

Diễn ngôn truyền thông về “Vành đai, Con đường”: So sánh giữa Trung Quốc và Đông Nam Á

Ngày nhận bài: 18/07/2025 | Ngày phản biện: 22/07/2025 | Ngày xuất bản: 29/09/2025

Tác giả: Trần Sơn Tùng (Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội)

Tóm tắt: Kể từ khi được khởi xướng vào năm 2013, Sáng kiến “Vành đai, Con đường” (BRI) đã trở thành một trong những chủ đề quan trọng trong quan hệ quốc tế và diễn ngôn truyền thông toàn cầu. Nghiên cứu cho thấy, truyền thông Trung Quốc chủ yếu thông qua các kênh chính thống và sự kiện truyền thông được hoạch định để xây dựng một diễn ngôn tích cực, nhất quán, nhấn mạnh các khía cạnh “hợp tác cùng thắng”, “cộng đồng chia sẻ tương lai” và các thành tựu kinh tế vĩ mô. Ngược lại, truyền thông Đông Nam Á thể hiện một bức tranh phức tạp và đa chiều, với thái độ dao động từ ủng hộ đến hoài nghi, dè dặt. Các chủ đề chính bao gồm lợi ích kinh tế cụ thể, tác động xã hội tại địa phương, các vấn đề về chủ quyền, nợ nần và sự cân bằng quan hệ với các cường quốc khác. Từ những phân tích này, bài viết đưa ra một số gợi mở chiến lược cho báo chí, truyền thông Việt Nam trong việc xây dựng một diễn ngôn độc lập, cân bằng và hiệu quả về BRI nhằm phục vụ tốt nhất lợi ích quốc gia.

Sáng kiến “Vành đai, Con đường” (BRI) được coi như một sản phẩm tư duy chiến lược, có ảnh hưởng sâu rộng đến trật tự thế giới, hướng tới mục tiêu đưa Trung Quốc trở thành một cường quốc toàn cầu⁽¹⁾. Tuy nhiên, nhận thức của công chúng về Sáng kiến này lại được xây dựng và định hình chủ yếu qua lăng kính của truyền thông. Truyền thông, thông qua việc lựa chọn và làm nổi bật các khía cạnh nhất định, đã xây dựng nên những khung diễn giải khác nhau, ảnh hưởng trực tiếp đến thái độ và phản ứng của dư luận cũng như giới hoạch định chính sách đối với BRI.

Về mặt lý thuyết, “diễn ngôn truyền thông” (media discourse) được hiểu là một hình thái thực hành xã hội, trong đó ngôn ngữ và các ký hiệu khác được sử dụng để kiến

tạo và tái sản xuất các ý nghĩa, hệ tư tưởng và quan hệ quyền lực trong xã hội⁽²⁾. Một trong những cơ chế chủ chốt của diễn ngôn là “thiết lập khung” (framing), tức là quá trình lựa chọn một vài khía cạnh của thực tại và làm chúng trở nên nổi bật trong một văn bản truyền thông, nhằm thúc đẩy một cách diễn giải, đánh giá hoặc đưa ra giải pháp cụ thể⁽³⁾. Áp dụng vào BRI, diễn ngôn truyền thông về sáng kiến này chính là cuộc kiến tạo và cạnh tranh giữa các khung tường thuật, ví dụ như khung “cơ hội hợp tác” đối lập với khung “gia tăng sự phụ thuộc”⁽⁴⁾. Bài viết tập trung phân tích và so sánh hai dòng diễn ngôn truyền thông chính về BRI: một từ các cơ quan truyền thông nhà nước Trung Quốc và một từ truyền thông các nước Đông Nam Á – một trong những khu vực trung tâm của sáng kiến này. Bằng phương pháp tổng hợp và phân tích các công trình nghiên cứu khoa học liên quan, bài viết làm rõ các chiến lược, nội dung và hệ giá trị ẩn sau các tường thuật truyền thông, từ đó nhận diện sự tương đồng, khác biệt và cả những mâu thuẫn trong cách hai bên nhìn nhận về BRI. Việc nắm bắt các dòng chảy thông tin này là yêu cầu cấp thiết để Việt Nam xây dựng một chiến lược truyền thông chủ động và hiệu quả.

