

Lý thuyết đóng khung: Nguồn gốc, nội dung, ứng dụng và nhận định

Framing theory: Origins, core concepts, applications, and perspectives

PGS, TS. VŨ THANH VÂN

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: vanvuajc@gmail.com

Ngày nhận bài: 05/5/2026

Ngày phản biện: 27/5/2026

Ngày chấp nhận đăng: 20/07/2026

Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí truyền thông

Tóm tắt: Lý thuyết đóng khung (framing theory) là một trong những lý thuyết chủ đạo trong nghiên cứu báo chí - truyền thông, được ứng dụng rộng rãi để lý giải quá trình mã hóa và giải mã thông điệp. Tuy nhiên, tại Việt Nam, việc trình bày và ứng dụng lý thuyết này còn thiếu thống nhất do hạn chế trong tiếp cận tài liệu gốc, sự nhầm lẫn giữa “khung” (frame) và “đóng khung” (framing), cùng sự thiếu vắng các đánh giá phản biện. Bài viết này hướng tới hệ thống hóa nguồn gốc, nội dung cốt lõi, khả năng ứng dụng và những tranh luận học thuật xoay quanh lý thuyết.

Từ khóa: khung; đóng khung; lý thuyết đóng khung.

Abstract: Framing theory is one of the leading theories in journalism and communication studies and has been widely applied to explain the processes of message encoding and decoding. However, in Vietnam, the presentation and application of this theory remain inconsistent due to limited access to original sources, confusion between the concepts of frame and framing, and the lack of critical evaluation. This article aims to systematically examine the origins, core concepts, applications, and academic debates surrounding framing theory.

Keywords: frame; framing; framing theory.

1. Đặt vấn đề

Lý thuyết đóng khung (framing theory) là một trong những lý thuyết được sử dụng rộng rãi trong nghiên cứu báo chí - truyền thông tại Việt Nam hiện nay. Lý thuyết này thường được ứng dụng để nghiên cứu khuynh hướng của báo chí, cách thức xây dựng và tiếp nhận thông điệp truyền thông, tác động của truyền thông đến nhận thức, hành vi của công chúng... Lý thuyết đóng khung được đề cập trong nhiều cuốn sách, bài tạp chí khoa học, tham luận hội thảo và luận án báo chí - truyền thông.

Tuy nhiên, việc trình bày và ứng dụng lý thuyết này còn có những điểm chưa thống nhất vì mấy lý do chủ yếu sau đây. Thứ nhất, việc tiếp cận lý thuyết này chủ yếu thông qua các tài liệu dịch nên còn có những khác biệt trong nhận thức và cách dịch như có

sự nhầm lẫn giữa khung (frame) và đóng khung (framing). Thứ hai, do hạn chế về khả năng tiếp cận đầy đủ các tài liệu gốc nên các nội dung về lý thuyết đóng khung còn rời rạc, chưa mang tính hệ thống. Thứ ba, các tài liệu chủ yếu tập trung vào trình bày nội dung lý thuyết mà ít có sự đánh giá, phản biện, chỉ ra những tranh luận học thuật về lý thuyết này.

Bối cảnh này cho thấy sự cần thiết của việc hệ thống hóa lý thuyết đóng khung từ các tài liệu nền tảng và nghiên cứu hiện đại nhằm làm rõ nguồn gốc, nội dung, khả năng ứng dụng và đánh giá về lý thuyết. Xuất phát từ yêu cầu này, tác giả đã tập hợp, phân tích và hệ thống hóa các tài liệu về lý thuyết đóng khung, bao gồm sách của những tác giả được coi là cha đẻ của lý thuyết như Gregory Bateson, Erving Goffman và nghiên cứu của những nhà nghiên

cứ tiêu biểu như Robert M. Entman, Paul D'Angelo và Jörg Matthes...

Với mục đích hệ thống hóa lý thuyết đóng khung, cung cấp nền tảng lý thuyết cho việc nghiên cứu và giảng dạy báo chí - truyền thông, bài viết này hướng tới trả lời các câu hỏi: Lý thuyết đóng khung có nguồn gốc như thế nào? Sự khác biệt giữa khung và đóng khung là gì? Lý thuyết đóng khung có thể được ứng dụng như thế nào trong nghiên cứu báo chí - truyền thông? Có những tranh luận học thuật nào về hạt nhân hợp lý và chưa hợp lý của lý thuyết đóng khung?

