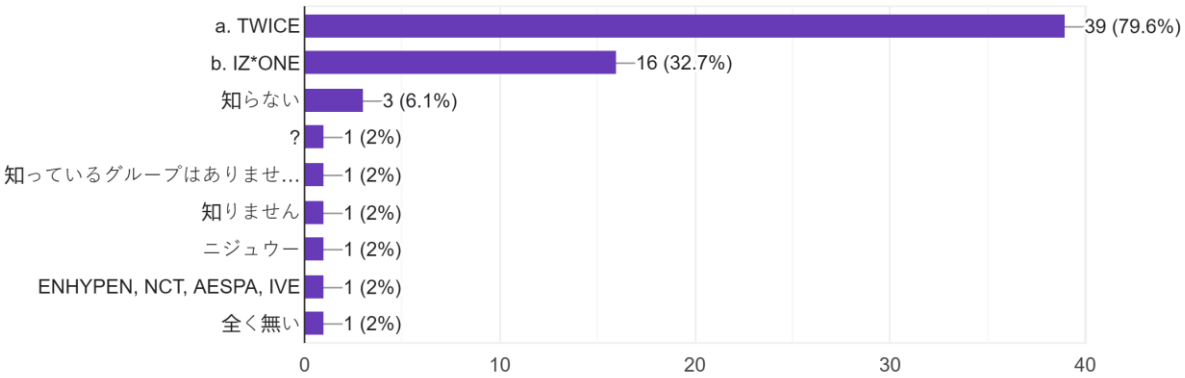
15) 次のうち、韓日共同制作の映画・ドラマでご...たことがあるものはどれですか。(複数回答可)
49 responses



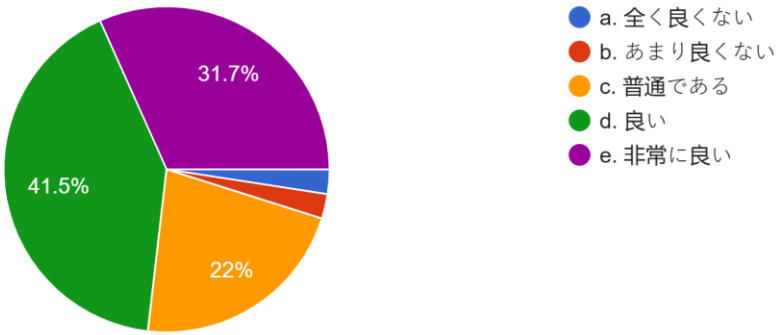
16) ご覧になった場合、韓日共同制作の映画・ドラマについて、どのように評価されますか。
25 responses



17) 次のうち、韓日合同の音楽グループでご存じのものはどれですか
(韓国人および日本人のメンバーで構成され、韓国ま...って養成・管理されている)。（複数回答可）
49 responses

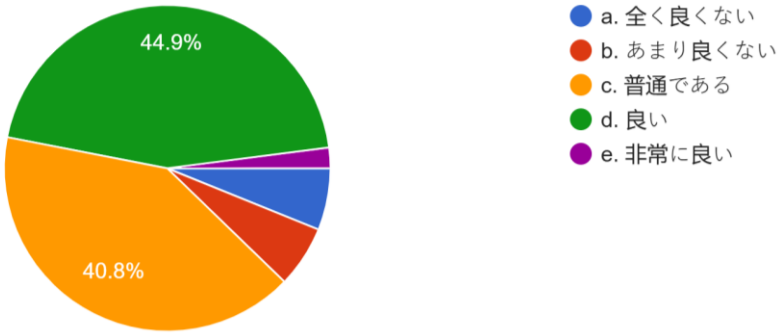


18) ご存じの場合、韓日間の音楽における協力について、どのように評価されますか 。
41 responses



19) 現在の韓日間の文化関係について、どのように評価されますか。

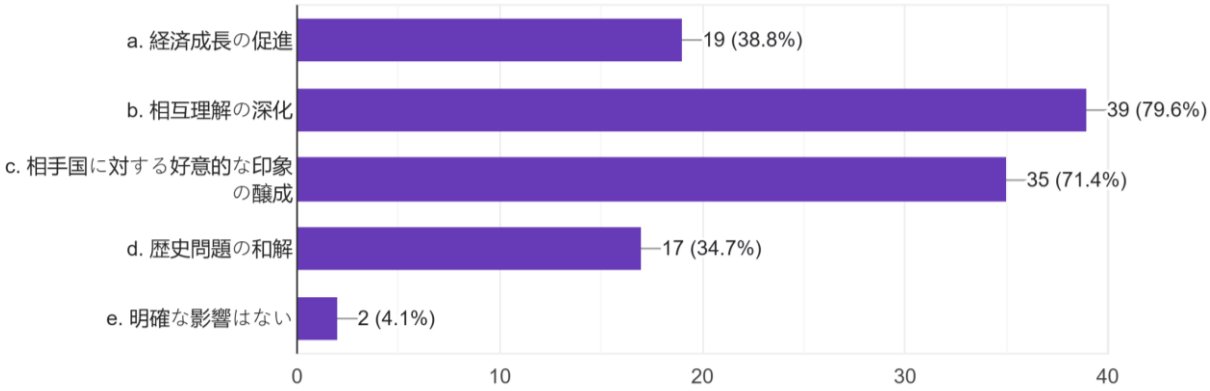
49 responses



20)

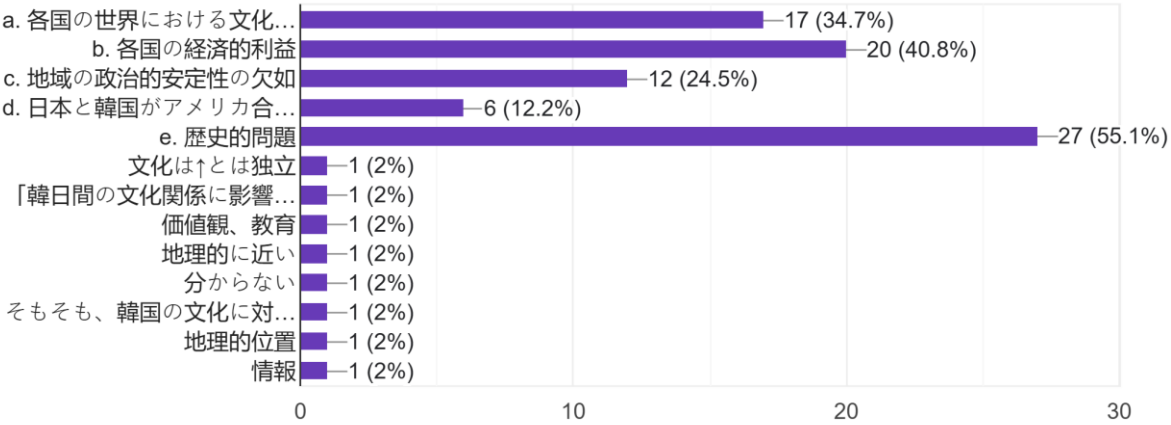
あなたのお考えでは、文化関係における交流・協力...何に寄与するとお考えですか。(複数回答可)

49 responses

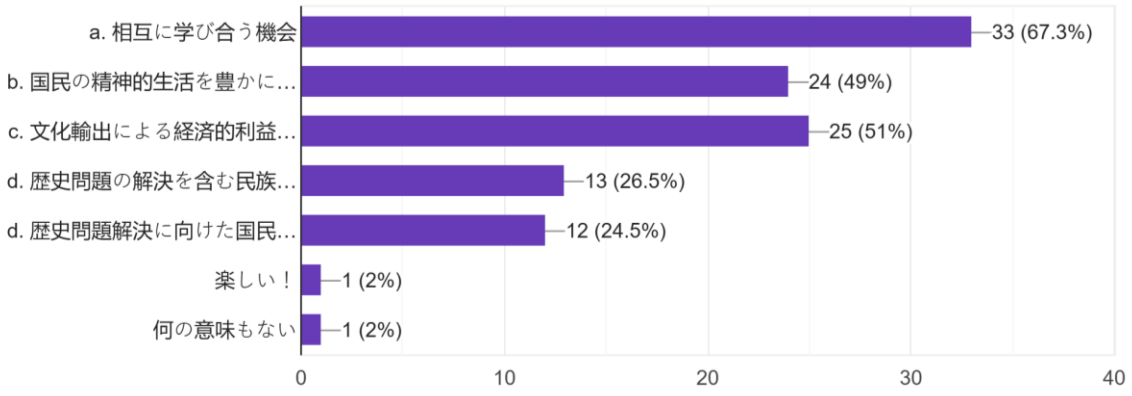


21) 韓日間の文化関係に影響を与える要因は何だとお考えですか。(複数回答可)

