



**DỰ ÁN ĐẠI SỰ KÝ BIỂN ĐÔNG**

# **Truyền Thông Cấp Chiến Lược Của Trung Quốc**

**Định Nghĩa - Phương Thức - Cách Đáp Trả**

**Tác giả: Alexander L. Vuving**

**Biên dịch: Nguyễn Trịnh Đôn**

11/2019

**TS. Alexander L. Vuving** là giáo sư tại Trung tâm Daniel K. Inouye châu Á – Thái Bình Dương về Nghiên cứu An ninh (DKI APCSS). Bài viết là một chương trong ấn phẩm “Ảnh hưởng toàn cầu của Trung Quốc: nhận xét và khuyến nghị” do Scott D. McDonald và Michael C. Burgoyne biên tập từ kỷ yếu Hội thảo “Tầm với toàn cầu của Trung Quốc” được tổ chức bởi DKI APCSS đầu năm 2019.

**TS. Nguyễn Trịnh Đôn** hiện đang làm việc trong lãnh vực Khoa học Tự nhiên tại Canada và là cộng sự của Dự án Đại Sự Ký Biển Đông. Nguyễn Trịnh Đôn đã có nhiều năm chuyển ngữ Việt – Anh các bài viết về chủ quyền của Việt Nam ở Biển Đông, trong đó có ấn phẩm của Ủy ban Biên giới về chủ quyền quần đảo Hoàng Sa. Ấn phẩm chuyển ngữ này, sau khi được đăng trên *South China Sea - Facts and Legal Aspects*, đã trở thành tài liệu tham khảo trong báo cáo quan trọng của Trung tâm Phân tích Hải quân Hoa Kỳ phân tích về chủ quyền Hoàng Sa và Trường Sa.

**Dự án Đại Sự Ký Biển Đông – The South China Sea Chronicle Initiative (SCSCI)** là một dự án phi lợi nhuận, phi chính trị với sứ mệnh xây dựng các biên niên sự kiện, tổng hợp và hệ thống hoá tư liệu, thông tin về các chủ đề quan trọng của tranh chấp Biển Đông theo tiêu chuẩn khoa học, đa chiều. Mục đích của Dự án nhằm góp phần cung cấp tư liệu và một bức tranh tổng thể và hệ thống về diễn tiến tranh chấp Biển Đông, giúp các nhà phân tích và hoạch định chính sách có thể hiểu được thực sự bản chất tranh chấp và có những đánh giá, giải pháp đúng đắn, đem lại công bằng và hoà bình, hướng tới an ninh và hợp tác bền vững trong khu vực.

Website: <https://daisukybiendong.wordpress.com>

Facebook: <https://www.facebook.com/daisukybiendong/>

Email: [sukybiendong@gmail.com](mailto:sukybiendong@gmail.com)

*Bản dịch được hỗ trợ kinh phí từ quỹ tài chính chung của Dự án Đại Sự Ký Biển Đông, được tài trợ bởi những nhà tài trợ. Xem thông tin các nhà tài trợ tại <https://daisukybiendong.wordpress.com/nha-tai-tro/>.*

*Các ấn phẩm của Dự án Đại Sự Ký Biển Đông không nhất thiết thể hiện quan điểm của tất cả thành viên và cộng tác viên, hay các nhà tài trợ Dự án Đại Sự Ký Biển Đông. Bản quyền các ấn phẩm thuộc về các tác giả, dịch giả và Dự án Đại Sự Ký Biển Đông. Mọi sự sử dụng lại hay trích dẫn phải ghi rõ nguồn và dẫn link tới bài gốc trên Dự án Đại Sự Ký Biển Đông. Sử dụng cho mục đích thương mại phải được sự đồng ý bằng văn bản của Dự án Đại Sự Ký Biển Đông.*

*Tài khoản tài trợ cho Dự án Đại Sự Ký Biển Đông: Paypal: [sukybiendong@gmail.com](mailto:sukybiendong@gmail.com); Chuyển khoản: Hoàng Việt. Số tài khoản: 207503269. Ngân hàng ACB (Asia Commercial Bank).*

## TRUYỀN THÔNG ĐIỆN CẤP CHIẾN LƯỢC CỦA TRUNG QUỐC: ĐỊNH NGHĨA, PHƯƠNG THỨC, VÀ CÁCH ĐÁP TRẢ<sup>1</sup>

Truyền thông (communication) là một công cụ phổ quát dùng để thay đổi hành vi, thậm chí cả tư tưởng và những ưu tiên của người khác. Do đó, *truyền thông điệp (messaging)* là một phương tiện chủ chốt của sức mạnh và quản trị nhà nước. Bằng cách này hay cách khác, các nhà nước thường đưa ra thông điệp nhằm gây ảnh hưởng đến cộng đồng dân cư của chính mình và thế giới bên ngoài. Nhưng chỉ có một số ít có nhận thức và đầu tư cho quyền lực của *truyền thông điệp cấp chiến lược (strategic messaging)* nhiều như nước Cộng hòa nhân dân (CHND) Trung Hoa. Lối đưa thông điệp chiến lược của Bắc Kinh đã giúp định hình cách bên ngoài nhận thức về Trung Quốc, phổ biến những quan điểm có tác dụng hỗ trợ cho chính sách của Trung Quốc, và tạo ra một sân chơi bất bình đẳng có lợi cho Trung Quốc. Được trang bị một năng lực truyền thông điệp khổng lồ, CHND Trung Hoa có những lợi thế không thể phủ nhận được khi cạnh tranh chiến lược với Hoa Kỳ. Vậy truyền thông điệp cấp chiến lược của Trung Quốc là gì? Nó hoạt động như thế nào? Hoa Kỳ nên đáp lại bằng cách nào? Chương này sẽ trả lời những câu hỏi nêu trên.