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này sử dụng phương pháp nghiên cứu thứ cấp thông qua việc tập hợp, tổng hợp, phân tích và hệ thống hóa các tài liệu nền tảng và hiện đại về lý thuyết đóng khung. Các bài viết này được tập hợp chủ yếu từ các cơ sở dữ liệu nghiên cứu của nhà xuất bản Springer (Đức), Taylor & Francis (Anh) và thư viện Đại học West England (Anh). Tài liệu nghiên cứu thuộc 5 nhóm sau đây:

Nhóm 1. Tài liệu nền tảng về khung và đóng khung. Đây là các nghiên cứu đặt nền tảng cho lý thuyết đóng khung, xuất hiện chủ yếu trước năm 2000: Sách *Lý thuyết về trò chơi và sự tương tượng* của Gregory Bateson (1955); sách *Phân tích khung: Tiểu luận về tổ chức kinh nghiệm* của Erving Goffman (1974); bài viết *Phân tích đóng khung: Một cách tiếp cận diễn ngôn tin tức* của Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki (1993); bài viết *Đóng khung: Hướng tới làm rõ một mô hình phân mảnh* của Robert M. Entman (1993); bài viết *Đóng khung tin tức như một chương trình nghiên cứu đa hệ hình: Trao đổi với Entman* của Paul D'Angelo (2002)

Nhóm 2. Tài liệu về khung và đóng khung trong báo chí - truyền thông. Đây là những nghiên cứu ứng dụng và phát triển lý thuyết đóng khung trong báo chí - truyền thông: Bài viết *Đóng khung như lý thuyết về tác động truyền thông* của Dietram A. Scheufele (1999); bài viết *Thực hiện phân tích đóng khung tin tức: Các góc độ thực nghiệm và lý thuyết* của Paul D'Angelo & Jim A. Kuypers (2010).

Nhóm 3. Tài liệu về khung và đóng khung trong ngôn ngữ học và tu từ học: Bài viết *Phân tích đóng khung từ lăng kính tu từ học* của Jim A. Kuypers (2005); bài viết *Đóng khung ẩn dụ: Định hình diễn*

ngôn công chúng qua ẩn dụ, cường điệu và mỉa mai của Christian Burgers và cộng sự (2016)

Nhóm 4. Tài liệu về khung và đóng khung trong chính trị: Bài viết *Nghiên cứu hiệu ứng của đóng khung đối với các vấn đề chính sách* của Paul R. Brewer & Kimberly Gross (2010); bài viết *Đóng khung chính trị: Một cách tiếp cận tích hợp* của Jörg Matthes (2012)

Nhóm 5. Tài liệu về khung và đóng khung trong các lĩnh vực khác như truyền thông y tế, môi trường: Bài viết *Đóng khung các thông điệp thông tin sức khỏe* của Elie A. Akl và cộng sự (2011); bài viết *Đóng khung thành công, thất bại và chuyển đổi trong đổi mới sáng tạo* của Orlagh Reynolds và cộng sự (2025)

Công cụ trí tuệ nhân tạo NotebookLM của Google được sử dụng để hỗ trợ phân tích các bài viết theo các chủ đề. Các kết quả của NotebookLM được truy nguồn, đối chiếu và kiểm tra để bảo đảm tính chính xác của thông tin.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Nguồn gốc, khái niệm khung và đóng khung

Lý thuyết đóng khung là lý thuyết liên ngành nhân chủng học, ký hiệu học, tâm lý học, xã hội học và báo chí - truyền thông. Lý thuyết này được nhiều nhà nghiên cứu xây dựng và phát triển, trong đó Gregory Bateson (Mỹ) và Erving Goffman (Mỹ) được công nhận là những người đi đầu. Là nhà nhân chủng học và ký hiệu học, Gregory Bateson định nghĩa khung (frame) là ranh giới nhận thức hoặc khuôn khổ giao tiếp giúp các cá nhân mã hóa và giải mã chính xác thông điệp. Ông đưa ra khái niệm này dựa trên việc quan sát những con rái cá trong công viên có hành động chiến đấu như thật nhưng chúng ra tín hiệu cho nhau biết đó là chơi đùa.

Trong bài viết *Lý thuyết về trò chơi và sự tương tượng* (A Theory of Play and Fantasy), Bateson (1955) tiếp cận khung dưới góc độ tâm lý học nhận thức và coi nó là một hình thức siêu giao tiếp (metacommunication). Trong cuốn *Các bước tới hệ sinh thái tâm trí* (Steps to an Ecology of Mind), Bateson (1972) cho rằng, khung “cung cấp cho người nhận những hướng dẫn hoặc hỗ trợ để hiểu được thông điệp được bao gồm trong khung đó” giống như một khung tranh khiến người xem tập trung vào những gì bên trong và bỏ qua những gì bên ngoài. Cũng trong

cuốn sách này, Bateson đặt khái niệm khung trong mối liên hệ chặt chẽ với khái niệm bối cảnh (context).

