

# Học thuyết Truyền thông chuẩn xác của Trung Quốc: Từ nền tảng lý luận đến những gợi mở cho Việt Nam

TS. TRẦN SƠN TÙNG

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQGHN; Email: tungtranhp90@gmail.com

**Tóm tắt:** Bài nghiên cứu này tập trung giải mã học thuyết Truyền thông chuẩn xác (精准传播) - một trụ cột chiến lược trong nỗ lực nâng cao sức mạnh mềm của Trung Quốc. Bằng cách truy ngược các nguồn gốc tư tưởng Đông - Tây và phân tích nội hàm đương đại, bài viết làm rõ bản chất của Truyền thông chuẩn xác không chỉ là một kỹ thuật, mà là một học thuyết chiến lược được dẫn dắt bởi Nhà nước. Trọng tâm của bài viết là phân tích mối quan hệ cộng sinh giữa học thuyết này và sự trỗi dậy mạnh mẽ của ngành Khu vực học tại Trung Quốc, trong đó Khu vực học đóng vai trò là bộ não cung cấp tri thức nền tảng. Từ việc phân tích mô hình của Trung Quốc, bài viết đưa ra những gợi mở chính sách cho Việt Nam trong việc xây dựng và triển khai chiến lược truyền thông quốc tế, nhằm quảng bá hiệu quả hình ảnh quốc gia trong bối cảnh mới.

**Từ khóa:** truyền thông chuẩn xác (精准传播); khu vực học; truyền thông quốc tế; Trung Quốc; Việt Nam.

Trong bối cảnh thế kỷ 21 chứng kiến sự tái định hình sâu sắc của trật tự toàn cầu, sức mạnh của một quốc gia không chỉ được đo lường bằng các chỉ số về kinh tế và quân sự, mà còn phụ thuộc vào khả năng định hình diễn ngôn, định hướng dư luận và lan tỏa ảnh hưởng văn hoá. Trong cuộc cạnh tranh chiến lược này, truyền thông quốc tế đã trở thành một mặt trận tiên phong, một không gian trọng yếu của cạnh tranh giữa các nước lớn. Nhận thức sâu sắc về vấn đề này, Trung Quốc dưới sự lãnh đạo của Chủ tịch Tập Cận Bình đã đặt ra mục tiêu chiến lược: nâng cao năng lực truyền thông quốc tế để tương xứng với vị thế cường quốc đang lên, phá vỡ thế độc quyền diễn ngôn của phương Tây và trình bày tốt câu chuyện Trung Quốc, truyền bá tốt tiếng nói Trung Quốc<sup>(1)</sup>. Bài viết thông qua phân tích các tài liệu học thuật, các bài phát biểu chính sách và các văn bản liên quan, làm rõ bản chất khái niệm Truyền thông chuẩn xác, đồng thời chứng minh mối quan hệ cộng sinh giữa Truyền thông chuẩn xác và ngành Khu vực học - một lĩnh vực nghiên cứu đang được Trung Quốc đầu tư mạnh mẽ như một trụ cột tri thức quốc gia.

## 1. Giải mã khái niệm Truyền thông chuẩn xác

Tư tưởng về việc truyền thông một cách chuẩn xác không phải là một phát kiến hoàn toàn mới của thời đại Internet và công nghệ số bùng nổ như hiện nay, mà có nguồn gốc sâu xa trong lịch sử tư tưởng của cả văn minh phương Đông và phương Tây. Chuẩn xác vừa là mục tiêu, hiệu quả, vừa là phương pháp và chiến lược của hoạt động truyền thông. Ở phương Tây, cội rễ của tư tưởng này có thể được tìm thấy trong nghệ thuật ngôn ngữ (rhetoric) của Hy Lạp cổ đại. Trong tác phẩm *Phaedrus* (tên một nhà triết học Hy Lạp), Plato đã lập luận rằng tác dụng của tu từ nằm ở việc tác động tới tâm hồn của người khác, do đó, một nhà tu từ học cần phải thấu hiểu được bản chất của các loại tâm hồn để điều chỉnh lời nói cho phù hợp<sup>(2)</sup>. Tương tự, trong tác phẩm *Biện luận*, Aristotle đã phân loại các loại diễn văn và khán giả, nhấn mạnh sự cần thiết phải dựa vào đặc điểm của người nghe để xây dựng luận cứ thuyết phục<sup>(3)</sup>. Tuy nhiên, dòng chảy tư tưởng này của phương Tây khi phát triển đến thời hiện đại chủ yếu rẽ sang hai hướng, một là triết học về giao tiếp và hai là các ứng dụng trong lĩnh vực thương mại như tiếp thị chính xác (precision marketing), với