### HIỂU RÕ VỀ TRUYỀN THÔNG ĐIỆN CẤP CHIẾN LƯỢC

Một cách tìm hiểu về truyền thông điệp cấp chiến lược là bàn về sự khác biệt của chính nó với những khái niệm gắn liền với nó. Truyền thông điệp cấp chiến lược đôi khi được xem như tương đương với tuyên truyền hay ảnh hưởng cấp chiến lược. Trong những trường hợp khác, nó lại được xem như chiến tranh chính trị, chiến tranh thông tin, các chiến dịch thông tin, hay quyền lực bèn. Cũng có những khi nó được coi như tương tự với ngoại giao công chúng hay quyền lực mềm. Một số khái niệm trên có thể liên quan gần gũi thân cận với nhau, nhưng mỗi cái lại mang hàm ý cho một hiện tượng khác biệt.

*Ảnh hưởng cấp chiến lược (strategic influence)* mang tính bao trùm nhất trong các thuật ngữ kể trên. Nó nói tới bất kỳ thứ gì gây ảnh hưởng đến một hoặc nhiều bên khác ở tầm chiến lược. Nó có thể dùng bất kỳ phương tiện khả dĩ nào, từ quân sự, kinh tế, và ngoại giao cho đến xã hội, văn hoá, quy ước, và thông tin. Nó hoạt động theo nhiều cách khác nhau: hung hãn và hoà bình, cưỡng ép và xui khiến, lôi kéo và thuyết phục, tạo sân chơi và trao đổi xã hội.

---

<sup>1</sup> *Chú thích của BTV: Bài viết của tác giả nhắm tới độc giả Hoa Kỳ, bởi vậy các kiến nghị của tác giả là dành cho chính phủ Hoa Kỳ. Dù vậy, đây cũng có thể là một tài liệu tham khảo cần thiết và là mối quan tâm của các độc giả Việt Nam. Đó là lý do chúng tôi tổ chức dịch và giới thiệu tới độc giả Việt Nam.*

*Chiến tranh chính trị (political warfare)* là ảnh hưởng cấp chiến lược chưa đến mức chiến tranh nhưng được tiến hành theo tinh thần tranh đấu – nhằm vượt qua một hoặc nhiều đối thủ để đạt các mục tiêu chính trị quốc gia. George Kennan, người đưa ra thuật ngữ này vào buổi đầu của Chiến tranh lạnh, định nghĩa chiến tranh chính trị là “việc sử dụng tất cả mọi phương tiện trong tầm tay của một quốc gia nhưng chưa đến mức chiến tranh để đạt các mục tiêu quốc gia của nó”.<sup>2</sup> Trong bối cảnh những năm đầu Chiến tranh lạnh, Kennan làm rõ thêm rằng:

*Những chiến dịch như thế có cả công khai lẫn bí mật. Chúng bao gồm những hành động công khai như liên minh chính trị, biện pháp kinh tế (như Kế hoạch phục hưng Châu Âu – ERP), và tuyên truyền “trắng” cho đến những chiến dịch bí mật như ủng hộ ngầm các thành tử nước ngoài “thân thiện”, tâm lý chiến “đen”, và thậm chí là khuyến khích những cuộc kháng cự bí mật ở các quốc gia thù địch.”<sup>2</sup>*

Như định nghĩa của Kennan chỉ ra, chiến tranh chính trị có thể có nhiều dạng gồm cả chiến tranh thông tin, chiến tranh tâm lý, liên minh chính trị, biện pháp kinh tế, và các dạng khác.

*Chiến tranh thông tin (information warfare)* là chiến tranh chính trị được tiến hành bằng các phương tiện thông tin. Chiến tranh thông tin là một loại chiến tranh tâm lý vì nó tác động vào cảm nhận, tri thức, và tâm lý của đối tượng tiếp nhận. *Chiến tranh tâm lý (psychological warfare)* rộng lớn hơn chiến tranh thông tin vì nó thao túng môi trường và điều kiện xã hội chứ không phải chỉ có bản thân lĩnh vực thông tin để đạt được mục tiêu. Chiến tranh tâm lý có thể sử dụng tuyên truyền, nhưng còn có các biện pháp chính trị, kinh tế, và quân sự nữa. *Chiến dịch thông tin* và *chiến dịch tâm lý* là để chỉ mức độ thực hiện chứ không phải mức độ chiến lược hay chiến thuật của những loại chiến tranh này. Các thuật ngữ “chiến tranh chính trị”, “chiến tranh thông tin”, và “chiến tranh tâm lý” thường được dùng với nghĩa như nhau vì quan điểm phổ biến cho rằng những loại “chiến tranh” này chủ yếu dựa vào sử dụng câu chữ, hình ảnh, tư tưởng, và thông tin. Nhưng sự lẫn lộn này là không có ích như đã giải thích ở trên.