Là nhà xã hội học và tâm lý học xã hội, Erving Goffman kế thừa và phát triển quan điểm của Gregory Bateson về khung trong cuốn sách *Phân tích khung* (Frame Analysis). Theo Goffman (1974), khung là “những yếu tố cơ bản” giúp trả lời câu hỏi “Điều gì đang xảy ra ở đây?”. Ông mở rộng khái niệm của Bateson khi mô tả khung như một lược đồ tâm trí, giúp tổ chức các trải nghiệm cá nhân và như một khung xã hội, giúp các thành viên trong xã hội đạt đến một cách diễn giải chung về thực tại. Nhờ có khung, thực tại hỗn độn, đa dạng được tổ chức thành trải nghiệm có trật tự và có thể lý giải được. Khung giúp các cá nhân định vị, nhận thức, xác định và gọi tên vấn đề, sự kiện đồng thời ảnh hưởng đến suy nghĩ và thái độ của họ.

Nếu như khung là lược đồ diễn giải thực tại, mang tính chất tĩnh thì đóng khung là quá trình động để diễn giải thực tại. Nói cách khác, khung là kết quả của quá trình đóng khung. Dựa trên quan điểm của Bateson và Goffman về khung, các nhà nghiên cứu như Gaye Tuchman, Todd Gitlin, Robert Entman và George Lakoff tiếp tục phát triển lý thuyết đóng khung. Từ những nghiên cứu ban đầu trong lĩnh vực tâm lý học và ký hiệu học, lý thuyết đóng khung ngày càng được ứng dụng rộng rãi trong báo chí - truyền thông. Gitlin (1980) định nghĩa đóng khung là “việc lựa chọn, nhấn mạnh và loại bỏ có chủ đích” nhằm “giúp các nhà báo xử lý khối lượng lớn thông tin một cách nhanh chóng và thường xuyên và đóng gói thông tin theo cách công chúng dễ tiếp nhận.”

Trong bài viết *Lựa chọn, giá trị và khung* (Choices, values, and frames), hai nhà lý thuyết về triển vọng Daniel Kahneman và Amos Tversky (1984) đã công bố kết quả một nghiên cứu thực nghiệm về tác động của khung đối với nhận thức của công chúng. Hai ông yêu cầu những người tham gia thí nghiệm đưa ra lựa chọn của mình trong tình huống sau: “Hãy tưởng tượng Hoa Kỳ đang chuẩn bị đối phó với sự bùng phát của một căn bệnh châu Á bất thường, dự kiến sẽ cướp đi sinh mạng của 600 người. Hai phương án thay thế để chống lại căn bệnh này đã được đề xuất. Giả sử các ước tính khoa học chính xác về hậu quả của các phương án là như sau: Nếu Phương

án A được áp dụng, 200 người sẽ được cứu. Nếu Phương án B được áp dụng, có 1/3 xác suất 600 người sẽ được cứu và 2/3 xác suất không ai được cứu. Bạn sẽ ủng hộ phương án nào trong hai phương án này?”

Trong thí nghiệm thứ nhất này, 72% số người tham gia lựa chọn phương án A (chắc chắn cứu sống 200 người) khi số người được cứu được đóng khung như một sự bảo đảm và 28% lựa chọn phương án B khi số người được cứu được đóng khung như một xác suất. Hai tác giả tiếp tục thí nghiệm thứ hai bằng cách đưa ra phương án C và phương án D: “Nếu Phương án C được áp dụng, 400 người sẽ chết. Nếu Phương án D được áp dụng, có 1/3 xác suất không ai phải chết và 2/3 xác suất 600 người sẽ chết”. Kết quả, 78% chọn phương án D và 22% chọn phương án C. Mặc dù phương án C không khác phương án A và phương án D không khác phương án B về mặt toán học nhưng khi được đóng khung khác nhau, lựa chọn của người tham gia lại thay đổi.

Thí nghiệm này cho thấy, khi đối mặt với khung lợi ích (gain frame), người tham gia có xu hướng chọn phương án chắc chắn và loại trừ phương án rủi ro. Tuy nhiên, khi đối mặt với khung tổn thất (loss frame), họ có xu hướng chấp nhận phương án rủi ro. Khung lợi ích và khung tổn thất mà Kahneman và Tversky xây dựng được sử dụng trong nhiều nghiên cứu sau này để xem xét ảnh hưởng của khung và cách đóng khung đối với nhận thức và quyết định của con người.