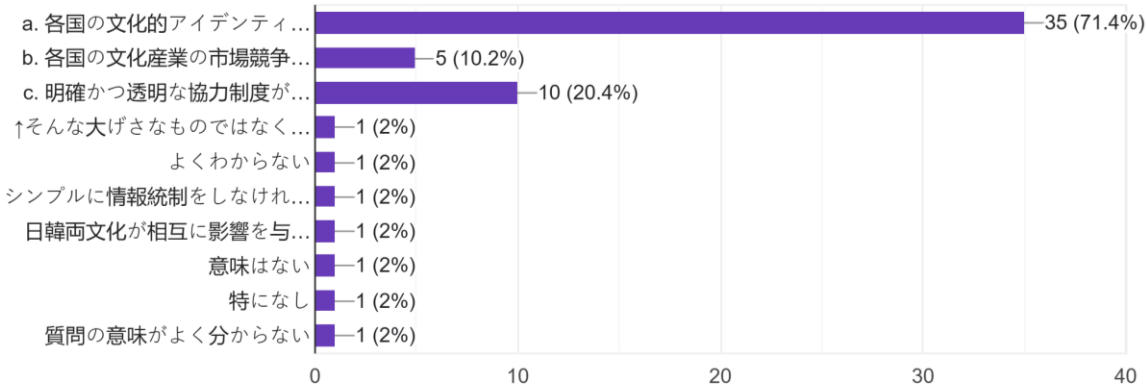
49 responses



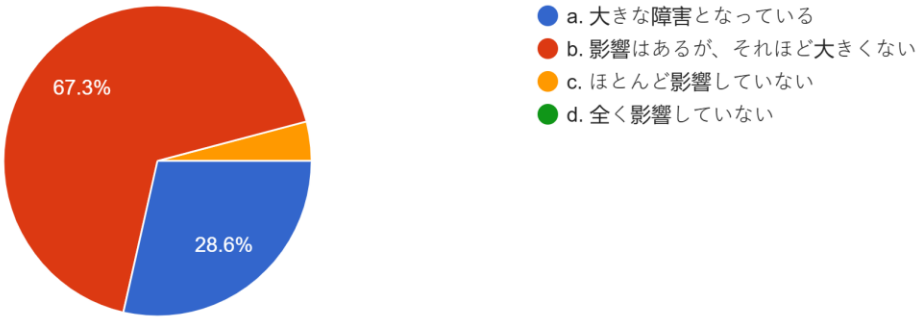
22)
韓日間の文化関係を構築・維持することによる利点...にとって何だとお考えですか。(複数回答可)
49 responses



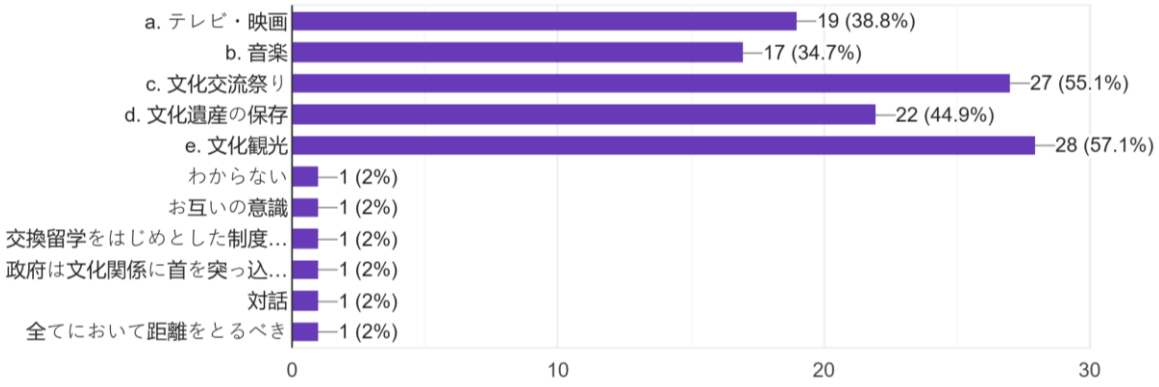
23)
韓日間の文化関係を構築・維持することによる結果...ようなものだとお考えですか。(複数回答可)
49 responses



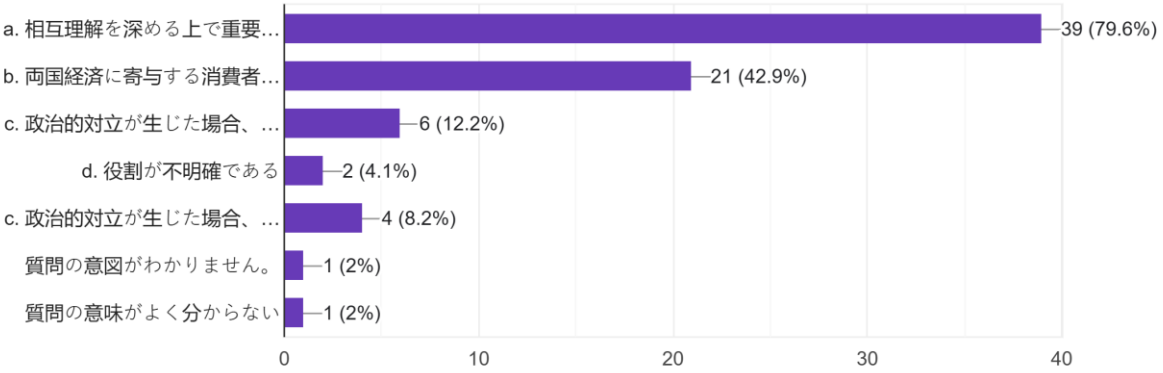
24) 歴史的要因が韓日間の文化協力にどのような影響を与えているとお考えですか。
49 responses



25)
将来において、韓日間の文化協力について政府が重...分野はどれだとお考えですか。(複数回答可)
49 responses



26) 韓国と日本の国民は、両国間の文化関係にお...な役割を果たすとお考えですか。(複数回答可)
49 responses



27) 将来における韓日間の文化関係の傾向は、どのようになるとお考えですか。
49 responses

PHỤ LỤC 3A

Kính chào Quý thầy cô!

Tôi là Nguyễn Thị Thanh Hoa, NCS khoa Quốc tế học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học quốc gia Hà Nội, Việt Nam! Hiện nay, tôi đang thực hiện Luận án Tiến sĩ với chủ đề "Quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản (2003 - 2024)".

Qua quá trình nghiên cứu, tôi nhận thấy rằng Hàn Quốc và Nhật Bản đóng vai trò là những thị trường văn hóa trọng điểm của nhau, đồng thời duy trì các hoạt động trao đổi và hợp tác sâu rộng trong nhiều lĩnh vực văn hóa. Do đó, nghiên cứu này hướng đến việc tìm hiểu sâu hơn mức độ quan tâm, mức độ hài lòng và nhận thức của người dân hai nước đối với văn hóa của nhau. Những kết quả thu được kỳ vọng sẽ góp phần nhận diện và làm rõ các xu hướng tương lai trong quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản.

Để đạt được mục tiêu này, tôi mong muốn nhận được những ý kiến và quan điểm chuyên môn từ các học giả và chuyên gia uy tín trong lĩnh vực liên quan. Câu trả lời của quý thầy cô mang đến một nguồn tư liệu đáng quý, thiết thực cho Luận án của tôi.

Chân thành cảm ơn sự hỗ trợ của Quý thầy cô!

I) THÔNG TIN NGƯỜI TRẢ LỜI

Họ và tên (Không bắt buộc):

Công việc hiện tại:

Nơi công tác:

II) THÔNG TIN CÂU HỎI

1) Thầy/cô đánh giá như thế nào về những đặc điểm cốt lõi trong chiến lược phát triển văn hóa của Hàn Quốc giai đoạn 2003-2024?