1. Diễn ngôn từ Trung Quốc: Một câu chuyện duy nhất về “Vành đai, Con đường”

Diễn ngôn của truyền thông Trung Quốc về BRI thể hiện tính nhất quán và định hướng cao, được dẫn dắt bởi các cơ quan truyền thông chủ yếu như Tân Hoa Xã, Nhân Dân nhật báo và Đài Truyền hình Trung ương Trung Quốc (CGTN). Khung tường thuật chung được xây dựng trên một nền tảng tích cực, tập trung vào vai trò kiến tạo và dẫn dắt của Trung Quốc.

1.1. Các trụ cột của diễn ngôn: Tầm nhìn vĩ mô, thành tựu kinh tế, tiếng nói từ chính phủ và sự đồng thuận quốc tế

Nội dung truyền thông về BRI của Trung Quốc có thể được nhận diện qua các chủ đề trọng tâm sau:

Thứ nhất, tầm nhìn vĩ mô và thuật ngữ chính thức. Truyền thông Trung Quốc ưu tiên sử dụng các thuật ngữ và khái niệm có tầm vóc lớn, mang đậm màu sắc chính trị như “hợp tác cùng thắng”, “cộng đồng chia sẻ tương lai”, “phát triển chất lượng cao”, “kết nối”. Các từ khoá thường xuất hiện trong các bản tin của Nhân Dân nhật báo (bản

nước ngoài) bao gồm: “con đường tơ lụa”, “hợp tác cùng thắng”, “kết nối liên thông”, “mở cửa đối ngoại”, “cộng đồng chia sẻ tương lai”⁽⁵⁾. Cách diễn đạt này nhằm xây dựng một hình ảnh BRI như một sản phẩm mang tính toàn cầu, một giải pháp do Trung Quốc đưa ra hướng tới sự phát triển chung, thay vì một công cụ địa chính trị đơn thuần.

Thứ hai, thành tựu kinh tế và các dự án mang tính biểu tượng. Kinh tế là một trong những chủ đề chiếm tỷ trọng lớn trong các bản tin về BRI⁽⁶⁾, truyền thông tập trung vào việc cập nhật các số liệu thương mại, các thoả thuận đầu tư và tiến độ của các dự án cơ sở hạ tầng mang tính biểu tượng. Việc đường sắt Trung – Lào đi vào hoạt động hay các tiến triển của đường sắt cao tốc Jakarta – Bandung thường xuyên được đưa tin như những minh chứng cụ thể cho sự thành công của hợp tác, các phân tích về truyền thông xã hội cũng cho thấy những từ khoá phổ biến nhất liên quan đến BRI bao gồm: “hoàn thiện cơ sở hạ tầng”, “mang lại lợi ích”, “hội nhập”, “cơ hội”, “hợp tác thực chất”⁽⁷⁾.

Thứ ba, hoạt động cấp cao và tiếng nói độc quyền từ phía nhà nước. Các chuyến thăm của lãnh đạo cấp cao, các hội nghị thượng đỉnh, và các phát biểu của quan chức chính phủ là những nội dung chiếm ưu thế tuyệt đối⁽⁸⁾⁽⁹⁾. Việc tập trung vào nguồn tin chính thức giúp đảm bảo tính nhất quán của thông điệp được truyền tải. Tuy nhiên, điều này cũng dẫn đến sự thiếu vắng nghiêm trọng các tiếng nói đa chiều khác. Một phân tích trên Nhân Dân nhật báo (bản nước ngoài) cho thấy, năm 2014 – giai đoạn đầu Sáng kiến này được đưa ra – có 103 bài viết về BRI, nhưng không có bất kỳ bài viết nào được đăng tải lại từ truyền thông nước ngoài hay từ các học giả nước ngoài⁽¹⁰⁾, các tiếng nói phê bình hoặc hoài nghi gần như không bao giờ xuất hiện.

Thứ tư, nhấn mạnh sự đồng thuận và vai trò dẫn dắt. Truyền thông Trung Quốc thường xuyên nhấn mạnh sự ủng hộ và đồng thuận của các quốc gia tham gia, tạo ra một cảm giác rằng BRI đã và đang được chào đón rộng rãi. Đồng thời, hình ảnh Trung Quốc được xây dựng như một “quốc gia lớn có trách nhiệm”, “đáng tin cậy”⁽¹¹⁾⁽¹²⁾, chủ động dẫn dắt và đóng góp cho sự phát triển của khu vực và thế giới.