Là người có nhiều đóng góp đối với lý thuyết đóng khung trong báo chí - truyền thông, nhà khoa học chính trị Robert M. Entman (1993, p. 52) trong bài viết *Đóng khung: Hướng tới làm rõ một mô hình phân mảnh* (Framing: Toward clarification of a fractured paradigm) đã đưa ra định nghĩa được nhiều người chấp nhận về đóng khung. Theo đó, “Đóng khung là lựa chọn một số khía cạnh của thực tại được nhận thức và làm cho chúng trở nên nổi bật hơn trong văn bản truyền thông, từ đó thúc đẩy một cách nhìn nhận vấn đề cụ thể, giải thích nguyên nhân, đánh giá đạo đức và/hoặc đề xuất giải pháp cho vấn đề đã nêu”. Entman cho rằng, làm cho nổi bật hơn là làm cho thông tin “đáng chú ý, có ý nghĩa hơn hoặc đáng ghi nhớ hơn đối với công chúng”.

Như vậy, đóng khung là quá trình xác lập khuôn khổ, bối cảnh hay ranh giới cho việc mã hóa và giải

mã thông điệp thông qua việc lựa chọn, loại trừ hoặc nhấn mạnh một số thông tin nhất định. Quá trình đóng khung mang tính năng động, liên tục với sự tương tác liên chủ thể và luôn gắn liền với bối cảnh văn hóa, xã hội cụ thể. Trong khi đó, khung là kết quả của quá trình đóng khung, mang tính chất tĩnh và có chức năng định nghĩa và phân loại. Khung là khuôn khổ để công chúng diễn giải ý nghĩa và hướng tới nhận thức chung. Từ nguồn gốc nhân chủng học và ký hiệu học ban đầu, lý thuyết đóng khung ngày càng được bổ sung, phát triển và ứng dụng rộng rãi trong lĩnh vực báo chí - truyền thông.

3.2. Nội dung chính của lý thuyết đóng khung trong truyền thông

Nội dung chính của lý thuyết đóng khung trong truyền thông được thể hiện trên bốn phương diện chính: phân loại khung, chức năng của khung, cấu trúc của khung và quá trình đóng khung. Nội dung của lý thuyết đóng khung là kết quả của nhiều nhà nghiên cứu khác nhau, chứ không phải của một tác giả duy nhất. Nhờ cách tiếp cận đa dạng, liên ngành, lý thuyết đóng khung liên tục được bổ sung, hoàn thiện nhưng cũng gây ra những tranh luận học thuật về tính thống nhất về nội dung.

Thứ nhất, Robert Entman đưa ra bốn loại khung khác nhau: khung của nhà truyền thông, khung trong văn bản, khung của công chúng và khung của văn hóa (1993, p. 51). Cụ thể, khung của nhà truyền thông đóng vai trò là lược đồ diễn giải, quyết định họ sẽ trình bày thông tin nào và trình bày như thế nào. Khung trong văn bản được thể hiện bằng các từ khóa, lối diễn đạt và hình ảnh điển hình nhằm củng cố mô thức dữ kiện hoặc khuôn mẫu nhất định. Khung của công chúng giúp công chúng giải mã thông điệp, định hình tư duy. Trong khi đó, khung của văn hóa mang tính bao trùm, quy định khung của nhà truyền thông và công chúng theo những cách khác nhau.

Thứ hai, Robert Entman (1993) cho rằng, bốn chức năng chủ yếu của khung là xác định vấn đề, chẩn đoán nguyên nhân, đánh giá đạo đức và đề xuất giải pháp. Cụ thể, (1) Định nghĩa vấn đề: Nhà truyền thông xác định, gọi tên vấn đề nhằm xác lập nhận thức chung với công chúng; (2) Chẩn đoán nguyên nhân: Nhà truyền thông xác định, phân tích các yếu tố, tác nhân gây ra vấn đề; (3) Đánh giá đạo đức:

Đánh giá tác động, hậu quả của vấn đề trên cơ sở các chuẩn mực chung; (4) Đề xuất giải pháp: Đưa ra, thuyết phục công chúng ủng hộ, chấp nhận các hướng giải quyết vấn đề. Một thông điệp truyền thông có thể thực hiện đồng thời hoặc không đồng thời bốn chức năng này.