Hai thuật ngữ khác gắn liền với sức mạnh của tư tưởng và việc sử dụng thông tin là *quyền lực mềm* và *quyền lực bén*. Joseph Nye, người đưa ra thuật ngữ *quyền lực mềm* (soft power) vào cuối Chiến tranh lạnh, định nghĩa nó là “khả năng đạt được điều mong muốn nhờ vào sức thu hút chứ không phải cưỡng ép hay mua chuộc”, trong đó về đầu là “khiến người khác thích cái mình thích” còn về sau là “khiến người khác làm cái mình thích”.<sup>3,4</sup> Phát triển thêm từ ý tưởng ban đầu của Nye, ý nghĩa phổ biến hiện nay là quyền lực mềm là một dạng quyền lực phi cưỡng ép hay phi vật thể. Nhưng coi nó tương đương với phi cưỡng ép hay gắn liền nó với những nguồn lực phi vật thể đều làm giảm năng lực phân tích của thuật ngữ này.<sup>5</sup> Chính là sự liên quan bị hiểu sai giữa quyền lực mềm với việc gây ảnh hưởng trong các lĩnh vực tư

tưởng, thông tin, truyền thông, và văn hóa đã khiến Christopher Walker và cộng sự của mình đặt ra một thuật ngữ mới, *quyền lực bén* (sharp power). Họ lập luận rằng “*những gì mà ta hiểu là ‘quyền lực mềm’ chuyên quyền (authoritarian “soft power”) từ trước đến nay phải được phân loại đúng hơn là ‘quyền lực bén’, nó chọc thủng, thâm nhập, và đục khoét môi trường chính trị và thông tin ở các nước mục tiêu*”.<sup>6</sup> Theo nghĩa này thì quyền lực bén không khác gì chiến tranh thông tin. Tuy nhiên, khi dùng thuật ngữ “quyền lực bén”, người ta muốn nhấn mạnh đến cách thức chứ không phải phương tiện của việc thực thi. Thuật ngữ “chiến tranh thông tin” nhấn mạnh vào phương tiện thông tin. Quyền lực bén và quyền lực mềm khác nhau ở chỗ quyền lực bén “tập trung vào việc gây nhiễu và thao túng” còn quyền lực mềm “chủ yếu là thu hút và thuyết phục”.<sup>6</sup>

*Truyền thông điệp cấp chiến lược* (strategic messaging) có nhiều điểm chung với những hiện tượng mà những thuật ngữ bên trên mô tả, nhưng vẫn có những khác biệt đáng kể. Theo nghĩa rộng, truyền thông điệp cấp chiến lược là ảnh hưởng cấp chiến lược qua những thông điệp. Ảnh hưởng cấp chiến lược và chiến tranh chính trị dùng đe dọa, lợi ích, và những thứ khác để gây ảnh hưởng đến con người; còn truyền thông điệp cấp chiến lược hoạt động thông qua những thông điệp mà những đe dọa, lợi ích, và những thứ khác này gửi đi chứ không phải qua bản thân những thứ đó. Do vậy, truyền thông điệp cấp chiến lược thường dựa vào một số hiệu ứng thứ cấp của hành động.

Ngoại giao công chúng và chiến tranh thông tin là những lĩnh vực công tác của chính quyền chuyên dành để thực hiện truyền thông điệp cấp chiến lược. Nhưng truyền thông điệp cấp chiến lược không chỉ giới hạn trong những lĩnh vực này; nó còn liên quan đến rất nhiều loại hành động khác mà thông thường không thuộc phạm vi của ngoại giao công chúng hay chiến tranh thông tin. Ví dụ như khi Quân giải phóng nhân dân (QGPNĐ) Trung Quốc tiến hành thử một tên lửa chống vệ tinh vào tháng 1 năm 2007, họ gửi đi một thông điệp mạnh mẽ về năng lực quân sự của Trung Quốc. Hành động này có thể được xem như một phần trong ảnh hưởng cấp chiến lược và chiến tranh chính trị của Bắc Kinh, nhưng không phải là chiến dịch thông tin hay ngoại giao công chúng. Một tháng sau khi thử tên lửa này, khi Trung Quốc kêu gọi đàm thoại về một hiệp ước vũ khí không gian, nước này đã tiến hành một hành động ngoại giao công chúng. Việc này gửi đi một thông điệp nữa – lần này là về ý định của Trung Quốc. Cả hai sự kiện đều có liên quan đến truyền thông điệp cấp chiến lược nhưng theo các cách khác nhau.

Truyền thông điệp cấp chiến lược có thể thực hiện công việc của bất cứ loại quyền lực nào, được định nghĩa theo cơ chế mà thông qua đó kết quả được thu nhận. Vì quyền lực mềm và quyền lực bén được dùng để chỉ các cơ chế khác nhau trong việc gây ảnh hưởng đến đối tượng tiếp nhận, mỗi loại quyền lực là một tập hợp khác biệt các cách thức mà truyền thông điệp cấp chiến lược có thể hoạt động. Do đó, truyền thông điệp cấp chiến lược vượt quá

khuôn khổ của ngoại giao công chúng, quyền lực mềm, quyền lực bèn, và chiến tranh thông tin, và có thể bắt nguồn từ ảnh hưởng cấp chiến lược, chiến tranh chính trị, và nhiều lĩnh vực hành động khác của chính quyền.