1.2. Nghệ thuật xây dựng diễn ngôn: Dẫn dắt chương trình nghị sự và đa dạng hoá hình thức

Đầu tiên, thay vì dàn trải, truyền thông Trung Quốc tập trung vào các sự kiện truyền thông lớn. Phân tích cho thấy, số lượng tin bài về BRI tăng vọt vào các thời điểm diễn ra Diễn đàn hợp tác Quốc tế “Vành đai và Con đường” (năm 2017 và 2019), các kỳ họp Lưỡng hội (Hội nghị Chính trị Hiệp thương nhân dân – Chính hiệp và Đại hội đại biểu Nhân dân toàn quốc – Quốc hội), hay các chuyến thăm của lãnh đạo cấp cao⁽¹³⁾, đây là một chiến lược chủ động thiết lập chương trình nghị sự, tạo ra các đợt sóng thông tin mạnh mẽ để dẫn dắt và định hướng dư luận chú ý hơn về Sáng kiến này.

Thứ hai, sự chuyển đổi từ tường thuật vĩ mô sang vi mô. Nhận thấy sự khô cứng của các diễn ngôn chính sách, truyền thông Trung Quốc đang có xu hướng chuyển sang cách kể chuyện vi mô. Chiến lược này được diễn giải thông qua “sự kiện nhỏ để soi chiếu thời đại lớn, dùng nhân vật nhỏ để phản ánh biến đổi lớn”⁽¹⁴⁾. Các video ngắn trên mạng xã hội kể về câu chuyện của một doanh nhân, một người dân địa phương hay một nét văn hoá dọc theo BRI là những ví dụ điển hình. Trong đó có thể kể tới loạt video ngắn Chuyện kể trước lúc ngủ của Eric do China Daily sản xuất đã giới thiệu về các phương diện của BRI thông qua cuộc đối thoại giữa hai cha con, đây là một cách tiếp cận mềm mại và dễ tiếp thu hơn đối với công chúng quốc tế⁽¹⁵⁾, mặc dù đây chỉ là một khía cạnh nhỏ trong bức tranh toàn thể về diễn ngôn của Trung Quốc đối với BRI.

Thứ ba, truyền thông đa nền tảng và hướng tới giới trẻ. Các cơ quan truyền thông lớn của Trung Quốc như Trung Quốc nhật báo, Nhân Dân nhật báo, Tân Hoa Xã đã và đang đầu tư mạnh mẽ vào các nền tảng kỹ thuật số và mạng xã hội. Họ tích cực sử dụng các định dạng như video ngắn, đồ họa thông tin, và các nội dung giúp tăng tương tác trên Facebook, Youtube để tiếp cận các nhóm công chúng trẻ và quốc tế một cách hiệu quả hơn⁽¹⁶⁾⁽¹⁷⁾.

2. Tiếng nói từ Đông Nam Á: Một bản hợp xướng đa thanh điệu

Trái ngược với sự đồng nhất của Trung Quốc, diễn ngôn truyền thông về BRI tại Đông Nam Á là một bức tranh phức tạp, đa chiều và đầy mâu thuẫn. Thái độ của truyền thông các nước dao động trên một phổ rộng, từ dè dặt đến ủng hộ, chịu ảnh hưởng sâu sắc bởi các yếu tố như lợi ích quốc gia, bối cảnh chính trị, quan hệ với các cường quốc.