đặc trưng là doanh nghiệp cần có sự chuyển biến từ "lấy doanh nghiệp làm trung tâm" sang "lấy khách hàng làm trung tâm" với mục tiêu cốt lõi là tối ưu hoá lợi nhuận<sup>(4)</sup>.

Trong khi đó, ở văn minh Trung Hoa, tư tưởng về sự thuyết phục tinh vi, chuẩn xác đã sớm trở thành một bộ phận của nghệ thuật quản trị và chiến lược chính trị. Thời Xuân Thu - Chiến Quốc, các nhà "Tung Hoành gia" (纵横家) - một trường phái học thuật về nghệ thuật ngoại giao - đã phát triển những kỹ năng thuyết phục đỉnh cao. Tác phẩm kinh điển *Quy Cốc Tử* được xem là cẩm nang của nghệ thuật này, trong đó nhấn mạnh ba bước quan trọng: "nhận biết tình hình", "quyết sách" và "thuyết phục", chỉ ra rằng việc phân tích kỹ lưỡng tình hình và nắm bắt mâu thuẫn, lợi ích then chốt là điều kiện tiên quyết để thuyết phục đối phương một cách hiệu quả<sup>(5)</sup>. Tương tự, Khổng Tử đưa ra triết lý "nhân tài thi giáo" (因材施教 - dạy học tùy theo năng lực), và nhấn mạnh việc quan sát và thích nghi với ngữ cảnh "sát ngôn quan sắc" (察言观色) chú ý tới lời nói và sắc mặt của đối phương để nắm bắt được suy nghĩ thực tế của họ) để từ đó điều chỉnh lời nói và hành vi của mình<sup>(6)</sup>, thể hiện một tư duy sơ khai về truyền thông chuẩn xác.

Thuật ngữ "Truyền thông chuẩn xác" trong tiếng Trung Quốc là 精准传播 (jīngzhǔn chuánbō), trong đó từ 传播 (chuánbō) có nghĩa là "truyền bá", "lan truyền", tương đương với "communication" hay "dissemination" trong tiếng Anh. Yếu tố tạo nên sự khác biệt nằm ở từ 精准 (jīngzhǔn), vốn được tạo thành từ hai chữ Hán 精 (jīng) và 准 (zhǔn). Chữ 精 (jīng) mang ý nghĩa "tinh túy", "tinh hoa", "tinh luyện", "tinh vi", "chọn lọc", hàm ý mang chất lượng cao đã qua sự sàng lọc cẩn thận. Chữ 准 (zhǔn) có nghĩa là "chính xác", "đúng mục tiêu". Do đó, 精准 (jīngzhǔn) mang một hàm ý kép: vừa chính xác về mục tiêu (đúng đối tượng), vừa tinh tế về nội dung và phương pháp (chất lượng cao, được chắt lọc cẩn thận). Từ sau Đại hội Đảng Cộng sản Trung Quốc lần thứ 18 năm 2012 khi Tập Cận Bình nhấn mạnh tầm quan trọng của việc "kể tốt câu chuyện Trung Quốc", khái niệm này thực sự trở nên phổ biến và được hệ thống hoá như một giải pháp

cho sự kém hiệu quả của mô hình tuyên truyền một chiều trước đây. Sự hình thành của nó được thúc đẩy bởi ba logic chính: (1) Logic nhà nước: Nhu cầu chiến lược từ các sáng kiến như "Vành đai, Con đường" và đặc biệt là kinh nghiệm từ chính sách "Xoá đói giảm nghèo chuẩn xác" (精准扶贫); (2) Logic thị trường: Sự cạnh tranh và nhu cầu tối ưu hoá trong ngành công nghiệp truyền thông; (3) Logic công nghệ: Sự bùng nổ của dữ liệu lớn (Big Data) và AI cung cấp công cụ kỹ thuật để thực hiện hoá ý tưởng<sup>(7)</sup>.