Như cái tên của nó, truyền thông điệp cấp chiến lược hoạt động thông qua phương tiện thông điệp. Thông điệp có thể được gửi đi theo nhiều cách – thông qua những phương tiện truyền thông chuyên biệt hay đơn giản là hành xử theo một cách cụ thể. Tuyên bố, sách, hình ảnh, phim, và âm nhạc là một vài phương tiện truyền thông đã được các chính quyền dùng cho mục đích truyền thông điệp cấp chiến lược. Nhưng bất kỳ hành động hay sự án binh bất động nào của một chính quyền cũng có thể gửi đi một thông điệp. Khi Trung Quốc xây những đảo nhân tạo ở biển Đông, họ gửi đi thông điệp về khả năng, ý định, tính cam kết, và quyết tâm của mình. Khi Hoa Kỳ tiến hành các chiến dịch tự do hàng hải ở biển Đông, họ gửi đi thông điệp về sự cam kết của mình đối với tự do hàng hải ở khu vực này. Nhưng sự thiếu vắng các hành động mạnh bạo hơn của Hoa Kỳ cũng gửi đi một thông điệp về ý định, và vô tình cũng là sự cam kết và quyết tâm của Washington. Việc các thông điệp có gây chú ý và được hiểu đúng hay không tùy thuộc không chỉ vào cách thức truyền thông điệp mà còn là cảm quan của những đối tượng tiếp nhận cụ thể.

Điều quan trọng cần lưu ý là truyền thông điệp cấp chiến lược là một tiến trình có thể sử dụng bất cứ phương tiện truyền thông nào, và linh hoạt trong việc sử dụng các loại công cụ. Tiến trình này bao gồm việc tạo ra và gửi thông điệp để gây ra cảm nhận và cuối cùng là thay đổi trong ứng xử, tư duy, hay ưu tiên của đối tượng tiếp nhận. Do đó, phương pháp luận phù hợp để phân tích việc truyền thông điệp cấp chiến lược phải hướng vào tiến trình chứ không phải phương tiện. Cụ thể hơn, việc nghiên cứu truyền thông điệp cấp chiến lược phải bao trùm toàn bộ tiến trình giao thiệp mà Harold Lasswell đã mô tả là “ai, nói cái gì, bằng kênh nào, nói với ai, và có tác động gì” trong đó mỗi thành phần đều đáng được chú ý đúng mức.<sup>7</sup> Truyền thông điệp cấp chiến lược như một tiến trình bao gồm 5 thành phần: bên truyền thông, nội dung thông điệp, đối tượng của thông điệp, phương tiện truyền thông điệp, và tác động lên đối tượng của thông điệp.

Các tác động ảnh hưởng của việc truyền thông điệp cấp chiến lược có thể được phân thành 4 nhóm chính: đe dọa (intimidation), đoàn kết (solidarity), gây bối rối nghi ngờ (confusion), và tin tưởng chắc chắn (conviction), với nhiều dạng trung gian giữa các nhóm này. Truyền thông điệp về khả năng vượt trội và sự quyết tâm có thể *đe dọa* đối tượng nhận thông điệp, ngăn cản đối tượng thực hiện hành động nào đó, và khiến đối tượng làm theo ý của bên đe dọa. Những hiệu ứng *đoàn kết* như thái độ hữu nghị, liên kết chính sách, tôn trọng, và cam kết cho một giá trị chung, bản sắc, chính nghĩa, hay đức tin chung có thể đạt được thông qua đưa ra những tín hiệu thân thiết, năng lực, và cam kết cho giá trị chung, bản sắc, chính nghĩa, hay đức tin chung. Vì thông điệp chứa đựng thông tin, quan điểm, hiểu biết, và lập luận,

chúng có thể khiến đối tượng tiếp nhận tin tưởng, tức là củng cố *lòng tin*, hay nghi ngờ sự thật của việc gì đó, tức là gieo mầm *bối rối*. Tóm lại, truyền thông điệp cấp chiến lược có thể định hình tâm trí của một đối tượng tiếp nhận và giúp bên gửi thông điệp đạt được ý đồ mà không cần cưỡng ép bằng sức mạnh hay cho tặng lợi ích vật chất.

## TRUYỀN THÔNG ĐIỆP CẤP CHIẾN LƯỢC CỦA CHND TRUNG HOA

Khái niệm rộng lớn này về truyền thông điệp cấp chiến lược cho phép ta thấy việc truyền thông điệp của Trung Quốc và hiệu ứng của nó vượt xa khỏi những hành động cụ thể từ các chiến dịch tuyên truyền, ngoại giao công chúng, và thông tin của Bắc Kinh. Bất kỳ hành động nào mà CHND Trung Hoa làm hay không làm đều gửi đi một thông điệp và đều có thể là một phần trong việc truyền thông điệp cấp chiến lược của Trung Quốc. Tuy không thể nào kể hết mọi công cụ mà CHND Trung Hoa dùng cho mục đích truyền thông điệp cấp chiến lược, nhưng ta cần phải mô tả những lối tiếp cận chủ yếu của CHND Trung Hoa cho việc truyền thông điệp cấp chiến lược và những hiệu ứng chính của nó.

Hai truyền thống lịch sử – Soviet và Trung Hoa cổ đại – hòa quyện với nhau định hình lối truyền thông điệp cấp chiến lược của CHND Trung Hoa. Là một nhà nước Leninist, chế độ chính quyền của CHND Trung Hoa phụ thuộc rất lớn vào sự kiểm soát và điều khiển của nhà nước đối với môi trường thông tin. Truyền thông, kiểm duyệt, cũng như các biện pháp cưỡng ép và phi cưỡng ép để đảm bảo tự kiểm duyệt không chỉ là những phần không thể thiếu trong công tác hàng ngày mà còn trong bộ công cụ quý giá nhất của CHND Trung Hoa. Ở các nước khác, bên ngoài cương vực kiểm soát trực tiếp của Bắc Kinh, CHND Trung Hoa dựa vào *công tác mặt trận thống nhất* như một vũ khí chủ chốt trong chiến tranh chính trị của mình và là một công cụ chủ chốt để tuyên truyền, thực thi kiểm duyệt, và đảm bảo tự kiểm duyệt.<sup>8-11</sup> Lấy cảm hứng từ học thuyết Leninist về thống nhất với các bên ít thù địch hơn để chống lại những kẻ thù lớn hơn, tư tưởng của mặt trận thống nhất là để tạo ra các liên minh thuận tiện, kết nạp những người có ảnh hưởng (như chính khách, doanh nhân, ký giả, và trí thức trong lẫn ngoài cộng đồng người Hoa hải ngoại) và vô hiệu hóa những chống đối tiềm tàng với chính sách của Bắc Kinh.