2) Thầy/cô đánh giá ra sao về những đặc điểm chủ đạo trong chiến lược phát triển văn hóa của Nhật Bản giai đoạn 2003-2024?

3) Theo quan điểm của Thầy/cô, đâu là những điểm tương đồng và khác biệt giữa chiến lược phát triển văn hóa của Hàn Quốc và Nhật Bản trong giai đoạn 2003-2024?

4) Thầy/cô đánh giá như thế nào về mức độ tiếp nhận văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong giai đoạn 2003-2024?*(Văn hóa truyền thống có thể bao gồm: di sản văn hóa, lễ hội, nghi lễ, nghệ thuật truyền thống; văn hóa đại chúng có thể bao gồm: điện ảnh, âm nhạc, truyện tranh, hoạt hình và trò chơi điện tử.)*

5) Thầy/cô đánh giá ra sao về mức độ hợp tác trong lĩnh vực văn hóa truyền thống và văn hóa đại chúng giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong giai đoạn 2003-2024?*(Văn hóa truyền thống: di sản văn hóa, lễ hội, nghi lễ, nghệ thuật truyền thống; văn hóa đại chúng: điện ảnh, âm nhạc, truyện tranh, hoạt hình và trò chơi điện tử.)*

6) Theo thầy/cô, những yếu tố chủ yếu nào đã ảnh hưởng đến quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong giai đoạn 2003-2024?

7) Thầy/cô nhận định thế nào về tác động của quan hệ văn hóa Hàn-Nhật đối với nền kinh tế của mỗi quốc gia trong giai đoạn 2003-2024?

8) Thầy/cô cho rằng quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản đã ảnh hưởng như thế nào đến quá trình phát triển văn hóa của mỗi nước trong giai đoạn 2003-2024?

9) Theo quan điểm của Thầy/cô, triển vọng phát triển của quan hệ văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản trong tương lai sẽ như thế nào?

……..

Dear Professors,

My name is Nguyen Thi Thanh Hoa, a Ph.D. candidate at the Faculty of International Studies, University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University, Hanoi.

I am currently conducting my doctoral dissertation entitled: “Cultural Relations between South Korea and Japan (2003-2024).”

Through my research, I have observed that South Korea and Japan serve as major cultural markets for each other, engaging in extensive exchange and cooperation in various cultural fields. Therefore, this study aims to gain a deeper understanding of the level of interest, satisfaction, and perceptions among citizens of both countries regarding each other's culture. These findings are expected to help identify and clarify future trends in cultural relations between South Korea and Japan.

To achieve this goal, I would like to seek insights and perspectives from distinguished scholars and experts in this field. Your responses will provide valuable and practical data that will greatly enhance the academic and empirical significance of my dissertation.

Sincerely,
Thank you very much for your kind support and cooperation.

I. RESPONDENT INFORMATION

- Full name (optional): _____
- Current position: _____
- Institution/Organization: _____

II. INTERVIEW QUESTIONS

1. How would you evaluate the key characteristics of South Korea's cultural development strategy during the period 2003-2024?
2. How would you evaluate the key characteristics of Japan's cultural development strategy during the period 2003-2024?
3. In your opinion, what are the similarities and differences between the cultural development strategies of South Korea and Japan from 2003 to 2024?
4. How would you assess the reception of traditional and popular culture between South Korea and Japan during the period 2003-2024?*(Traditional culture may include: cultural heritage, festivals, rituals, traditional arts; Popular culture may include: film, music, comics, animation, and video games.)*

5. How would you evaluate the cooperation in traditional and popular culture between South Korea and Japan during the period 2003-2024?*(Traditional culture: cultural heritage, festivals, rituals, traditional arts;Popular culture: film, music, comics, animation, and video games.)*
6. In your opinion, what are the main factors that have influenced cultural relations between South Korea and Japan from 2003 to 2024?
7. How do you think cultural relations between South Korea and Japan have impacted each country's economy during the period 2003-2024?
8. How do you think cultural relations between South Korea and Japan have affected cultural development in each country from 2003 to 2024?
9. In your view, what are the prospects for cultural relations between South Korea and Japan in the future?

PHỤ LỤC 3A (Câu trả lời chuyên gia 1)

Natalie Pyo, Ph.D.

Assistant Professor, Department of Indo-Pacific Studies Korea

National Diplomatic Academy

PHẦN TRẢ LỜI

As I understand it, the core principle of Korea's cultural strategy is that the government should not intervene too heavily. We believe that culture spreads most effectively when it grows organically, and that entertainment companies possess far better ideas and capabilities regarding industrial strategies than the government does. K-pop's global success—exemplified by BTS and *K-pop Demon Hunters*—is also a product of this autonomy.

Excessive government involvement risks blurring the line between cultural diplomacy and propaganda, and, above all, it tends to be unattractive to foreign audiences. In the early 2000s, when Korea first began exploring public diplomacy and cultural diplomacy in earnest, the government allocated only a very small budget, which was mainly used to introduce Korean culture and images to countries that knew relatively little about Korea. Naturally, Japan was not an initial priority, as Japanese society was already very familiar with Korea.

Moreover, until the 1990s, when I was growing up, the import of Japanese cultural products was banned in Korea. To purchase Japanese magazines or music CDs, one had to search for special shops and buy them at high prices. For Korea—a country with a painful memory of colonial rule—there was concern that the spread of cultural products might generate undue affinity toward Japan.

As a result, most cultural exchanges between Korea and Japan were carried out by the private sector. The advantage of this arrangement was that it allowed for relatively stable and steady exchanges over time. When conservative governments came into power in Korea, exchanges often increased because those administrations tended to place greater importance on Korea-Japan relations. Even so, private actors have continued to play the larger role. I believe this general pattern will remain largely unchanged in the years to come

……

Như tôi hiểu, nguyên tắc cốt lõi trong chiến lược văn hóa của Hàn Quốc là Chính phủ không nên can thiệp quá sâu. Chúng tôi cho rằng văn hóa lan tỏa hiệu quả nhất khi nó phát triển một cách tự nhiên, và rằng các công ty giải trí nắm giữ những ý tưởng cũng như năng lực vượt trội hơn Chính phủ trong việc hoạch định chiến lược công nghiệp. Thành công toàn cầu của K-pop—được minh chứng qua BTS hay *K-pop Demon Hunters*—cũng là kết quả trực tiếp của mức độ tự chủ này.

Sự can thiệp quá mức của nhà nước có nguy cơ làm mờ ranh giới giữa ngoại giao văn hóa và tuyên truyền; hơn hết, điều đó thường kém hấp dẫn đối với khán giả quốc tế. Vào đầu những năm 2000, khi Hàn Quốc bắt đầu triển khai công tác ngoại giao công chúng và ngoại giao văn hóa một cách nghiêm túc, Chính phủ chỉ dành một ngân sách rất hạn chế, chủ yếu để giới thiệu văn hóa và hình ảnh Hàn Quốc đến các quốc gia vốn ít biết hoặc chưa quen thuộc với Hàn Quốc. Dĩ nhiên, Nhật Bản không phải là ưu tiên ban đầu, bởi xã hội Nhật Bản đã có mức độ hiểu biết cao về Hàn Quốc.

Hơn nữa, cho đến thập niên 1990—thời điểm tôi trưởng thành—Hàn Quốc vẫn cấm nhập khẩu các sản phẩm văn hóa Nhật Bản. Để mua tạp chí hay đĩa CD âm nhạc Nhật, người ta phải tìm đến các cửa hàng chuyên biệt và chấp nhận mức giá rất cao. Đối với Hàn Quốc—một quốc gia mang ký ức đau thương về thời kỳ thuộc

địa—có lo ngại rằng sự lan rộng của các sản phẩm văn hóa Nhật Bản có thể dẫn đến sự thiện cảm quá mức đối với Nhật Bản.

Vì vậy, phần lớn các hoạt động giao lưu văn hóa giữa Hàn Quốc và Nhật Bản được tiến hành bởi khu vực tư nhân. Ưu điểm của mô hình này là nó cho phép duy trì các hoạt động trao đổi tương đối ổn định và bền bỉ theo thời gian. Khi các Chính phủ bảo thủ lên nắm quyền tại Hàn Quốc, mức độ giao lưu thậm chí có xu hướng gia tăng do các chính quyền này thường coi trọng hơn quan hệ Hàn-Nhật. Dù vậy, các chủ thể ngoài nhà nước vẫn tiếp tục đóng vai trò chi phối. Tôi cho rằng mô hình chung này sẽ vẫn duy trì ổn định trong nhiều năm tới.