Trong bối cảnh hiện đại, nội hàm của "Truyền thông chuẩn xác" trong lĩnh vực truyền thông quốc tế được cấu thành bởi ba trụ cột. *Thứ nhất*, phân khúc công chúng (Audience Segmentation), vượt qua cách tiếp cận đồng nhất hoá "khán giả quốc tế", chiến lược này đòi hỏi phải phân loại đối tượng một cách chi tiết dựa trên khu vực địa lý, tầng lớp xã hội, ngành nghề, và cả tâm lý chính trị<sup>(8)</sup>. *Thứ hai*, cá nhân hoá nội dung (Content Customization), nội dung truyền thông phải được "may đo", "thiết kế" cẩn thận cho từng phân khúc từ ngôn ngữ, chủ đề cho đến các biểu tượng văn hoá để tối đa hoá sự tiếp nhận. *Thứ ba*, đa dạng hóa kênh truyền thông (Channel Diversification), tận dụng một hệ sinh thái truyền thông phức hợp, không chỉ dựa vào các kênh truyền thông nhà nước truyền thống mà còn đầu tư mạnh vào mạng xã hội, hợp tác với những người có ảnh hưởng (KOLs) tại nơi tiếp nhận truyền thông, và thâm nhập vào các nền tảng số của nước ngoài để tạo ra các nội dung mang tính "tự nhiên" và đáng tin cậy hơn<sup>(9)</sup>.

Như vậy, "Truyền thông chuẩn xác" là một học thuyết toàn diện, tích hợp công nghệ, chiến lược và mục tiêu chính trị rõ ràng. Nó đòi hỏi sự chuyển đổi căn bản từ việc "chúng ta muốn nói gì" sang việc nghiên cứu sâu sắc "họ là ai, họ muốn nghe gì, và làm thế nào để họ tiếp nhận thông điệp của chúng ta một cách hiệu quả nhất". Câu trả lời cho những câu hỏi này chính là sứ mệnh của ngành Khu vực học.

## 2. Nghiên cứu Khu vực học và mối quan hệ cộng sinh với Truyền thông chuẩn xác

Hiệu quả của học thuyết "Truyền thông chuẩn xác" không thể chỉ quy về năng lực công nghệ, mà yếu tố quyết định sự "chuẩn xác" thực sự nằm ở chất

lượng của “thông tin đầu vào”- tức là sự am hiểu sâu sắc, đa chiều và có hệ thống về đối tượng truyền thông. Chính tại đây, ngành Khu vực học và Đất nước học đã được nâng tầm thành một trụ cột tri thức chiến lược, một nền tảng cốt lõi không thể thiếu cho các hoạt động đối ngoại của Trung Quốc.

Trong những năm gần đây, hệ thống học thuật và chính sách của Trung Quốc đã chứng kiến một sự đầu tư chiến lược và quy mô lớn chưa từng có để phát triển ngành Khu vực học và Đất nước học. Đỉnh điểm của quá trình này là vào tháng 9 năm 2022, khi Bộ Giáo dục Trung Quốc chính thức công nhận “Khu vực học và Đất nước học” là một ngành khoa học cấp một (first-level discipline) thuộc nhóm Khoa học liên ngành Kinh tế - Luật - Văn học - Lịch sử, ngang hàng với các ngành kinh điển như Triết học, Kinh tế học, Luật học<sup>(10)</sup>. Động thái này phản ánh một nhu cầu cấp bách của một quốc gia, sự phát triển của Khu vực học được coi là “nhu cầu của một nước lớn”, là điều kiện tiên quyết để một quốc gia đang vươn ra toàn cầu có thể hiểu đúng thế giới bên ngoài và hành động hiệu quả<sup>(11)</sup>.