2.1. Sự giằng co giữa cơ hội và rủi ro: Các khung diễn giải đa chiều

Truyền thông Singapore, đặc biệt là tờ Lianhe Zaobao (新加坡联合早报) và The Straits Times, thể hiện một góc nhìn rất thực tế, họ không chỉ xem BRI là cơ hội kinh tế mà còn nhấn mạnh vai trò không thể thiếu của Singapore như một trung tâm tài chính, logistics và pháp lý. Một mặt, truyền thông nước này tích cực đưa tin về các cơ hội cho doanh nghiệp trong nước⁽¹⁸⁾; mặt khác cũng liên tục nhấn mạnh Singapore là một “trung gian trung thực” (公正的中间人) có thể giúp cân bằng quan hệ giữa Trung Quốc và các nước khác⁽¹⁹⁾. Đặc biệt, tờ Lianhe Zaobao còn sử dụng BRI như một lăng kính để suy ngẫm về sự phát triển công nghệ của Singapore, so sánh sự phát triển vượt bậc của thanh toán di động Trung Quốc và đặt câu hỏi tại sao Singapore lại đang tụt hậu so với Trung Quốc về lĩnh vực này⁽²⁰⁾. Nói một cách khác, khung tường thuật của Singapore có thể tóm gọn thành “cơ hội kinh tế và vai trò trung tâm”.

Với Malaysia, phản ứng của truyền thông nước này đối với BRI có sự thay đổi rõ rệt tùy thuộc vào chính quyền đương nhiệm, các bài viết liên quan trên tờ New Straits Times cho thấy thái độ đã chuyển từ hoài nghi (2013-2016) sang chấp nhận (2017-2019) và cuối cùng là hợp tác tích cực (2020-2023)⁽²¹⁾. Các dự án cụ thể như Tuyến đường sắt Bờ Đông (East Coast Rail Link, ECRL) trở thành tâm điểm của các cuộc tranh luận, các từ khoá phổ biến là “projek” (dự án), “ERCL”, “ekonomi” (kinh tế), “pembangunan” (phát triển), “pembinaan” (kiến tạo, xây dựng), v.v. Các bài phân tích thường tập trung vào các vấn đề về chi phí, tính minh bạch và chủ quyền quốc gia. Diễn ngôn trên truyền thông Malaysia chủ yếu do giới tinh hoa chính trị dẫn dắt, trong khi tiếng nói của người dân bình thường ít được thể hiện⁽²²⁾.

Về phía Indonesia, truyền thông nước này thể hiện rõ nhất sự mâu thuẫn nội tại, có sự giằng co giữa lợi ích kinh tế và nỗi lo an ninh. Các tờ báo lớn như The Jakarta Post và Jakarta Globe xây dựng một khung tường thuật kép: một bên là “hợp tác phát triển kinh tế”, và bên kia là “an ninh khu vực”, trong đó vấn đề Biển Đông thường xuyên xuất hiện như một yếu tố gây nhiễu⁽²³⁾. Ngoài ra, các lo ngại về một “làn sóng lao động Trung Quốc”, sự phụ thuộc kinh tế và các tác động tiêu cực đến xã hội thường được nhắc đến, điều này được phía học giả Trung Quốc coi là một hiện tượng “truyền thông kỳ thị hoá”⁽²⁴⁾. Mặc dù chính phủ hai nước đang nỗ lực thúc đẩy hợp tác, diễn ngôn trên truyền thông lại phản ánh một sự dè dặt và hoài nghi tồn tại trong xã hội.

Đối với Campuchia và Lào, truyền thông thể hiện sự phân mảnh ngay trong nội dung diễn ngôn. Tại Campuchia, sự phân cực rõ rệt thể hiện ở việc truyền thông nhà nước hoặc thân chính phủ, đặc biệt là các tờ báo tiếng Trung Quốc như Jian Hua Daily thường xuyên đăng tải các thông tin tích cực, tập trung vào các “hoạt động cấp cao”, ca ngợi sự giúp đỡ của Trung Quốc và xây dựng một hình ảnh BRI hữu nghị, cùng thắng⁽²⁵⁾. Ngược lại, các tờ báo tiếng Anh có xu hướng độc lập và chịu ảnh hưởng của phương Tây như Phnom Penh Post lại tập trung vào khung “đánh giá và nghi vấn”, đặt ra các câu hỏi về động cơ của Trung Quốc ẩn sau BRI, các rủi ro về môi trường và sự phụ thuộc chính trị⁽²⁶⁾. Tương tự, tại Lào, Thông tấn xã Lào (Khaosan Pathet Lao, KPL) chủ yếu đưa tin tích cực về các dự án hợp tác, đặc biệt là đường sắt Trung – Lào, trong khi các nguồn tin khác mặc dù cũng xuất hiện nhưng lại thể hiện sự dè dặt hơn, tỷ lệ các bài viết mang sắc thái trung lập khá lớn⁽²⁷⁾.