PHỤ LỤC 3B (Câu trả lời chuyên gia 2)

Alexis Dudden,
Professor of History/ Visiting Professor of Japanese Studies
University of Connecticut/ National University of Singapore

I. RESPONDENT INFORMATION

- Full name (optional): _____Alexis Dudden_____
- Current position: _____Professor of History/ Visiting Professor of Japanese Studies_____
- Institution/Organization: _____University of Connecticut/ National University of Singapore_____

II. INTERVIEW QUESTIONS

1. How would you evaluate the key characteristics of South Korea's cultural development strategy during the period 2003-2024? The government of South Korea emerged from decades of dictatorship into an emerging democracy in the 1990s. Now, three decades into this history, the South Korean government has been able to encourage and benefit from the global appeal of Korean popular culture — as well as older more traditional arts (food, storytelling, and in this vein filmmaking). Thus, the combination of wildly popular K-Pop sensations such as BTS and Blackpink blends with consumer goods like sought after Korean beauty

products to make the name brand of “Korea” so desirable that young people around the world have begun studying Korean language and moving to South Korea to study and work.

Sau nhiều thập kỷ dưới chế độ độc tài, Chính phủ Hàn Quốc bước vào giai đoạn dân chủ hóa từ những năm 1990. Ba thập kỷ sau cột mốc đó, Nhà nước Hàn Quốc đã khai thác và thúc đẩy thành công sức hấp dẫn toàn cầu của văn hóa đại chúng Hàn Quốc, đồng thời tiếp tục phát huy những giá trị văn hóa truyền thống như ẩm thực, nghệ thuật kể chuyện và điện ảnh.

Sự kết hợp giữa các hiện tượng K-Pop có tầm ảnh hưởng mang tính toàn cầu—tiêu biểu là BTS và Blackpink—với các sản phẩm tiêu dùng nổi tiếng như mỹ phẩm Hàn Quốc, đã tạo nên một thương hiệu quốc gia “Korea” đầy sức hút. Từ đó, ngày càng nhiều bạn trẻ trên khắp thế giới lựa chọn học tiếng Hàn, cũng như đến Hàn Quốc học tập và làm việc, xem đây như một cơ hội tiếp cận văn hóa đương đại năng động và thị trường lao động hấp dẫn.

2. How would you evaluate the key characteristics of Japan’s cultural development strategy during the period 2003-2024? During this same time period, Japan was able to capitalize on its already globally renowned Anime and manga products. In addition, the rise of social media and the weakening yen has transformed Japan into one of the most touristed (over-touristed) places on the planet, leading many Japanese to wish their government’s strategy of marketing “Cool Japan” had been slightly less successful.

Trong cùng giai đoạn này, Nhật Bản đã tận dụng hiệu quả các sản phẩm Anime và manga vốn đã nổi tiếng trên phạm vi toàn cầu. Bên cạnh đó, sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng truyền thông xã hội cùng với sự suy yếu của đồng yên đã biến Nhật Bản trở thành một trong những điểm đến du lịch đông đúc nhất (thậm chí quá tải) trên thế giới. Điều này dẫn đến thực tế là không ít người Nhật mong muốn rằng chiến lược quảng bá “Cool Japan” của Chính phủ có lẽ đã không đạt thành công vượt mức như hiện nay.

3. In your opinion, what are the similarities and differences between the cultural development strategies of South Korea and Japan from 2003 to 2024? Japan’s “coolness” predates South Korea’s by well-over a generation (if not 2 when

one considers the global popularity of Japanese filmmakers such as Kurosawa and Ozu as well as Japanese novelists and artists from the 1960s and 70s). During the dictatorship era in South Korea, moreover (1960- early1990s), the South Korean government banned the importation of all Japanese culture (because of lingering animosity from the colonial era - 1910-1945). Nonetheless, Japanese cultural products were greatly desired by young South Koreans, and throughout the era there were all sorts of counterfeits and knock-off products — as well as illegal sales of hidden imported goods. All of this has only intertwined Japanese and Korean culture more as it evolves together.

Sự 'sành điệu' (coolness) của Nhật Bản đã xuất hiện sớm hơn Hàn Quốc ít nhất hơn một thế hệ - thậm chí có thể là hai thế hệ, nếu xét đến mức độ phổ biến toàn cầu của các nhà làm phim Nhật Bản như Kurosawa và Ozu, cũng như các tiểu thuyết gia và nghệ sĩ Nhật Bản từ những năm 1960-1970. Trong thời kỳ chế độ độc tài tại Hàn Quốc (từ những năm 1960 đến đầu những năm 1990), Chính phủ Hàn Quốc đã cấm hoàn toàn việc nhập khẩu các sản phẩm văn hóa Nhật Bản, xuất phát từ dư âm thù địch còn lại của giai đoạn thuộc địa (1910-1945).

Tuy nhiên, các sản phẩm văn hóa Nhật Bản vẫn được giới trẻ Hàn Quốc khao khát mạnh mẽ, và trong suốt thời kỳ này đã xuất hiện nhiều loại hàng giả, hàng nhái cũng như các hình thức buôn bán bất hợp pháp những mặt hàng nhập khẩu lén lút. Những diễn biến đó, theo thời gian, đã khiến văn hóa Nhật Bản và Hàn Quốc trở nên đan xen, ảnh hưởng lẫn nhau ngày càng sâu sắc trong quá trình phát triển.

4. How would you assess the reception of traditional and popular culture between South Korea and Japan during the period 2003-2024?*(Traditional culture may include: cultural heritage, festivals, rituals, traditional arts;Popular culture may include: film, music, comics, animation, and video games.)* Following the 1998 Obuchi-Kim summit, an era of "cultural sharing" was launched and heavily orchestrated by both governments to good success. In the wake of the shared 2002 World Cup soccer games, both governments for years sponsored exchanges between orchestras, dance groups, and student exchange (which led further to video game and other popular cultural sharing). Only when there have been noisy diplomatic standoffs are these curtailed - which is really always a shame because

people to people exchange is the best way to promote better relations between these countries. Thus, the reception is positive.

Sau Hội nghị thượng đỉnh Obuchi-Kim năm 1998, một kỷ nguyên "chia sẻ văn hóa" đã được khởi xướng và được hai Chính phủ phối hợp thúc đẩy một cách mạnh mẽ, mang lại nhiều thành công rõ rệt. Tiếp nối dư âm từ kỳ Đồng đăng World Cup 2002, trong nhiều năm liền, hai Chính phủ đã tài trợ cho các hoạt động giao lưu giữa các dàn nhạc giao hưởng, các đoàn múa, cũng như các chương trình trao đổi sinh viên (từ đó mở rộng thêm sang lĩnh vực chia sẻ trò chơi điện tử và các sản phẩm văn hóa đại chúng khác). Chỉ trong những giai đoạn xảy ra các căng thẳng ngoại giao ồn ào thì các chương trình này mới bị hạn chế - điều vốn luôn đáng tiếc, bởi giao lưu giữa nhân dân với nhân dân là phương thức hiệu quả nhất để củng cố và thúc đẩy quan hệ hữu nghị giữa hai quốc gia. Do vậy, nhìn chung, dư luận tiếp nhận các hoạt động này theo chiều hướng tích cực.

5. How would you evaluate the cooperation in traditional and popular culture between South Korea and Japan during the period 2003-2024?*(Traditional culture: cultural heritage, festivals, rituals, traditional arts;Popular culture: film, music, comics, animation, and video games.)* (see above)

6. In your opinion, what are the main factors that have influenced cultural relations between South Korea and Japan from 2003 to 2024? For both countries, the ease of travel and intertwined history and economy makes it almost natural for the people of both countries to feel at ease. On top of that, the relaxing of visas for travel has made it simple to do a three day trip to go back and forth from almost everywhere in either country to the other (for most of the 1945-2000 era much of the travel between the countries was done by ferry boat and those days are essentially over with cheap plane tickets and cheap and safe accommodation easily booked).