Sự trỗi dậy này được thúc đẩy bởi bối cảnh thế giới mới, nơi các lợi ích của Trung Quốc, đặc biệt là thông qua Sáng kiến “Vành đai, Con đường” (BRI) đã mở rộng ra khắp toàn cầu. Điều này đòi hỏi một hệ thống tri thức độc lập, sâu sắc và không bị lệ thuộc vào các hệ thống lý thuyết mang đậm tính phương Tây. Các học giả cho rằng, Trung Quốc đang phát triển một cách tiếp cận “hướng về khu vực”, xây dựng hệ thống tri thức phục vụ cho việc tương tác hiệu quả với “Nam bán cầu”, các nước thế giới thứ ba, vượt qua giới hạn của chủ nghĩa “lấy phương Tây làm trung tâm”<sup>(12)</sup>. Mục tiêu của ngành học này là đào tạo ra một đội ngũ chuyên gia có khả năng cung cấp những phân tích và chính sách phù hợp, chính xác và hiệu quả cho Nhà nước thông qua một cách tiếp cận liên ngành để hiểu một quốc gia từ gốc rễ: ngôn ngữ, lịch sử, văn hoá, cấu trúc xã hội, hệ thống chính trị, tâm lý dân tộc, và đặc biệt là hệ sinh thái truyền thông.

Mối quan hệ giữa “Truyền thông chuẩn xác” và Khu vực học là một mối quan hệ cộng sinh, tương hỗ và ngày càng được thể chế hoá. Nếu Khu vực học

được ví như một “bộ não” cung cấp tri thức, phân tích và định hướng chiến lược, thì “Truyền thông chuẩn xác” chính là “cánh tay” để thực thi, và là “bộ cảm biến” thu thập dữ liệu phản hồi. Để một chiến dịch truyền thông đạt được độ “chuẩn xác”, nó cần được cung cấp những hiểu biết sâu sắc từ Khu vực học. Sự kết hợp này giúp chiến lược truyền thông có thể vượt qua được những rào cản về văn hoá, chính trị và tâm lý. *Thứ nhất*, thấu hiểu văn hoá và ngôn ngữ để “dịch” và “truyền tải” đúng thông điệp. Các chuyên gia Khu vực học cung cấp sự am hiểu sâu sắc về các thành ngữ, ẩn dụ, biểu tượng văn hoá và cả những điều cấm kỵ trong xã hội sở tại, điều này cho phép các nhà truyền thông làm tốt tốt việc “dịch” cả yếu tố văn hóa trong ngôn ngữ, đảm bảo thông điệp được truyền tải đi một cách tự nhiên, gần gũi và tôn trọng, tránh gây ra những phản ứng tiêu cực không đáng có. *Thứ hai*, phân tích bối cảnh chính trị - xã hội để định vị chính xác. Các nhà nghiên cứu khu vực học có thể xác định các nhóm lợi ích, các chủ thể chính trị quan trọng và các dòng dư luận chính đang định hướng xã hội, giúp các nhà hoạch định chiến lược xác định được cách tiếp cận phù hợp, các chủ đề có thể tạo ra sự đồng thuận, cũng như các khu vực nhạy cảm cần tránh trong việc xây dựng các chiến dịch có tính thuyết phục cao. *Thứ ba*, nghiên cứu hệ sinh thái truyền thông bản địa. Việc lựa chọn đúng kênh truyền thông có thể coi như là một yếu tố mang tính quyết định, nghiên cứu khu vực học giúp trả lời các câu hỏi quan trọng như: Kênh truyền thông nào được tin cậy nhất ở quốc gia mục tiêu? Ai là người có ảnh hưởng (KOLs) thực sự trong các lĩnh vực khác nhau? Nền tảng mạng xã hội nào đang được giới trẻ ở quốc gia đó ưa chuộng? Câu trả lời cho những câu hỏi này giúp chiến lược truyền thông đạt được “kênh chuẩn xác”, đảm bảo thông điệp không chỉ được tạo ra mà còn được lan toả một cách chuẩn xác.