Thứ ba, theo Zhongdang Pan và Gerald M. Kosicki (1993), đóng khung là việc đặt thông tin vào một bối cảnh cụ thể bằng cách sử dụng bốn cấu trúc: cấu trúc cú pháp, cấu trúc kịch bản, cấu trúc chủ đề và cấu trúc tu từ. Cấu trúc cú pháp (syntactical structure) là các khuôn mẫu, quy tắc ngữ pháp để kiến tạo ý nghĩa, mang tính đặc trưng cho mỗi ngôn ngữ, cấu trúc cú pháp quy định cách sắp xếp từ và cụm từ để thể hiện ý nghĩa và biểu đạt thái độ. Ví dụ, các nhà báo phải tuân thủ quy tắc không sử dụng ngôi nhân xưng thứ nhất và hạn chế sử dụng tính từ để thể hiện sự khách quan. Cấu trúc kịch bản (script structure) là mô thức tổ chức thông tin như cấu trúc tháp ngược hay mô hình 5W+1H nhằm tạo nên câu chuyện có ý nghĩa.

Cách nhà truyền thông sử dụng cấu trúc cú pháp và cấu trúc kịch bản sẽ thể hiện cấu trúc chủ đề (thematic structure). Cấu trúc chủ đề cho biết nhà truyền thông đang hướng tới chứng minh giả thuyết, xác lập vấn đề gì và như thế nào. Nhà truyền thông có thể sử dụng logic diễn dịch hoặc quy nạp để đi đến định nghĩa vấn đề và đưa ra nhận định. Cấu trúc tu từ (rhetorical structure) là những lựa chọn về giọng điệu và phong cách của nhà truyền thông nhằm tạo ra tác động mong muốn. Cấu trúc này được hình thành từ các ẩn dụ, ví dụ điển hình, các lối diễn đạt khuôn mẫu và hình ảnh trực quan. Các công cụ này được sử dụng để gợi hình ảnh, gia tăng tính sinh động và thu hút sự chú ý của công chúng.

Thứ tư, theo Dietram A. Scheufele (1999) quá trình đóng khung diễn ra theo hai giai đoạn: xây dựng khung và chuyên giao khung. Xây dựng khung là quá trình kiến tạo các khung truyền thông, trong đó nhà truyền thông tìm cách đưa ra những định nghĩa vấn đề theo mục đích và lợi ích của mình. Một vấn đề có thể được nhìn nhận từ nhiều góc độ khác nhau tùy thuộc vào giá trị, nhận thức và quan điểm của nhà truyền thông. Ví dụ, việc đánh thuế cao hơn đối với người thu nhập cao có thể được nhìn nhận theo khung

“công bằng” nhằm tái phân phối thu nhập và bảo đảm an sinh xã hội đối với các nhóm yếu thế hoặc theo khung “bất công” do làm giảm động lực của nhóm thu nhập cao trong khi gia tăng sự bị động, phụ thuộc của nhóm thu nhập thấp.

Sau khi được xây dựng, khung sẽ được truyền tải, tích hợp vào thông điệp truyền thông nhằm tác động đến nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng. Ba tình huống khác nhau sẽ xảy ra: (1) công chúng tiếp nhận toàn bộ khung của nhà truyền thông và khung của nhà truyền thông trở thành khung của công chúng; (2) công chúng chỉ tiếp nhận một phần khung của nhà truyền thông và tích hợp yếu tố phù hợp vào khung cá nhân và (3) công chúng phản bác khung của nhà truyền thông. Phản ứng trở lại của công chúng sẽ khiến nhà truyền thông giữ nguyên, điều chỉnh hoặc thay đổi khung của mình.

3.3. Ứng dụng lý thuyết đóng khung trong nghiên cứu báo chí - truyền thông

Lý thuyết đóng khung được sử dụng rộng rãi trong nghiên cứu báo chí - truyền thông. Các nghiên cứu hướng đến trả lời các câu hỏi như: Quá trình đóng khung diễn ra như thế nào? Những khung nào được thiết lập? Tác động của các khung đó đối với công chúng? Cụ thể, lý thuyết đóng khung có thể được ứng dụng để nghiên cứu (1) chủ thể truyền thông: Chủ thể đóng khung vấn đề, sự kiện như thế nào? Tại sao lại đóng khung như vậy?; (2) Thông điệp truyền thông: Thông điệp bao hàm những khung nào? Những khung đó được biểu hiện như thế nào về cấu trúc cú pháp, kịch bản, chủ đề và tu từ? và (3) Công chúng truyền thông: Công chúng nhận thấy những khung nào trong thông điệp truyền thông? Những khung đó ảnh hưởng như thế nào đến công chúng? Dưới đây là một số nghiên cứu tiêu biểu về lý thuyết đóng khung.