Đối với cả hai nước, sự thuận tiện trong đi lại cùng với lịch sử và nền kinh tế đan xen đã khiến người dân đôi bên dễ dàng cảm thấy gần gũi và thoải mái với nhau. Bên cạnh đó, việc nới lỏng thị thực du lịch đã khiến các chuyến đi ngắn ngày trở nên đơn giản hơn rất nhiều; chỉ với ba ngày là có thể di chuyển qua lại giữa hầu hết các địa điểm ở mỗi quốc gia. Điều này khác biệt hoàn toàn so với giai đoạn

1945-2000, khi phần lớn các chuyến đi giữa hai nước còn phụ thuộc vào tàu phà. Ngày nay, thời kỳ đó đã gần như chấm dứt, bởi sự phổ biến của vé máy bay giá rẻ và các loại hình lưu trú an toàn, chi phí thấp, có thể đặt chỗ một cách dễ dàng.

7. How do you think cultural relations between South Korea and Japan have impacted each country's economy during the period 2003-2024? Very positively. It's only when there is a political standoff that both countries' economies are harmed.

Rất tích cực. Chỉ khi xuất hiện thế bế tắc về chính trị thì nền kinh tế của cả hai quốc gia mới bị tổn hại.

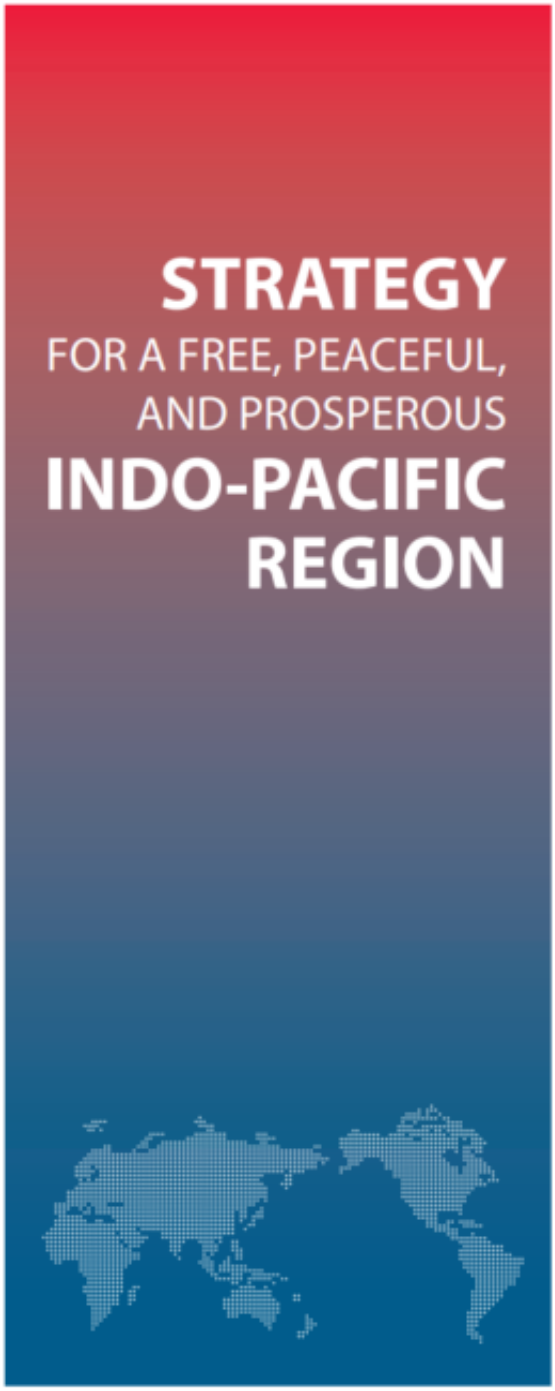
8. How do you think cultural relations between South Korea and Japan have affected cultural development in each country from 2003 to 2024? The popularity of JPop and KPop and Hallyu and Anime and manga cannot be underestimated. When I lived in Seoul in 2002-2003, for example, it was still very difficult to purchase books written in Japanese. Now the central bookstore in Seoul (Kyobo) has a massive display of manga as one walks in the door - both in Japanese and translated into Korean, too. By the same token, KPop products are everywhere in Japan.

Sự phổ biến rộng rãi của J-Pop, K-Pop, Làn sóng Hallyu, cũng như Anime và manga là yếu tố không thể xem nhẹ. Khi tôi sống tại Seoul giai đoạn 2002-2003, việc tìm mua sách viết bằng tiếng Nhật vẫn còn rất khó khăn. Thế nhưng hiện nay, tại hiệu sách trung tâm Kyobo ở Seoul, ngay từ cửa vào đã có một khu trưng bày đồ sộ dành cho manga—bao gồm cả ấn bản tiếng Nhật lẫn bản dịch tiếng Hàn. Tương tự, các sản phẩm liên quan đến K-Pop xuất hiện dày đặc tại Nhật Bản.

9. In your view, what are the prospects for cultural relations between South Korea and Japan in the future? As long as the politicians stop denying their own countries' histories, there is a bright future. And yet that's difficult to hope for anywhere. ☺

Chừng nào các chính trị gia còn tiếp tục phủ nhận lịch sử của chính quốc gia họ, thì tương lai tươi sáng vẫn còn xa vời. Và dẫu vậy, điều đó lại là kỳ vọng khó có thể đặt vào bất kỳ nơi nào.

PHỤ LỤC 4: CHIẾN LƯỢC ẤN ĐỘ - THÁI BÌNH DƯƠNG VÌ SỰ TỰ DO, HÒA BÌNH VÀ THỊNH VƯỢNG CỦA CHÍNH PHỦ HÀN QUỐC 2022



The Government of
the Republic of Korea

//

We are living in the Indo-Pacific era. Home to 65% of the world population, the Indo-Pacific accounts for more than 60% of the world's GDP, and half of global maritime transport. Peace and stability in the Indo-Pacific region directly affect our survival and prosperity. That is why I propose fostering a "free, peaceful, and prosperous Indo-Pacific region" through solidarity and cooperation with major countries including ASEAN.

Remarks by President Yoon Suk Yeol
at the ROK-ASEAN Summit (November 11, 2022)

CONTENTS

Ⅰ BACKGROUND: STRATEGIC SIGNIFICANCE OF THE INDO-PACIFIC ····· 04

Ⅱ VISION, PRINCIPLES OF COOPERATION, AND REGIONAL SCOPE ····· 08

1. VISION: A FREE, PEACEFUL, AND PROSPEROUS INDO-PACIFIC
2. PRINCIPLES OF COOPERATION: INCLUSIVENESS, TRUST, AND RECIPROCITY
3. REGIONAL SCOPE

Ⅲ CORE LINES OF EFFORT ····· 22

1. BUILD REGIONAL ORDER BASED ON NORMS AND RULES
2. COOPERATE TO PROMOTE RULE OF LAW AND HUMAN RIGHTS
3. STRENGTHEN NON-PROLIFERATION AND COUNTER-TERRORISM EFFORTS ACROSS THE REGION
4. EXPAND COMPREHENSIVE SECURITY COOPERATION
5. BUILD ECONOMIC SECURITY NETWORKS
6. STRENGTHEN COOPERATION IN CRITICAL DOMAINS OF SCIENCE AND TECHNOLOGY AND CLOSE DIGITAL GAP
7. LEAD REGIONAL COOPERATION ON CLIMATE CHANGE AND ENERGY SECURITY
8. ENGAGE IN "CONTRIBUTIVE DIPLOMACY" THROUGH TAILORED DEVELOPMENT COOPERATION PARTNERSHIPS
9. PROMOTE MUTUAL UNDERSTANDING AND EXCHANGES

Ⅳ CONCLUSION ····· 42

I BACKGROUND: STRATEGIC SIGNIFICANCE OF THE INDO-PACIFIC

The Republic of Korea is an Indo-Pacific nation. Our national interests are directly tied to the stability and prosperity in the region. Home to 65% of the world population, the Indo-Pacific accounts for 62% of the world's GDP, 46% of international trade, and half of global maritime transport. It is also an economically and technologically dynamic region where our key partners of strategic industries such as semiconductors are located.