Ngược lại, các hoạt động truyền thông cung cấp dữ liệu và môi trường thực nghiệm quý giá cho các nhà nghiên cứu khu vực học, giúp ngành học này thoát khỏi tình trạng hàn lâm thuần túy và trở nên sống động, gắn liền với thực tiễn. Thứ nhất, nó cho phép thu thập dữ liệu và kiểm chứng lý thuyết trong

thời gian thực. Các chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội tạo ra một lượng dữ liệu khổng lồ về phản ứng của công chúng (lượt tương tác, phân tích tình cảm, chủ đề bình luận), trở thành nguồn tài nguyên vô giá để phân tích tâm lý, thái độ của họ một cách cập nhật. Các chiến dịch truyền thông quy mô nhỏ (A/B testing) có thể được sử dụng như những "thí nghiệm xã hội" để kiểm chứng các giả thuyết học thuật, giúp các lý thuyết khu vực học được tinh chỉnh và xác thực liên tục. Thứ hai, nó định hướng nghiên cứu ứng dụng và xây dựng cộng đồng học thuật mới. Sự tương tác này thúc đẩy Khu vực học chuyển hướng sang nghiên cứu ứng dụng. Các vấn đề, thách thức và cả những thất bại trong các chiến dịch truyền thông sẽ trở thành các đề tài nghiên cứu mới, cấp thiết cho các học giả. Điều này tạo ra một vòng lặp chiến lược: Nghiên cứu Khu vực học à Định hình Chiến lược Truyền thông Chuẩn xác à Triển khai chiến dịch à Thu thập và phân tích phản hồi à Cung cấp dữ liệu và định hướng cho Nghiên cứu Khu vực học. Sự kết hợp chặt chẽ này đang và sẽ tạo ra một cỗ máy truyền thông đối ngoại tinh vi, có khả năng tự học hỏi và tự hoàn thiện, đây chính là một trong những lợi thế cạnh tranh cốt lõi của Trung Quốc trong việc định hình không gian diễn ngôn toàn cầu trong tương lai.

### **3. Từ mô hình truyền thông chuẩn xác Trung Quốc đến gợi mở chính sách cho truyền thông quốc tế của Việt Nam**

Việc phân tích mô hình "Truyền thông chuẩn xác" và sự đầu tư chiến lược vào Khu vực học của Trung Quốc không chỉ mang ý nghĩa tham khảo về mặt học thuật mà còn cung cấp những gợi mở chính sách quan trọng cho công tác truyền thông quốc tế của Việt Nam. Trong bối cảnh thế giới đầy biến động và cạnh tranh chiến lược ngày càng gay gắt, việc xây dựng và quảng bá hình ảnh một quốc gia Việt Nam "độc lập, tự chủ, hoà bình, hữu nghị, hợp tác và phát triển", là bạn, là đối tác tin cậy và là thành viên tích cực, có trách nhiệm trong cộng đồng quốc tế<sup>(13)</sup> đòi hỏi một cách tiếp cận công chúng quốc tế ngày càng hiệu quả và có chiều sâu.

Hiện nay, công tác truyền thông quốc tế của Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận, lan

toả hình ảnh một đất nước Việt Nam hòa bình, ổn định, văn hoá đặc sắc, ẩm thực phong phú và con người thân thiện. Tuy nhiên, phần lớn các thông điệp này vẫn mang tính chất "đại trà", hướng đến "công chúng quốc tế" chung chung. Cách tiếp cận này hiệu quả trong việc xây dựng hình ảnh nền tảng tích cực, nhưng có thể chưa đủ sức mạnh để tác động sâu sắc đến các nhóm đối tượng chiến lược khác nhau, đặc biệt là trong các vấn đề phức tạp liên quan đến kinh tế, chính trị và an ninh.