Thái Lan với tư cách là một đồng minh lâu năm của Mỹ, quan hệ đồng minh an ninh giữa hai nước là một điểm quan trọng trong chính sách đồng minh trong chiến lược châu Á – Thái Bình Dương của Mỹ⁽²⁸⁾, truyền thông nước này đã tiếp cận BRI với một sự thận trọng đặc biệt. Các bài viết được đăng tải trên tờ Bangkok Post phân tích BRI dưới góc độ năng lực của Trung Quốc trong việc xây dựng và thúc đẩy Sáng kiến, quan tâm tới tiềm lực nguồn vốn đầu tư của Trung Quốc để thực hiện các dự án liên quan, và đặc biệt quan tâm tới tác động tiêu cực của các dự án thuộc BRI đối với Thái Lan⁽²⁹⁾.

2.2. Đặc điểm diễn ngôn truyền thông Đông Nam Á

Cách truyền thông của các nước ở khu vực Đông Nam Á đưa tin và nhìn nhận về BRI thể hiện rõ ba đặc điểm quan trọng. Thứ nhất, tập trung vào các tác động và lợi ích cụ thể. Khác với cách tiếp cận vĩ mô của Trung Quốc, truyền thông Đông Nam Á tập trung vào các vấn đề vi mô, thực tế và gần gũi, như: số lượng việc làm mà dự án này tạo ra, số chi phí ước tính, người được hưởng lợi thực tế, các điều kiện vay vốn cụ thể, v.v. Thứ hai, sự đa dạng nguồn tin và góc nhìn. Nếu truyền thông Trung Quốc tập trung dẫn các nguồn tin từ phía chính phủ và chuyên gia, thì truyền thông Đông Nam Á lại có xu hướng trích dẫn từ nhiều nguồn tin khác nhau, bao gồm quan chức chính phủ, phe đối lập, chuyên gia độc lập, các tổ chức xã hội dân sự và cả những người dân bị ảnh hưởng trực tiếp. Điều này tạo ra một diễn ngôn toàn cảnh, đa chiều nhưng cũng

tồn tại mâu thuẫn rõ rệt về cách nhìn của truyền thông khu vực đối với BRI. Thứ ba, truyền thông Đông Nam Á bị ảnh hưởng bởi diễn ngôn quốc tế. Khái niệm “ngoại giao bẫy nợ” (debt-trap diplomacy) và các khung tường thuật phê phán khác từ truyền thông phương Tây được trích dẫn và thảo luận rộng rãi, cho thấy mức độ phụ thuộc vào thông tin quốc tế còn khá rõ ràng. Nguyên nhân chủ yếu nằm ở việc Đông Nam Á là khu vực với nhiều quốc gia đang phát triển nhưng có vị trí chiến lược quan trọng giống các nước như Sri Lanka và Pakistan, là khu vực mà BRI do Trung Quốc đề xướng có nhiều lý do để nhắm vào với việc hỗ trợ cho vay trong các dự án chiến lược quan trọng⁽³⁰⁾, từ đó thể hiện sự dè dặt của truyền thông các nước trong khu vực Đông Nam Á đối với các khoản vay trong các dự án thuộc BRI.

3. Gợi mở cho báo chí, truyền thông Việt Nam trong việc đưa tin về BRI

Từ việc phân tích hai khung diễn ngôn của Trung Quốc và các nước Đông Nam Á, có thể đưa ra một số gợi mở cho báo chí, truyền thông Việt Nam trong việc đưa tin về BRI, nhằm đảm bảo tính chủ động, hiệu quả và phục vụ tốt nhất cho lợi ích quốc gia.