STRATEGIC SIGNIFICANCE OF THE INDO-PACIFIC — As of July 2020, Source: Journal of Economic Structures

KOREA AND THE INDO-PACIFIC REGION — As of 2022, Source: Export-Import Bank of Korea, Korea Customs Service

The Republic of Korea is an open trading nation that aspires to contribute to global peace. We are committed to working with other key nations both within and beyond the region to foster a free and peaceful region. While strengthening the rules-based international order conducive to a stable and prosperous Indo-Pacific, we will work towards a regional order that enables a diverse set of nations to cooperate and prosper together.

The future of the Indo-Pacific will be determined by our collective efforts to find common solutions to a range of complex challenges and build a sustainable and resilient regional order. To do our part, Korea aspires to become a Global Pivotal State that actively seeks out agenda for cooperation and shapes discussions in the region and the wider world. In this sense, our Strategy for a Free, Peaceful, and Prosperous Indo-Pacific will be our blueprint for future-oriented partnerships that serves shared interests across the Indo-Pacific.

Ⅱ VISION, PRINCIPLES OF COOPERATION, AND REGIONAL SCOPE

1. VISION: A FREE, PEACEFUL, AND PROSPEROUS INDO-PACIFIC

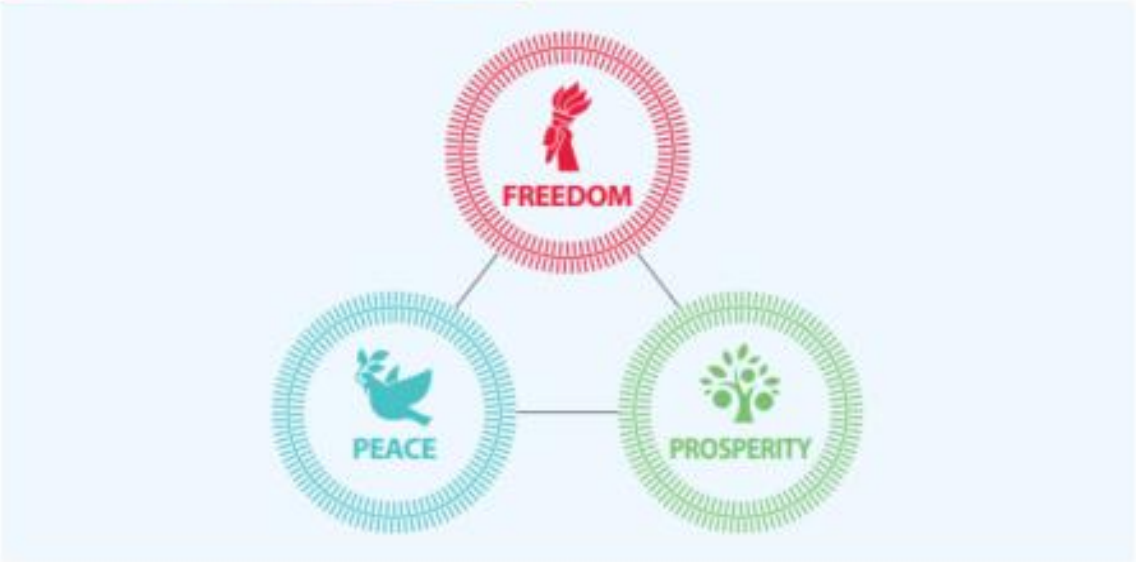
Recognizing Korea's economic, social, and cultural prowess from semiconductors and batteries to nuclear power and K-pop culture, the international community now expects Korea to match its role and contributions with its elevated stature. In line with such expectations, we are committed to increasing our role in addressing various issues in the region and building a positive regional order. Going forward, we will increase engagement and cooperation with the Indo-Pacific to advance freedom, peace, and prosperity in the region.

First, as a liberal democracy built through struggle and sacrifices, the Republic of Korea supports a free Indo-Pacific. We will uphold international norms and strengthen a rules-based order built on the universal values including freedom, democracy, the rule of law, and human rights.

In solidarity with nations sharing these universal values, we will

actively promote and strengthen a regional order that is shaped not by force or coercion, but by rules and universal values. We oppose unilateral change of status quo by force and pursue a harmonious regional order where nations' rights are respected, and our shared interests are explored. Solidarity and cooperation amongst nations that promote freedom, human rights, and other common values will foster greater creativity and innovation, and lead to a brighter future for the Indo-Pacific.

VISION FOR THE INDO-PACIFIC REGION



Ⅲ CORE LINES OF EFFORT

To implement the Strategy for a Free, Peaceful, and Prosperous Indo-Pacific, we will pursue nine core lines of effort:

Build Regional Order Based on Norms and Rules	Cooperate to Promote Rule of Law and Human Rights	Strengthen Non-Proliferation and Counter-Terrorism Efforts Across the Region
Expand Comprehensive Security Cooperation	Build Economic Security Networks	Strengthen Cooperation in Critical Domains of Science and Technology and Close Digital Gap
Lead Regional Cooperation on Climate Change and Energy Security	Engage in "Contributive Diplomacy" through Tailored Development Cooperation Partnerships	Promote Mutual Understanding and Exchanges

9. PROMOTE MUTUAL UNDERSTANDING AND EXCHANGES

With a view to becoming a Global Pivotal State, the ROK will promote customized two-way exchanges in the Indo-Pacific. In particular, we will make efforts to invigorate exchanges between youths, who are our future. Building mutual trust and friendship between future generations forms the bedrock of healthy and mature relations among countries, and cultural exchange is the most effective and attractive way to connect youths and cultivate shared historical awareness in the Indo-Pacific region. Diverse cultural and people-to-people exchanges will lay the foundation for strong solidarity between the future generations

of the Indo-Pacific region.

The ROK will pursue two-way public diplomacy customized to the needs of individual sub-regions and partner countries. Our public diplomacy initiatives will particularly focus on the digital and cultural domains where we have a competitive edge.

Additionally, we will also pursue cooperative public diplomacy by identifying with the various cultures of the Indo-Pacific region and at the same time promoting exchanges with these cultures. In doing so, we will tap into our soft power that stems from the global popularity of the creative contents of K-culture, including K-pop, Korean movies, dramas and games. With the spread of the contactless economy and digital transition, we need to take note of the formation of cultural understanding through new methods such as the metaverse and OTT media services. Also, with virtual communication becoming routine after COVID-19, we will keep vitalizing our capacity in digital public diplomacy as well as our communication utilizing this capacity. By deepening cultural cooperation with Indo-Pacific countries which have diverse ethnicities, religions, cultures, and histories, we will be able to build solidarity that is sustainable and mutually beneficial in cultural, economic, and social domains.

PHỤ LỤC 5: TỔNG QUAN KẾ HOẠCH THỰC HIỆN NGOẠI GIAO CÔNG CHÚNG TOÀN DIỆN CỦA CHÍNH PHỦ HÀN QUỐC 2024

2024년 공공외교 종합시행계획 개요

1 수립 근거

❑ 공공외교법(2016.8월 발효)

○ 공공외교법에 의거, 외교부는 5년마다 공공외교 기본계획을 수립하고, 동 기본계획에 따라 매년 공공외교 종합시행계획을 수립·시행 중

[공공외교법 제6조] 공공외교 기본계획의 수립

① 외교부장관은 관계 중앙행정기관의 장 및 특별시장 · 광역시장 · 특별자치시장 · 도지사 · 특별자치도지사와 협의하여 공공외교 기본계획을 5년마다 수립하여야 한다.

[공공외교법 제7조] 공공외교 시행계획 등의 수립

① 관계 중앙행정기관의 장 및 시 · 도지사는 기본계획에 따라 매년 공공외교 활동의 시행계획(이하 "시행계획" 이라 한다)을 수립 · 시행하고, 외교부장관에게 시행계획과 추진실적을 제출하여야 한다.

② 외교부장관은 기본계획에 따라 제1항의 시행계획과 외교부 자체의 시행계획을 통합한 종합적인 시행계획(이하 "종합시행계획" 이라 한다)을 매년 수립 · 시행한다.