Bởi vậy, "Truyền thông chuẩn xác" mang đến những gợi mở và phát huy giá trị nhất định. Gợi mở đầu tiên và quan trọng nhất đối với Việt Nam chính là sự cần thiết phải chuyển đổi tư duy từ truyền thông đại trà sang truyền thông phân khúc hoá dựa trên nền tảng tri thức. Điều này đòi hỏi một sự đầu tư chiến lược, bài bản và dài hạn vào việc xây dựng năng lực nghiên cứu Khu vực học và Đất nước học của chính Việt Nam. Nhà nước cần thành lập những viện nghiên cứu, mở rộng những chương trình đào tạo chuyên sâu về khu vực và quốc gia, không chỉ dừng lại ở mức độ nghiên cứu quan hệ quốc tế nói chung mà cần phải đi sâu vào ngôn ngữ, kinh tế, chính trị, văn hoá, v.v. của từng quốc gia cụ thể. Các chuyên gia "Việt Nam học" của các nước khác đang nghiên cứu Việt Nam rất kỹ, do đó, Việt Nam cũng cần những chuyên gia hàng đầu của mình về các quốc gia đối tác và đối tượng trọng điểm.

Thứ nhất, xây dựng một hệ sinh thái truyền thông đối ngoại đa dạng và linh hoạt. Ngoài các cơ quan báo chí chủ lực như Thông tấn xã Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, cần trao quyền và tạo điều kiện nhiều hơn cho một hệ sinh thái các chủ thể truyền thông khác như các viện nghiên cứu, các trường đại học, các tổ chức xã hội, các doanh nghiệp và đặc biệt là mạng lưới người Việt Nam ở nước ngoài. Cần có cơ chế để kết nối và biến mạng lưới này thành những "đại sứ văn hoá", những người kể chuyện tự nhiên và đáng tin cậy về Việt Nam. Việc hỗ trợ các nhà sáng tạo nội dung người Việt và gốc Việt trên các nền tảng toàn cầu như YouTube, Facebook, TikTok để họ sản xuất những nội dung chất lượng cao về Việt Nam cũng là một hướng đi mang tính chiến lược.

Thứ hai, thiết lập một kết nối chiến lược giữa nghiên cứu và thực tiễn. Công tác truyền thông không nên là một hoạt động một chiều, cần phải xây dựng năng lực phân tích và phản hồi thông tin từ các chiến dịch. Việc đầu tư vào các công cụ giúp lắng nghe, quan sát xã hội và phân tích dữ liệu lớn sẽ giúp chúng ta hiểu được các thông điệp đang được công chúng quốc tế tiếp nhận như thế nào, phản ứng của các nhóm công chúng ra sao, và những luận điểm nào đang gây ra tranh cãi. Những dữ liệu phản hồi này không chỉ giúp điều chỉnh chiến lược truyền thông tiếp theo cho hiệu quả hơn mà còn cung cấp những đề tài nghiên cứu thực tiễn cho các nhà nghiên cứu Khu vực học. Sự kết hợp giữa các cơ quan hoạch định chính sách, các trường đại học và các cơ quan truyền thông sẽ tạo ra một chu trình cộng sinh, nơi lý luận dẫn lối cho thực tiễn và thực tiễn kiểm chứng, làm giàu lý luận.

Tóm lại, việc học hỏi tư duy □Truyền thông chuẩn xác□ và mô hình tích hợp với Khu vực học không có nghĩa là sao chép máy móc, mà là tiếp thu một phương pháp luận khoa học và có hệ thống. Bằng cách đầu tư chiến lược vào việc xây dựng nền tảng tri thức sâu sắc về thế giới, và trên cơ sở đó, triển khai các chiến dịch truyền thông được □may đo□, □tinh chỉnh□ cho từng đối tượng cụ thể, Việt Nam có thể nâng tầm hiệu quả của công tác truyền thông quốc tế. Mục tiêu không chỉ là để thế giới □biết đến□ và □yêu mến□ Việt Nam, mà quan trọng hơn là để thế giới □hiểu đúng□ và □tôn trọng□ vị thế, vai trò và những đóng góp của Việt Nam trong một thế giới phức tạp, qua đó phục vụ một cách hiệu quả nhất cho lợi ích quốc gia - dân tộc trong một giai đoạn phát triển mới/.