Thứ nhất, xây dựng một khung tường thuật độc lập và cân bằng. Việt Nam cần tránh rơi vào hai thái cực: một là sao chép hoàn toàn diễn ngôn tích cực, một chiều của truyền thông Trung Quốc; hai là bị cuốn theo các khung tường thuật tiêu cực, mang tính đối đầu của một số phương tiện truyền thông phương Tây và khu vực. Chiến lược tốt nhất là xây dựng một khung tường thuật riêng, độc lập và dựa trên lợi ích quốc gia của Việt Nam. Khung này cần phải cân bằng, thừa nhận những cơ hội hợp tác và lợi ích kinh tế mà BRI có thể mang lại, đồng thời cũng cần phân tích một cách tỉnh táo và thẳng thắn những thách thức, nguy cơ về kinh tế, môi trường, an ninh có thể mang lại. Sự cân bằng này phản ánh đúng tinh thần của chính sách đối ngoại “ngoại giao cây tre” của Việt Nam.

Thứ hai, chuyển từ đưa tin sự kiện sang phân tích chính sách và tác động. Thay vì chỉ tập trung đưa tin về các sự kiện như ký kết hay hội nghị giống như truyền thông Trung Quốc, truyền thông Việt Nam cần đi sâu vào phân tích chính sách và các tác động thực tế. Cần có những bài báo chuyên sâu phân tích những ảnh hưởng của từng dự án cụ thể trong khuôn khổ BRI đối với kinh tế, xã hội, môi trường Việt Nam. Cần trả lời những câu hỏi mà công chúng quan tâm như: những cơ hội đối với doanh nghiệp Việt

Nam, lợi ích thực tế của người lao động, lợi ích quốc gia của Việt Nam trong quá trình hợp tác, v.v.

Thứ ba, chú trọng yếu tố kết nối nhân dân và câu chuyện về con người. Kinh nghiệm từ các nước cho thấy, việc quá nhấn mạnh vào các dự án kinh tế vĩ mô mà xem nhẹ kết nối con người là một thiếu sót lớn trong chiến lược truyền thông của Trung Quốc (31)(32). Truyền thông Việt Nam nên chủ động khai thác các câu chuyện về giao lưu văn hoá, giáo dục, du lịch và tương tác giữa nhân dân hai nước. Thay vì những con số và dự án khô khan, những câu chuyện cụ thể, sinh động về sự hợp tác giữa các nhà khoa học, nghệ sĩ, sinh viên, doanh nhân hay người dân bình thường sẽ có sức lan toả và thuyết phục hơn, góp phần xây dựng nền tảng xã hội vững chắc cho quan hệ hợp tác Việt Nam – Trung Quốc.

Thứ tư, tăng cường năng lực truyền thông đối ngoại đa ngôn ngữ. Để chủ động xây dựng diễn ngôn, Việt Nam không chỉ nói cho công chúng trong nước nghe mà còn cần phải nói cho thế giới hiểu. Việc tăng cường năng lực cho các cơ quan truyền thông đối ngoại, xuất bản các sản phẩm báo chí chất lượng cao bằng các ngôn ngữ phổ biến như tiếng Anh và tiếng Trung là yêu cầu cấp thiết. Điều này giúp Việt Nam trực tiếp tham gia vào dòng chảy thông tin toàn cầu, trình bày quan điểm, lập trường của mình một cách rõ ràng, thay vì để các hãng thông tấn nước ngoài “nói thay”.

Thứ năm, thiết lập cơ chế đối ngoại và phản biện chính sách. Truyền thông cần đóng vai trò là một diễn đàn mở, nơi các học giả, chuyên gia, nhà quản lý và công chúng có thể tham gia đối thoại, thảo luận và thậm chí là phản biện về các khía cạnh của BRI. Việc tổ chức các tọa đàm, diễn đàn hay đăng tải các bài phân tích đa chiều sẽ giúp tạo ra một không gian thông tin lành mạnh, góp phần giúp các cơ quan hoạch định chính sách có được những quyết định sáng suốt và nhận được sự đồng thuận cao hơn từ xã hội.

“Vành đai, Con đường” là một thực tế phức tạp và đa chiều, cách truyền thông nói về Sáng kiến này cũng phản ánh chính sự phức tạp đó. Bằng cách nhận diện và thấu hiểu các khung tường thuật khác nhau, từ diễn ngôn chính thức, tích cực của Trung Quốc đến sự tiếp nhận đa dạng, thực tế và đầy dè dặt của Đông Nam Á, truyền thông Việt Nam có thể tìm ra một lối đi riêng. Đó là con đường của sự chủ động, cân bằng, đi sâu

vào bản chất vấn đề và luôn đặt lợi ích quốc gia, lợi ích của người dân làm trung tâm, từ đó kể một câu chuyện riêng của Việt Nam về “Vành đai, Con đường”./.