Fadi Jaber và Marine Levidze (2026) thực hiện nghiên cứu *Đóng khung “cuộc chiến thương mại”*: Một phân tích so sánh tin tức của Fox News và CTV News về thuế của Trump đối với Canada (Framing the “Trade War”: A Comparative Analysis of Fox News and CTV News Coverage of Trump’s 2025 Tariffs on Canada) nhằm làm rõ cách hai cơ quan báo chí lớn của Mỹ và Canada đưa tin về chính sách thuế quan của chính quyền Donald Trump. Nghiên cứu

tìm hiểu cách thức mỗi cơ quan báo chí định nghĩa xung đột, chẩn đoán nguyên nhân, đưa ra đánh giá đạo đức và đề xuất giải pháp. Jaber và Levidze thực hiện phân tích nội dung so sánh định tính với 104 bài báo (52 bài từ Fox News và 52 bài từ CTV News). Các bài báo này được xuất bản từ ngày 20/01 đến 30/04/2025, tương ứng với 100 ngày đầu nhiệm kỳ thứ hai của tổng thống Donald Trump.

Trong nghiên cứu này, Fadi Jaber và Marine Levidze đã phát hiện ra hai khung truyền thông hoàn toàn trái ngược nhau, phản ánh lợi ích quốc gia của mỗi nước. Theo đó, Fox News đóng khung thuế quan như một cuộc “phòng vệ đạo đức” để chống lại mối đe dọa an ninh quốc gia (định nghĩa vấn đề). Fox News cho rằng, sự quản lý lỏng lẻo của Canada là nguyên nhân khiến ma túy tràn vào nước Mỹ (chẩn đoán nguyên nhân). Do đó, việc ông Trump áp thuế là cần thiết để bảo vệ người dân Mỹ (đánh giá đạo đức) và biện pháp này cần được duy trì (đề xuất giải pháp). Fox News đã sử dụng những từ mang hàm ý quân sự như chiến tranh (war), cuộc xâm lược (invasion) và đòn tấn công (strike).

Trong khi đó, CTV News phác họa việc ông Trump áp đặt thuế quan là hành vi mang động cơ chính trị và gây thiệt hại kinh tế nặng nề. Họ cho rằng, đây là hành động mang tính dân túy của ông Trump nhằm giành được sự ủng hộ của những người theo chủ nghĩa bảo hộ thương mại. Canada được mô tả như quốc gia tuân thủ luật pháp quốc tế, hành động trừng phạt trong khi hành động của Mỹ là phá vỡ trật tự vốn có, do đó CTV News đề xuất các giải pháp dựa trên thể chế đa phương như Tổ chức Thương mại thế giới.

Nghiên cứu *Đóng khung nguồn gốc của Covid-19* (Framing the Origins of COVID-19) của Toby Bolsen và các cộng sự (2020) là nghiên cứu thực nghiệm điển hình về tác động của khung đối với nhận thức, thái độ của công chúng. Các nhà nghiên cứu đã chia ngẫu nhiên 1.071 người thành 4 nhóm và cho mỗi nhóm này tiếp xúc với một khung về nguồn gốc của Covid-19. Nhóm thứ nhất (270 người) tiếp xúc với khung về nguồn gốc tự nhiên của virus, cho rằng virus lây từ động vật sang người; nhóm thứ hai (266 người) tiếp xúc khung về thuyết âm mưu cho rằng, virus có nguồn gốc từ phòng thí nghiệm của Trung

Quốc; nhóm thứ ba (267 người) tiếp xúc khung cạnh tranh, trong đó họ được tiếp cận với tiêu đề “Virus corona có nguồn gốc từ phòng thí nghiệm Trung Quốc hay có nguồn gốc tự nhiên từ động vật?” và nội dung bài viết đề cập đến cả nguồn gốc tự nhiên và thuyết âm mưu. Nhóm thứ tư (268 người) không tiếp xúc với bất kỳ khung nào, đóng vai trò là nhóm đối chứng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy tác động mạnh mẽ của khung thông điệp đối với nhận thức và hành vi của công chúng. Cụ thể, việc tiếp xúc với một khung duy nhất về nguồn gốc tự nhiên hoặc thuyết âm mưu ảnh hưởng trực tiếp đến giải pháp mà công chúng ủng hộ. Những cá nhân tin virus có nguồn gốc từ phòng thí nghiệm Trung Quốc có xu hướng ủng hộ việc trừng phạt Trung Quốc trong khi những người tin virus có nguồn gốc tự nhiên ủng hộ việc tăng cường tài trợ cho nghiên cứu y sinh học nhằm tìm hiểu các loại virus corona lây từ động vật sang người. Trong khi đó, niềm tin của nhóm tiếp xúc với khung cạnh tranh không có sự khác biệt đáng kể về mặt thống kê đối với nhóm đối chứng.