CHND Trung Hoa cũng thừa hưởng một truyền thống lâu dài trong việc truyền thông điệp cấp chiến lược để ảnh hưởng người khác từ các nhà tư tưởng Trung Hoa cổ đại, đáng chú ý nhất là Tôn Tử. *Binh pháp* Tôn Tử, chiến lược sách Trung Hoa có ảnh hưởng nhất, ghi rằng: “Dụng binh là dụng mưu đối gạt”.<sup>12</sup> Truyền thông điệp cấp chiến lược theo nghĩa rộng chính là gian trá. Một nguyên tắc lớn khác trong truyền thống này là tư tưởng không đánh mà thắng. *Binh pháp* ghi: “Thượng sách trong chiến tranh là đánh vào mưu lược của địch. ... Trăm trận trăm thắng chưa phải là cảnh giới cao nhất. Không đánh mà thắng mới là cảnh giới

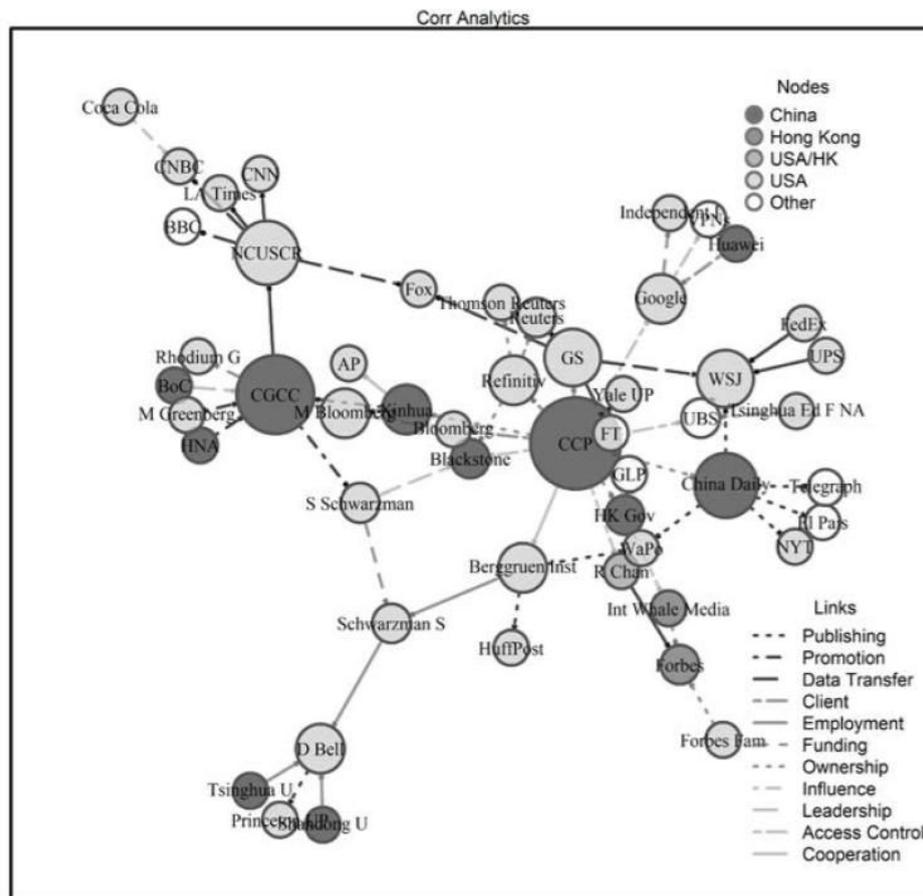
cao nhất.”<sup>13</sup> Nhìn tổng thể thì những châm ngôn này cổ xúy cho một con đường gián tiếp đi đến thắng lợi mà chủ yếu dựa vào truyền thông điệp cấp chiến lược để thao túng cảm quan, phá tan ý chí và liên minh, thay đổi cách tính toán và làm hỏng chiến lược của đối phương.

Châm ngôn “phạt mưu” (đánh vào mưu lược) và “bất chiến nhi khuất” (không đánh mà thắng) của Tôn Tử là những nguyên tắc chỉ đạo trong tuyên truyền, chiến tranh thông tin, và truyền thông điệp cấp chiến lược của Trung Quốc đối với thế giới bên ngoài. Tư duy nền tảng của họ là bên yếu thế có thể đánh bại kẻ địch mạnh hơn bằng mưu trí. Thao túng môi trường thông tin là trung tâm của việc mưu trí hơn địch. Theo tư tưởng này, QGPND đã phát triển khái niệm “siêu hạn chiến” (chiến tranh không giới hạn) và nhấn mạnh “tam chiến” – pháp luật chiến, dư luận chiến, tâm lý chiến – cho phép CHND Trung Hoa thắng một cuộc chiến chống lại Hoa Kỳ mà không tốn một viên đạn.<sup>14-17</sup>

Truyền thông điệp cấp chiến lược của Bắc Kinh có một mục tiêu cao hơn là tạo điều kiện thuận lợi trên thế giới để Đảng cộng sản Trung Quốc theo đuổi “Trung Quốc mộng” của mình. Việc truyền thông điệp cấp chiến lược của Trung Quốc đi theo 3 con đường chính để theo đuổi mục tiêu này. Theo con đường thứ nhất, việc truyền thông điệp bắt nguồn trực tiếp từ các hành động và giao thiệp của Trung Quốc: viện trợ cho nước ngoài, hành xử của QGPND, chấp pháp và dân quân trên biển, tuyên bố của quan chức CHND Trung Hoa, và những bản tin của hãng thông tấn chính thức Tân Hoa Xã.