❑ 제2차 공공외교 기본계획 (2023-27 년)

○ 제6차 공공외교위원회 회의('22.8월)에서 심의·의결을 거쳐 확정

※ 공공외교위원회 : (위원장) 외교부장관, (위원) 차관(급) 공무원 14인 및 민간위원 5인

- 제2차 공공외교 기본계획은 '세계 자유, 평화, 번영에 기여하는 글로벌 중추국가 대한민국' 비전 아래 ▲3개 목표 ▲12개 중점과제 ▲40개 세부 추진과제로 구성

○ 기존 제1차 공공외교 기본계획 대비 ▲자유민주주의 · 평화 · 인권 · 환경 등 글로벌 가치 실현 기여 정책공공외교 강화, ▲메타버스 · AI 등 디지털 공공외교 강화, ▲한국어 · 한국학 보급에서 과학기술 · 혁신제도 공유로 지식공공외교 범주 확대, ▲지자체 및 우리 청년 글로벌 역량제고 사업 강화 등 측면에서 차별화

- 1 -

참고 **제2차 공공외교 기본계획: 비전, 목표 및 중점 과제**

비 전

세계 자유, 평화, 번영에 기여하는 글로벌 중추국가 대한민국

목표 1	목표 2	목표 3
전략적 정책공공외교 강화를 통한 국익 증진	과학기술 · 문화 강국으로서의 위상 제고	디지털 · 혁신적 공공외교 생태계 구축

중점 과제

• 한반도의 지속가능한 평화 증진을 위한 국제 지지 확대	• 과학기술 · 혁신 등 우리 기술 · 제도의 국제적 공유	• 메타버스 · AI 등 디지털 공공외교 강화
• 중점협력국가 및 지역 대상 정책 소통 강화	• 한국어 · 한국학에 대한 글로벌 저변 확대	• 우리 청년의 공공외교 역량제고와 해외진출 지원
• 글로벌 가치 실현에 기여하는 국가 이미지 제고	• 한국에 대한 올바른 이해 제고	• 지자체 및 재외동포, 기업 등 민관 협업 제고
• 해외 차세대와 열린 교류를 통한 미래 협력 기반 공고화	• 쌍방향 문화외교를 통한 한국에 대한 지지 확산	• 범정부 · 통합적 공공외교 추진체계 강화

- 2 -

3 2024년도 공공외교 추진 계획

배경

①세계의 지정학적 불안정성과 지경학적 변동이 교차하는 글로벌 복합위기 전개
②국제사회 내 높아진 우리 국력과 위상에 걸맞은 책임 및 역할 확대 필요
③민주주의, 규범 기반 국제질서 강화 및 新 글로벌 도전 과제 심화

추진 계획

1 국제사회 내 우리나라의 글로벌 중추국가로서의 이미지 및 위상 제고

- ㅇ 글로벌 중추국가로서의 목표 달성을 위한 우리나라의 적극적 기여 부각
  - 보편적 가치 존중 및 국제질서 수호 노력에 동참하는 국가 이미지 제고
- ㅇ 우리 정책에 대한 우호적 전략 환경 조성 및 국제적 지지 확보
  - 주요국/지역별 맞춤형 정책공공외교 추진 및 한반도의 지속가능한 평화 구현 노력에 대한 이해 제고

2 청년, 지자체, 재외공관의 참여 증진을 통한 우리 공공외교 외연 확대

- ㅇ 우리 청년 등 민간의 공공외교 역량 강화 및 참여 확대
  - 우리 청년의 재외공관 및 국제·지역기구 파견을 통한 공공외교 역량 강화 및 우리 국민의 공공외교 참여 기회 확대
- ㅇ 지자체 차원의 교류 협력 확대 등 공공외교 참여 활성화
  - 지자체 차원의 공공외교 활동 다변화를 위한 협업 제고
- ㅇ 재외공관과의 협업을 바탕으로 하는 현지 맞춤형 공공외교 추진
  - 대상국 수요에 부합하는 문화 콘텐츠 활용 확대 및 친한인사 네트워크 구축·확대 등

3 K-문화 콘텐츠를 활용한 우리나라의 소프트파워 확산 및 위상 강화

- ㅇ 국가·지역별 차별화된 K-콘텐츠 확산을 통한 쌍방향 문화공공외교 추진
  - 종합문화행사 개최를 통한 긍정적 이미지 확산
- ㅇ K-콘텐츠 확산을 바탕으로 한국에 대한 이해를 제고하는 융복합 지식공공외교 추진
  - 한국에 대한 올바른 이해 제고 및 해외 한국어/한국학 교육 진흥 활성화

4 변화하는 기술 흐름에 발맞추어 전개되는 디지털 공공외교

- ㅇ 디지털 공공외교 본격화를 통한 과학기술 강국 이미지 제고
  - ▲메타버스, AI 등 신기술을 활용한 콘텐츠 제작 확대 및 ▲모바일 친화적 홈페이지와 각 기관 SNS 채널(KOREAZ, Korea.net 등)의 활용

서비스 제공, ▲외국인 근로자 보건의료지원, ▲지역주민 인식 개선을 위한 문화다양성 이해교육(경기), ▲다문화가족과 함께하는 세계인의 날 기념 페스티벌 개최(강원, 경남, 대구, 대전, 서울, 전북), ▲지역 외국인 편의 증진 사업 실시(대구, 대전, 울산), ▲지역 외국인 상담센터 운영 및 다양한 생활 교육 제공(대전, 인천), ▲외국인 유학생 지원 사업(부산) 실시 등

- **(재외동포 대상)** ▲재외동포 보건의료지원, ▲세계한민족여성네트워크 운영, ▲세계한인차세대대회 개최, ▲재외동포와 함께 하는 공공외교단 구성, ▲세계한인정치인포럼 개최, ▲재외동포 통일기반 조성 사업 추진, ▲재외동포 청소년 대상 모국문화체험 연수 실시