Tài liệu tham khảo

(*) 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, Đại học Quốc gia Hà Nội.

(1) Trần Việt Thái (2017), “Vành đai, Con đường”: Hướng tới “Giấc mộng Trung Hoa”, [https://tapchiconsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/46202/"vanh-dai%2C-con-duong"--huong-toi-"giac-mong-trung-hoa".aspx](https://tapchiconsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/46202/), truy cập ngày 12 tháng 05 năm 2025.

(2) Van Dijk, T. A (1993), “Principles of critical discourse analysis”, *Discourse & Society*, 4(2), 249-283.

(3) Entman, R. M (1993), “Framing: Toward clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

(4), (24) , (2023), “2, 40-53. ”,

Pan Yue, Xiao Qin (2023), “Truyền thông kỳ thị hoá về ‘Vành đai, Con đường’ tại Indonesia và việc tái định hình hình ảnh quốc gia Trung Quốc”, *Tạp chí Nghiên cứu Nam Á và Đông Nam Á*, 2, 40-53.

(5), (6) (2018), “ • , 5, 160-165. — 2013-2017 ‘ ’ ”,

Zhao Yiyang (2018), “Nghiên cứu về việc kiến tạo hình ảnh quốc gia Trung Quốc trên Nhân Dân Nhật báo (bản nước ngoài) dưới góc nhìn của lý thuyết khung: Nghiên cứu trường hợp các bài báo về ‘Vành đai, Con đường’ giai đoạn 2013-2017”, *Tạp chí Khoa học Xã hội Văn Nam*, 5, 160-165.

(7), (13), (17) , (2018), “ , 9, 7-9. ‘ Facebook ’ ”,

Zheng Yue, Lu Hao (2018), “Kể tốt câu chuyện Trung Quốc trên mạng xã hội nước ngoài: Nghiên cứu trường hợp các bài báo về ‘Vành đai, Con đường’ trên Facebook của ba cơ quan truyền thông chính thống Trung Quốc”, *Tạp chí Nghiên cứu Truyền hình*, 9, 7-9.

(8), (25) , (2019), “ , 1, 148-157. — ‘ ’ ”,

Chen Shilun, Wang Yiwei (2019), “Khung tường thuật truyền thông và việc kiến tạo hình ảnh hải ngoại của Trung Quốc: Nghiên cứu trường hợp các bài báo về sáng kiến ‘Vành đai, Con đường’ trên truyền thông chính thống Campuchia”, *Tạp chí Đại học Dân tộc Quảng Tây (Phiên bản Triết học và Khoa học Xã hội)*, 1, 148-157.

(9), (11) , (2020), “ , 7, 11-15. ‘ — ”,

An Shuyue, Wang Dake (2020), “Nhận thức và đánh giá về sáng kiến ‘Vành đai, Con đường’ của truyền thông chính thống Trung-Mỹ: Dựa trên phân tích so sánh The Washington Post và China Daily”, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Truyền thông*, 7, 11-15.

(10), (14), (31) (2015), “ , 11, 171-172.— ‘ ’ ”,

Liao Yangbiao (2015), “Phân tích khung tường thuật tin tức kinh tế đối ngoại: Dựa trên phân tích nội dung các bài báo về ‘Vành đai, Con đường’ trên Nhân Dân Nhật báo (bản nước ngoài)”, *Tạp chí Truyền thông*

Quốc tế, 11, 171-172.

(12), (32) , (2023), " , 14 (11), 29-32. —CGTN ' ' ",

Lan Yinyin, Li Ting (2023), "Khám phá chiến lược truyền thông để xây dựng hình ảnh Trung Quốc đáng tin, đáng yêu, đáng tôn trọng: Phân tích các bài báo về 'Cùng xây dựng Vành đai, Con đường' của CGTN", Tạp chí Hướng dẫn Nghiên cứu Báo chí, 14(11), 29-32.