(\*) *Nghiên cứu này nằm trong Đề tài Nghiên cứu khoa học cấp cơ sở □Sáng kiến □Vành đai, Con đường□ nhìn từ góc độ truyền thông của Trung Quốc đối với Việt Nam□, mã số đề tài CS.2025.11, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQGHN.*

(1) Nhân dân Nhật báo (2013), □Trình bày tốt câu chuyện Trung Quốc, truyền bá tốt tiếng nói Trung Quốc: Nghiên cứu sâu sắc và quán triệt tinh thần bài phát biểu quan trọng của đồng chí Tập Cận Bình tại Hội nghị Công tác Tuyên truyền Tư tưởng Toàn quốc□, <http://politics.people.com.cn/n/2013/1010/c1001-23144775.html>, truy cập ngày 15 tháng 4 năm 2025.

(2) Xiong Yin, Chen Dan (2025), □Nghiên cứu sơ bộ về nguồn gốc và quá trình phát triển của truyền thông chính xác ở Trung Quốc và phương Tây□, Diễn đàn Truyền thông, số 2, trang 25-27+40.

(3) Aristotle (2024), Biện luận. NXB Đà Nẵng.

(4) Liu Zhengyu (2007), □Nghiên cứu về phương pháp marketing chuẩn xác□, Tạp chí Đại học Giao thông Thượng Hải, số 4, tr. 143-146+151.

(5) Ma Fei (2021), □Nghiên cứu giá trị của Quý Cốc Tử dưới góc nhìn của giáo viên nước ngoài□, Tạp chí Văn hóa học, số 3, trang 179-181.

(6) Huo Sitong (2017), □Hai truyền thống tư tưởng tu từ Trung Quốc cổ đại - Dựa trên so sánh Luận Ngữ và Quý Cốc Tử□, Tạp chí Đại học Sư phạm Phúc Kiến (Phiên bản Triết học và Khoa học Xã hội), số 5, tr. 28-35.

(7) Yue Lin (2022), □Nguồn gốc lý luận, quá trình phát triển và triển vọng tương lai của nghiên cứu truyền thông chính xác ở Trung Quốc□, Tạp chí Nhân văn, số 8, tr. 11-22.

(8) Wang Lina, Gao Xieping (2022), □Hiện trạng và xu hướng phát triển của nghiên cứu truyền thông quốc tế chính xác ở Trung Quốc□, Tạp chí Ngôn ngữ và Văn hóa Nước ngoài, 6(3), trang 54-66.

(9) Zhou Jianxin (2024), □Nội hàm, đặc điểm, phương hướng, lập trường và việc định hình năng lực của truyền thông quốc tế chính xác□, Truyền thông Hiện đại, số 10, tr. 61-71.

(10) Bộ Giáo dục Trung Quốc (2022), □Thông báo của Ủy ban Học vị Quốc vụ viện và Bộ Giáo dục về việc ban hành □Danh mục Ngành và Chuyên ngành Giáo dục Sau đại học (năm 2022)□ và □Biện pháp Quản lý Danh mục Ngành và Chuyên ngành Giáo dục Sau đại học□, truy cập từ [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-09/14/content\\_5709785.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-09/14/content_5709785.htm), ngày 25 tháng 4 năm 2025.

(11) Wen Jing (2024), □Truyền thông chuẩn xác dưới góc nhìn của nghiên cứu khu vực và quốc gia□, Tạp chí Nghiên cứu Truyền thông Phương Nam, số 2, trang 31-37.

(12) Sheng Yang, Li Fei, Meng Tingyi (2024), □Hướng tới khu vực: Lý luận và thực tiễn của truyền thông quốc tế chính xác hóa với phương pháp nghiên cứu khu vực và quốc gia□, Tạp chí Truyền thông Đối ngoại, số 7, trang 27-31.

(13) Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, T.1, Nxb. Chính trị Quốc gia Sự thật, tr.161-162.