☞ (소관기관) 외교부, 고용노동부, 법무부, 법제처, 보건복지부, 재외동포청, 통일부, 지자체

③ K-문화 콘텐츠를 활용한 우리나라의 소프트파워 확산 및 위상 강화

◆ 국가지역별 차별화된 K-콘텐츠 확산을 통한 쌍방향 문화공공외교 추진

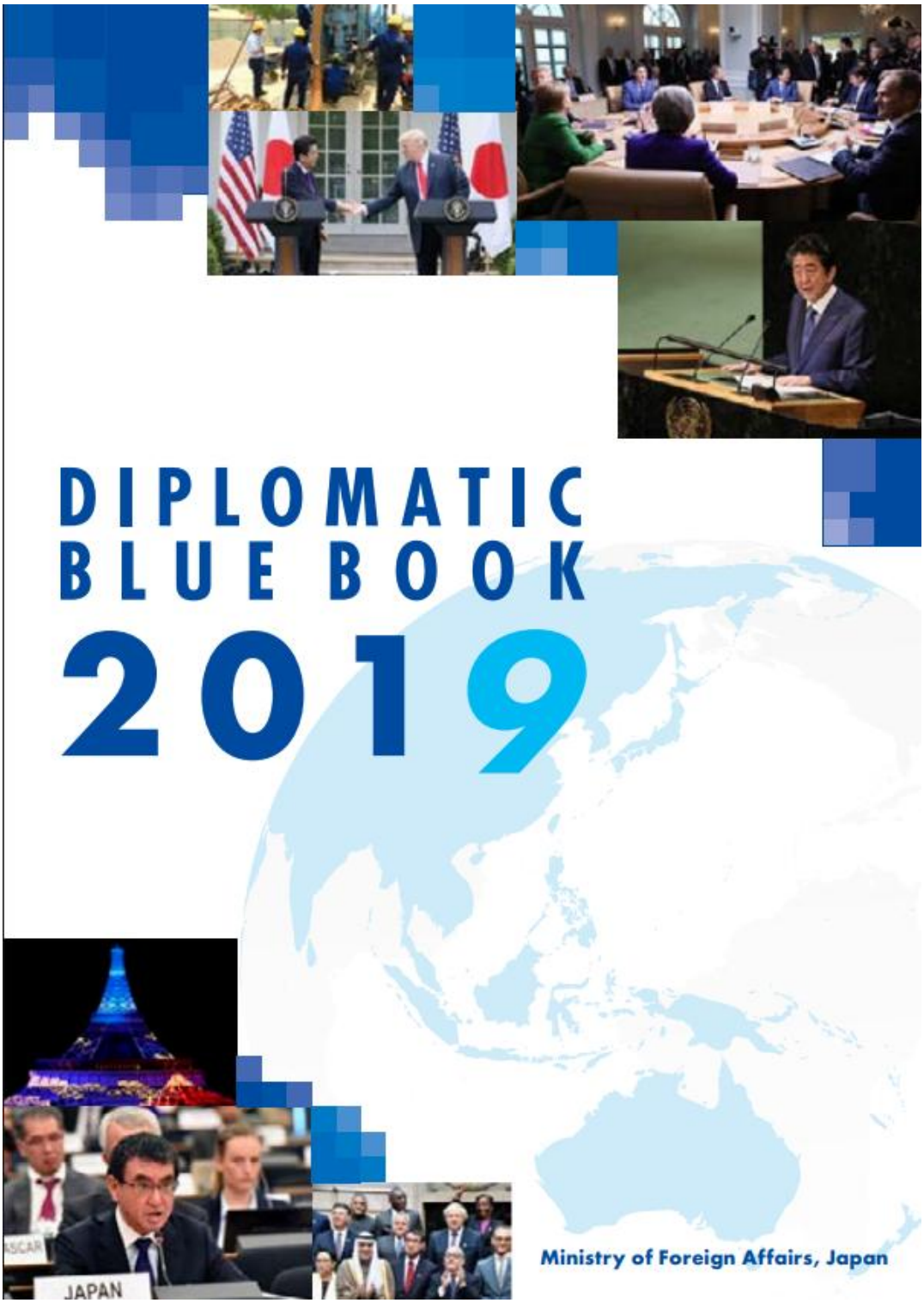
o 종합문화행사 개최를 통한 긍정적 이미지 확산

- ▲수교 및 주요외교계기 행사 개최, ▲한국 주간 행사 개최, ▲신한류 문화다리(문화잇지오) 및 한일축제한마당, 한중일예술제 등 다양한 종합문화행사 개최, ▲창원 K-Pop World Festival 개최(경남), ▲국제 군악제 등 군악대 해외공연 실시 등

o 국가별, 지역별 차별화된 K-콘텐츠 확산을 통한 우호적 이미지 제고

- ▲K-콘텐츠 해외홍보 및 위상강화 사업 실시, ▲국가이미지 제고 전시 추진, ▲한식문화공간 운영, ▲재외문화원 우수 브랜드 사업 추진, ▲현지 인프라를 활용한 K-POP 해외 진출 지원, ▲K-BOOK 해외홍보, ▲K-콘텐츠 연관산업 융합을 통한 해외 수출 활성화 지원, ▲한류 콘텐츠 저작권 보호를 통한 문화주권 강화 등

PHỤ LỤC 6: SÁCH XANH NGOẠI GIAO NHẬT BẢN - NỖ LỰC ĐẨY MẠNH SỰ THẤU HIỂU VÀ TIN TƯỞNG VÀO NHẬT BẢN 2019



(4) Dissemination of Information through the Internet

MOFA has been actively engaged in disseminating information through the internet, including websites and social media, with the aim of gaining the understanding and support of people in and outside Japan on Japan's foreign policy.

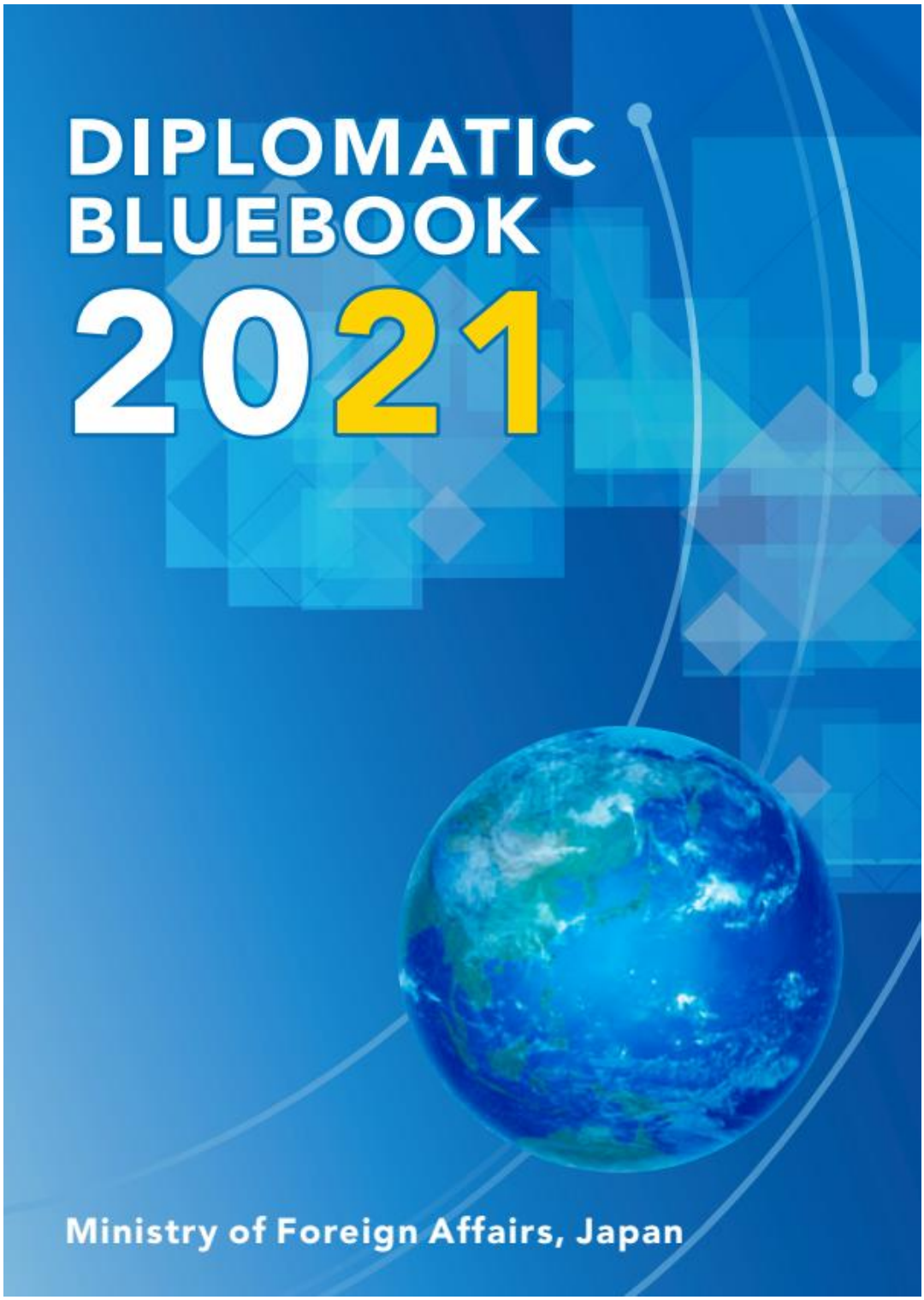
MOFA considers its English website an important tool of public diplomacy, and has been enhancing the distribution of information in English on Japan's foreign policy (including maintaining territorial integrity, historical issues and security), Japan's position on international affairs and Japan's rich and varied attractiveness. Furthermore, MOFA has been making efforts to disseminate information in local languages through the websites of Japan's embassies, permanent missions and consulates-general overseas.

MOFA speedily distributes a wide range of information to the international community through social media platforms such as Facebook, Twitter, Instagram and YouTube.

MOFA's official website
https://www.mofa.go.jp/index.html

Hình : Chính phủ nhật bản đẩy mạnh việc phổ biến thông tin qua các nền tảng mạng xã hội trên internet (Nguồn: Sách xanh ngoại giao Nhật Bản, 2019)

PHỤ LỤC 7: SÁCH XANH NGOẠI GIAO NHẬT BẢN - NỖ LỰC ĐẨY MẠNH SỰ THẤU HIỂU VÀ TIN TƯỞNG VÀO NHẬT BẢN 2021



Film directors Hirokazu Koreeda, Bora Kim (the Republic of Korea), and actress Hashimoto Ai, taking the stage at the "Asia Lounge" Conversation Series of the Tokyo International Film Festival (November, Tokyo ©2020 TIFF; Photo: Japan Foundation)

Hình…: Đạo diễn phim Hàn quốc tham gia giao lưu chuyên môn trong liên hoan phim quốc tế Tokyo (Nguồn: Sách xanh ngoại giao Nhật Bản 2021)