Con đường thứ hai là mượn tay người khác, như lời những tuyên truyền viên Trung Quốc nói là “tá thuyền xuất hải” (mượn thuyền ra biển).<sup>9</sup> “Thuyền” được mượn ở đây có thể là một chính phủ nước ngoài, một đơn vị truyền thông tư nhân, một nhà làm phim nước ngoài, một đài phát thanh hay truyền hình ở nước ngoài, một viện nghiên cứu chính sách nước ngoài, một trường đại học nước ngoài, và những cơ sở viện trường tương tự ở quốc gia mục tiêu.<sup>9,18-20</sup> CHND Trung Hoa có nhiều cách để “tá thuyền” ở phương Tây nhằm gây sức ảnh hưởng, phổ biến quan điểm góc nhìn của mình, và giới hạn môi trường thông tin. Những nỗ lực của Trung Quốc nhằm gây ảnh hưởng lên Hollywood thông qua đầu tư hay dùng vai trò trung tâm ngày càng lớn của thị trường Trung Quốc đối với ngành công nghiệp điện ảnh để làm đòn bẩy đã “gây nhiều quan ngại về việc tự kiểm duyệt, việc dùng ngành công nghiệp điện ảnh Mỹ để thúc đẩy quan điểm góc nhìn của Trung Quốc, và cuối cùng là nguy cơ đánh mất tính độc lập của ngành công nghiệp này”.<sup>18</sup> *Nhân Dân Nhật Báo*, cơ quan ngôn luận của CHND Trung Hoa, thường có những bài đăng trên những tờ báo phương Tây hàng đầu như tờ *Bưu chính Washington (Washington Post)* và *Thời báo New York (New York Times)*. Mặc dù những phụ trương kèm thêm của *Nhân Dân Nhật Báo* này là quảng cáo có trả tiền, nhưng cách sắp xếp của chúng có hiệu ứng khiến nhiều độc giả nghĩ là bài của bình luận viên độc lập (*op-ed*) hay tin tức do chính tòa soạn báo cho đăng. Theo những cách gián tiếp hơn thì “thuyền” có thể được “tá” thông qua quan hệ sở hữu, tài trợ, hay hợp tác với các tổ chức hoặc

cá nhân liên kết với CHND Trung Hoa. Biểu đồ trong hình 1 được vẽ theo kết quả nghiên cứu của Anders Corr, mô tả mối quan hệ phức tạp giữa các báo đài truyền thông phương Tây với các tổ chức của CHND Trung Hoa. Cách tiếp cận “tá thuyền” ngày càng phức tạp lại thường hoạt động gián tiếp và kín đáo này gây ra những mối quan ngại về việc tự kiểm duyệt và đánh mất tính độc lập của nhiều tổ chức truyền thông nổi tiếng ở phương Tây.<sup>21</sup>



**Hình 1:** Ảnh hưởng truyền thông của Trung Quốc. Biểu đồ này khái quát vấn đề chung và không nhất thiết phản ánh quan điểm của tác giả. Viết tắt: GCGG: Tổng thương hội Trung Quốc; NCUSCR: Ủy ban toàn quốc về quan hệ Mỹ–Trung. Ghi chú các mối liên hệ (thứ tự từ trên xuống): xuất bản, thúc đẩy, chuyển thông tin, khách hàng, thuê mướn nhân lực, tài trợ, sở hữu, ảnh hưởng, lãnh đạo, kiểm soát quyền tiếp cận, hợp tác.

Ở con đường thứ ba, việc truyền thông điệp của Trung Quốc lợi dụng các quyền tự do mà nhân dân được hưởng ở các xã hội mở. Các cá nhân, công ty, và tổ chức được CHND Trung Hoa tài trợ hoặc ủng hộ có thể hoạt động trong một xã hội tự do như bất cứ cá nhân nào khác. Nhưng với sự ủng hộ tài chính và mạng lưới liên hệ của CHND Trung Hoa, những tổ chức cá nhân này có đủ mọi lợi thế cạnh tranh lại và đánh bật những tiếng nói khác. Điều này đã diễn ra ở các cơ quan truyền thông tiếng Hoa tại nhiều nước trong đó có Australia, Kampuchea, New Zealand, và Hoa Kỳ – những nơi mà hầu hết các cơ quan truyền thông tiếng Hoa do công ty liên hệ với CHND Trung Hoa kiểm soát.<sup>9,19</sup> Sự hiện diện của truyền thông, các hãng

thông tấn, các chương trình giáo dục và nghiên cứu của Trung Quốc cũng đem theo chế độ tuyên truyền, kiểm duyệt, và tự kiểm duyệt của Trung Quốc như là cánh tay nối dài của chế độ kiểm soát thông tin đối nội của nước này.