Vận dụng khung lợi ích và tổn thất của Kahneman và Tversky, Sacha Altay và Hugo Mercier (2020) đã thực hiện nghiên cứu *Đóng khung thông điệp cho những người ủng hộ tiêm chủng* (Framing Messages for Vaccination Supporters) để xác định việc đóng khung tích cực và tiêu cực ảnh hưởng như thế nào đến đánh giá về sự hợp lý, khả năng ghi nhớ và sự sẵn sàng chia sẻ thông tin của công chúng. Hai tác giả đã thực hiện 7 cuộc thử nghiệm trực tuyến với 2.761 người ủng hộ tiêm chủng ở Mỹ và Vương quốc Anh. Người tham gia được tiếp xúc với các phát biểu liên quan đến tác dụng phụ của vắc xin. Thông điệp được đưa ra theo hướng tích cực (ví dụ: 999 trên 1.000 người không gặp tác dụng phụ) hoặc tiêu cực (ví dụ: 1 trên 1.000 người gặp tác dụng phụ).

Kết quả nghiên cứu cho thấy, những người tham gia nghiên cứu đánh giá các thông điệp được đóng khung tích cực là hợp lý, đáng tin hơn và họ sẵn sàng chia sẻ các thông điệp này hơn so với các thông điệp tiêu cực. Về khả năng ghi nhớ, không có sự khác biệt đáng kể về mức độ ghi nhớ giữa thông điệp đóng khung tích cực và tiêu cực. Bên cạnh đó, việc tiếp xúc với các thông điệp đóng khung tích cực khiến

những người tham gia nghiên cứu có thái độ đón nhận hơn đối với việc tiêm chủng. Trong thử nghiệm thứ bảy, khi được đề nghị thuyết phục một người bạn đang từ chối tiêm chủng, những người tham gia nghiên cứu có xu hướng sử dụng những thông điệp về minh chứng khoa học được đóng khung tích cực. Dựa trên kết quả này, hai nhà nghiên cứu đề xuất các thông điệp y tế công cộng nên sử dụng các khung tích cực.

4. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Lý thuyết đóng khung dù có tầm ảnh hưởng lớn nhưng vẫn đối diện với nhiều tranh luận học thuật, tiêu biểu là trao đổi giữa các học giả như Entman, D'Angelo và Matthes. Trong khi Robert Entman cho rằng, hạn chế của lý thuyết đóng khung là sự thiếu thống nhất về khái niệm thì Paul D'Angelo cho rằng, sự đa dạng về khái niệm và cách tiếp cận tạo nên thế mạnh của lý thuyết đóng khung, còn Jörg Matthes đề xuất một cách tiếp cận tích hợp.

Trong bài viết *Đóng khung: Hướng tới việc làm rõ một mô hình phân mảnh*, Entman (1993, p. 51) cho rằng, mặc dù phổ biến trong nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn nhưng vẫn thiếu vắng một tuyên bố chung có khả năng chỉ rõ cách thức các khung được tích hợp, biểu hiện trong văn bản hay cơ chế tác động của chúng đến tư duy con người. Ông cho rằng, nếu thiết lập được một hệ thống khái niệm thống nhất, đóng khung có thể trở thành một mô hình nghiên cứu chủ đạo trong lĩnh vực báo chí - truyền thông. Điều này không chỉ giúp làm rõ tính tự chủ của công chúng trong quá trình giải mã thông điệp mà còn hỗ trợ các nhà báo nâng cao tính khách quan khi xây dựng nội dung truyền thông.

Paul D'Angelo trong bài viết *Đóng khung tin tức như một chương trình nghiên cứu đa hệ hình: Trao đổi với Entman* (News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman) cho rằng, lý thuyết đóng khung là mô hình cầu nối, giúp kết nối các lĩnh vực khác nhau như tâm lý học, chính trị và báo chí, nhờ vậy, chúng ta có được hiểu biết toàn diện về quá trình truyền thông. Như vậy, các quan điểm đa dạng về đóng khung là một lợi thế, chứ không phải điểm yếu của lý thuyết này. D'Angelo (2002) viết, “trái ngược với Entman, tôi cho rằng không có và cũng không nên có một mô hình về đóng

khung... Sự đa dạng về lý thuyết và mô hình mang lại cái nhìn toàn diện về quá trình đóng khung, chứ không phải là những phát hiện rời rạc trong các nghiên cứu cô lập.”