(15), (16) (2018), " , 1(6), 72. — " ,

Gao Jiajia (2018), "Phân tích video ngắn trong các bài báo về 'Vành đai, Con đường' của truyền thông chính thống: Lấy China Daily, Nhân Dân Nhật báo và Tân Hoa Xã làm ví dụ", Diễn đàn Truyền thông, 1(6), 72.

(18), (20) (2019), " , 9, 76-78. ' " ,

Sun Zhi (2019), "Nghiên cứu sơ bộ về chiến lược truyền thông của trang chuyên đề 'Vành đai, Con đường' trên mạng Lianhe Zaobao Singapore", Tạp chí Truyền thông Đối ngoại, 9, 76-78.

(19) , (2019), 2, 67-80. ' ' " ,

He Wei, Liu Jiahuan (2019), "Nghiên cứu về sự biểu hiện của sáng kiến 'Vành đai, Con đường' của Trung Quốc trên truyền thông Hoa ngữ chính thống Singapore", Tạp chí Học viện Ngoại ngữ số 2 Bắc Kinh, 2, 67-80.

(21) , (2025), 4, 59-61. ' ' " ,

Dang Qiong, Chen Suping (2025), "Nghiên cứu về sự thay đổi thái độ trong các bài báo về 'Vành đai, Con đường' của tờ New Straits Times Malaysia", Tạp chí Truyền thông, 4, 59-61.

(22) , , (2024), "' ' , 41(2), 91-96. 2013-2022 " ,

He Zijie, Huang Danyang, Yang Kai (2024), "Sự lan tỏa của sáng kiến 'Vành đai, Con đường' tại Malaysia: Phân tích diễn ngôn dựa trên các bài báo của Berita Harian (2013-2022)", Tạp chí Học viện Sư phạm Dân tộc Quảng Tây, 41(2), 91-96.

(23) , (2019), " , 4, 96-104. ' — " ,

Ma Jinduo, Li Wen (2019), "Hợp tác và cạnh tranh: Phân tích khung tường thuật của truyền thông tiếng Anh Indonesia về 'Vành đai, Con đường' - Nghiên cứu trường hợp The Jakarta Post và Jakarta Globe", Tạp chí Quan sát Truyền thông, 4, 96-104.

(26) (2023), 25(1), 81-87. ' " ,

Li Qinglin, Yang Fangze (2023), "Phân tích diễn ngôn truyền thông về 'Vành đai, Con đường' tại Campuchia", Tạp chí Đại học Khoa học và Công nghệ An Huy (Phiên bản Khoa học Xã hội), 25(1), 81-87.

(27) (2020), " , 8, 4-7. ' ' " ,

Wang Minzhe (2020), "Khung tường thuật và phân tích nội dung các bài báo về 'Vành đai, Con đường' dưới góc nhìn của Thông tấn xã Pathet Lào", Tạp chí Truyền thông và Bản quyền, 8, 4-7.

(28) Nguyễn Thu Phương (2019), Chính sách đồng minh trong chiến lược châu Á – Thái Bình Dương của Mỹ và những điều chỉnh hiện nay, <https://www.tapchicongsan.org.vn/hoat-ong-cua-lanh-ao-ang-nha-nuoc/-/2018/509946/chinh-sach-dong-minh-trong-chien-luoc-chau-a---thai-binh-duong-cua-my-va-nhung-dieu-chinh-hien-nay.aspx>, truy cập ngày 21 tháng 03 năm 2025.

(29) (2022), " , 4, 174-176. — " ,

Wu Xiaoxia (2022), "Phân tích thái độ của các nước ASEAN đối với sáng kiến 'Vành đai, Con đường': Lấy Bangkok Post và VnExpress International làm ví dụ", Tạp chí Thời đại Tài sản, 4, 174-176.

(30) Nguyễn Thu Hà (2019), Sáng kiến "Vành đai, Con đường" của Trung Quốc: 5 năm nhìn lại, [https://www.tapchiconsan.org.vn/quoc-phong2/-/2018/54516/sang-kien-"vanh-dai%2C-con-duong"-cua-trung-quoc--5-nam-nhin-lai.aspx](https://www.tapchiconsan.org.vn/quoc-phong2/-/2018/54516/sang-kien-), truy cập ngày 15 tháng 04 năm 2025.