Truyền thông điệp cấp chiến lược của Trung Quốc nhắm vào không chỉ việc định hình dư luận mà còn xây dựng thanh thế và tạo ra những quy chuẩn. Cụ thể hơn, mục tiêu của nó là thúc đẩy thanh thế tích cực của Trung Quốc, đối phó lại với những ý kiến tiêu cực về Trung Quốc, phổ biến những quan điểm tiêu cực về đối phương, và cải nuôi dưỡng những quy chuẩn ưu tiên Trung Quốc trong quan hệ với những nước khác.

Cái mà hệ thống truyền thông điệp cấp chiến lược của Trung Quốc muốn xây dựng là một danh tiếng tử tế, hào hiệp, giàu năng lực, và có quyết tâm. Khi Đài truyền hình trung ương Trung Quốc thiết lập chi nhánh ở châu Phi, đài này nói với các nhà báo địa phương là kênh châu Phi này sẽ cho họ cơ hội “kể về châu Phi” từ quan điểm của châu Phi. Tuy nhiên, như Louisa Lim và Julia Bergin đã lưu ý, “mục tiêu cao hơn có vẻ là để nhấn mạnh sức mạnh, lòng hào hiệp, và vị trí trung tâm của Trung Quốc đối với những vấn đề toàn cầu”.<sup>22</sup>

Những chương trình viện trợ của Trung Quốc đóng một vai trò lớn trong việc thúc đẩy cảm nhận của bên nhận về Trung Quốc như một người bạn tốt. Những món quà dường như được chọn lựa một cách chiến lược để làm tăng tối đa hiệu ứng sức mạnh mềm – thường thì chúng là những món đồ có giá trị sử dụng cá nhân lớn hoặc công chúng dễ nhận diện. Ví dụ cho quà của Trung Quốc tặng quan chức và chính phủ nước ngoài có máy tính xách tay, học bổng, các toà nhà chính quyền quan trọng, sân vận động và những cây cầu lớn.<sup>23</sup>

Những hành động táo bạo của Trung Quốc giúp nước này giành vị trí mạnh và xây dựng một thanh thế là nước có năng lực và quyết tâm. Hành xử của Bắc Kinh ở Biển Đông đầy rẫy ví dụ cho những việc như thế. Một phần chủ chốt trong chiến lược của Trung Quốc ở Biển Đông là lan truyền quan điểm cho rằng Trung Quốc chỉ phản ứng lại và không sợ hãi trước sự kích động của các bên khác. Những hành vi “thiếu chuyên nghiệp” và “nguy hiểm” của tàu bè, máy bay Trung Quốc khi giáp mặt với các đợt tuần tra của Hoa Kỳ ở Biển Đông là để gửi đi thông điệp này.

Việc xây dựng các đảo nhân tạo không chỉ làm thay đổi tình hình thực địa mà còn chứng tỏ khả năng và quyết tâm của Bắc Kinh. Nếu các đảo nhân tạo mà Trung Quốc xây dựng giữa Biển Đông là cực kỳ dễ bị tổn thương vào thời chiến, thì chúng lại vô cùng hữu ích vào thời bình. Nếu Tôn Tử còn sống, chắc ông sẽ nói chúng được xây để “không đánh mà thắng”, chứ không phải để sẵn sàng cho một cuộc chiến với Hoa Kỳ. Hiệu ứng của chúng là làm thay đổi về mặt tâm lý các tính toán chiến lược của các nước trong khu vực, “tạo ra một tình huống khiến người ta nhìn vào xu hướng của sự vật hiện tượng và nghĩ rằng Trung Quốc cuối cùng rồi sẽ thắng cuộc chơi”.<sup>24</sup>

Việc truyền thông điệp cấp chiến lược của Trung Quốc không chỉ có tô vẽ thực tế bằng màu sắc Trung Quốc mà còn giới hạn tự do tư tưởng và ngôn luận của các bên khác. Chuyện báo đài, quan chức Trung Quốc trách mắng người khác mang cái tư tưởng mà họ gọi là “thuyết nguy cơ Trung Quốc” hay “đầu óc Chiến tranh lạnh” là không phải hiếm. Như Toshi Yoshihara quan sát, Trung Quốc đã tạo ra những tác động hết sức to lớn trong cách người ta bàn về nước này, trong cả dư luận lẫn ở các mức độ cao nhất trong chính quyền Hoa Kỳ:

*Chúng ta bị thay đổi cách ứng xử xã hội và bình thường hoá chuyện chấp nhận một số đường lối của đảng, ví dụ như cái tư tưởng rằng nếu làm gì có hại cho việc kết nối thì chắc chắn ta đang mang đầu óc Chiến tranh lạnh hay đang tìm cách cương toả Trung Quốc, và do đó khi trao đổi lịch thiệp, khi đối thoại với khách quý, chúng ta không đề cập đến những chuyện này.<sup>25</sup>*

Bằng cách kiên trì lặp đi lặp lại một số tư tưởng và hành vi trong thời gian dài, chế độ truyền thông điệp của Trung Quốc giúp dựng nên những tiêu chuẩn liên quan ở đối tượng tiếp nhận. Tuyên bố nổi tiếng của nguyên Bộ trưởng ngoại giao Trung Quốc, Dương Khiết Trì, rằng “Trung Quốc là nước lớn còn những nước khác là nước nhỏ, đó là sự thật” đã được lặp lại dưới nhiều dạng khác nhau để gửi đi cùng một thông điệp, và rồi qua thời gian đã in đậm quy chuẩn thứ bậc vào các quan chức Đông Nam Á khi làm việc với Trung Quốc.<sup>26</sup>