Trong khi đó, Jörg Matthes (2012, p. 250) trong bài viết *Đóng khung chính trị: Một cách tiếp cận tích hợp* (Framing politics: An integrative approach) cho rằng, việc tiếp cận lý thuyết đóng khung như mô hình cầu nối giúp chúng ta kết nối tri thức, hình thành hiểu biết toàn cảnh về các yếu tố khác nhau, từ đó xây dựng, định hình và tái xác định các khung. Tuy nhiên, trên thực tế gần như không có nghiên cứu nào thực sự kết nối các giai đoạn khác nhau của các khung từ giới tinh hoa chính trị đến nhà truyền thông và cuối cùng là công chúng. Điều này là do khái niệm đóng khung chưa được cụ thể hóa một cách hợp lý và nhất quán và do đó, dù được mô tả như mô hình cầu nối nhưng lý thuyết đóng khung lại là “cây cầu dẫn đến vô định.”

Như vậy, sự khác biệt trong các quan niệm về khung và đóng khung là hệ quả tất yếu từ nguồn gốc liên ngành trải dài từ nhân học, ký hiệu học, tâm lý học đến chính trị học và báo chí - truyền thông. Bản chất của lý thuyết đóng khung không tồn tại như một hệ hình đơn nhất mà là một chương trình nghiên cứu năng động, nơi các nhà nghiên cứu liên tục bồi đắp, kế thừa và phản biện lẫn nhau. Việc phân tích sự nhất quán và khác biệt trong dòng chảy học thuật này theo trục thời gian cho phép nhà nghiên cứu vận dụng lý thuyết một cách linh hoạt và sáng tạo. Đồng thời, việc thao tác hóa khái niệm và xây dựng khung lý thuyết dựa trên các nghiên cứu tiền đề là yêu cầu bắt buộc để đảm bảo tính chuẩn xác và giá trị khoa học.

5. Kết luận

Là một trong những lý thuyết chủ đạo và có tầm ảnh hưởng sâu rộng trong nghiên cứu báo chí - truyền thông, lý thuyết đóng khung được ứng dụng để lý giải quá trình mã hóa và giải mã thông điệp thông qua ba lăng kính: chủ thể, văn bản và công chúng. Nếu lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự trả lời câu hỏi “công chúng nghĩ về điều gì?” thì lý thuyết đóng khung trả lời câu hỏi “công chúng nghĩ về điều đó như thế nào?” Thông qua việc tổng hợp và hệ thống hóa các nghiên cứu nền tảng và hiện đại về lý thuyết đóng khung, bài viết này cung cấp một cái nhìn toàn

diện và xuyên suốt về nguồn gốc, nội dung và khả năng ứng dụng của lý thuyết đóng khung. Lý thuyết đóng khung không chỉ là một mô hình lý thuyết, đặt nền tảng cho các nghiên cứu truyền thông mà còn là một chương trình nghiên cứu năng động, liên tục được bổ sung, hoàn thiện, tạo nên sức sống của nó trong nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn nói chung và báo chí - truyền thông nói riêng./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Altay, S., & Mercier, H. (2020). Framing messages for vaccination supporters. *Journal of experimental psychology: Applied*, 26(4), 567-578. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/xap0000271>.
2. Bateson, G. (1955). A Theory of Play and Fantasy; a Report on Theoretical Aspects of the Project of Study of the Role of the Paradoxes of Abstraction in Communication. *Psychiatric Research Reports of the American Psychiatric Association*, 2, 39-51.
3. Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology psychiatry, evolution, and epistemology*. Jason Aronson.
4. Bolsen, T., Palm, R., & Kingsland, J. T. (2020). Framing the Origins of COVID-19. *Science Communication*, 42(5), 562-585. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1075547020953603>
5. D'Angelo, P. (2002). News framing as a multi-paradigmatic research program: A response to Entman. *Journal of Communication*, 52, 870-888.
6. Entman, R. M. (1993). Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 52. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
7. Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. University of California Press, Berkeley.
8. Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
9. Jaber, F., & Levidze, M. (2026). Framing the “Trade War.”. *The International Journal of Communication and Linguistic Studies*, 24(2), 1-26. <https://doi.org/https://doi.org/10.18848/2327-7882/cgp/a214>
10. Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341-350. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.341>
11. Matthes, J. (2012). Framing politics: An integrative approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 247-259. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0002764211426324>
12. Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
13. Zhongdang, P., & Kosicki, G. M. (1993). Framing Analysis: An Approach to News Discourse. *Political Communication*, 10, 55-75. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>