Chiến lược này đã được sử dụng trong quan hệ giữa Trung Quốc với cả nước nhỏ lẫn siêu cường. Nói đến Hoa Kỳ, Peter Mattis đã thấy rằng “họ giam chúng ta vào lối tư duy về quan hệ Mỹ – Trung theo kiểu dành ưu tiên cho mỗi quan hệ hơn những phản ứng mà chúng ta có thể đưa ra để bảo vệ lợi ích của mình”. Như Devin Stewart phát biểu, điều này “tạo ra một khuôn mẫu tư duy cho phép người Trung Quốc được đi hai nước cờ còn ta đi có một”.<sup>27</sup>

## **MỘT CHIẾN LƯỢC ĐÁP TRẢ CỦA MỸ**

Truyền thông điệp cấp chiến lược của Trung Quốc đưa ra một thách thức hết sức to lớn đối với Mỹ. Đó là một đòn mạnh trong chiến tranh chính trị và chiến tranh không giới hạn của Bắc Kinh chống lại Hoa Kỳ. Nó đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng ảnh hưởng của CHND Trung Hoa và làm xói mòn vai trò và ảnh hưởng của Mỹ. Chế độ kiểm duyệt và tự kiểm duyệt nó đòi hỏi, cũng như chế độ kiểm soát cả tinh vi lẫn không tinh vi của CHND Trung Hoa đối với môi trường thông tin có thể làm giảm các quyền tự do dân chủ của ta trong và ngoài nước.

Mỹ phải đáp trả mạnh mẽ với những thách thức của truyền thông điệp cấp chiến lược của CHND Trung Hoa. Mỹ phải đề ra một chiến lược truyền thông điệp hiệu quả của chính mình, một chiến lược khai thác sức mạnh của việc truyền thông điệp để bảo vệ và thúc đẩy quyền

lợi quốc gia của Mỹ và những giá trị mà nhân dân ta trân trọng. Một chiến lược như thế phải dựa trên khái niệm rộng về truyền thông điệp cấp chiến lược như khái quát ở phần đầu chương này. Mục tiêu của chiến lược truyền thông điệp của Mỹ phải là đảm bảo môi trường thông tin trung thực, trong đó những vấn đề tranh luận chiếm ưu thế phải làm nổi bật vai trò quan trọng của Hoa Kỳ trong việc đảm bảo môi trường khu vực tự do, cởi mở, đem lại thịnh vượng cho tất cả mọi người. Mục tiêu này sẽ được thực hiện thông qua ba việc song song:

- nỗ lực toàn xã hội nhằm bảo vệ sự tự do và liêm chính của môi trường thông tin;
- nỗ lực toàn xã hội nhằm giám sát và vạch trần sự thao túng và kiểm soát thông tin liên quan đến truyền thông điệp cấp chiến lược của Trung Quốc;
- nỗ lực toàn hệ thống chính quyền nhằm liên tục cải thiện truyền thông điệp cấp chiến lược của Hoa Kỳ, một chiến lược có xem xét đến cảm nhận của đối tượng tiếp nhận quốc tế đa dạng.

Tuy chưa phải đã liệt kê hết các lựa chọn, nhưng tôi xin đề nghị những hành động cụ thể sau đây nhằm bước đầu phát triển một chiến lược toàn diện hơn:

- Thiết lập chức danh cố vấn truyền thông điệp cấp chiến lược (*strategic messaging advisor*) và cục truyền thông điệp cấp chiến lược (*office of strategic messaging*) ở các bộ ngoại giao, quốc phòng, an ninh nội địa, và thương mại. Cố vấn truyền thông điệp cấp chiến lược sẽ cố vấn cho bộ trưởng về tất cả những vấn đề liên quan đến truyền thông điệp cấp chiến lược. Dưới sự lãnh đạo của cố vấn, cục truyền thông cấp chiến lược sẽ:

- + phụ tá cho cố vấn truyền thông điệp cấp chiến lược;
  - + đánh giá mọi hành động trong phạm vi quản lý của bộ ngành từ góc độ truyền thông điệp cấp chiến lược;
  - + phân tích mọi hiệu ứng truyền thông điệp có thể xảy ra từ các phương án hành động khác nhau lên các đối tượng tiếp nhận thông điệp quốc tế chủ chốt;
  - + điều phối các hoạt động truyền thông điệp và phản truyền thông điệp cấp chiến lược của bộ ngành;
  - + giúp bộ ngành đề ra những thông điệp khôn khéo có tác dụng nâng cao ảnh hưởng của Hoa Kỳ và đề kháng lại ảnh hưởng của CHND Trung Hoa.
- Thành lập một nhóm truyền thông điệp cấp chiến lược liên tịch (*interagency strategic messaging group*) tại Nhà Trắng nhằm điều phối công tác truyền thông điệp cấp chiến lược và phản ứng cấp chiến lược của chính quyền liên bang đối với các chiến dịch truyền thông điệp chống Mỹ và gây ảnh hưởng của các chế độ độc tài. Cơ quan này có thể được lập theo mô hình Nhóm công tác đối phó chủ động liên tịch (*Interagency Active Measures Working*

*Group*) do chính quyền Reagan lập ra nhằm đáp trả các biện pháp nhiễu loạn thông tin và hành động của Liên Xô.

- Thành lập một cơ quan giám sát và cố vấn độc lập do Quốc hội bổ nhiệm nhằm giám sát các hoạt động vi phạm quyền tự do và tính liêm chính của môi trường thông tin. Sứ mệnh của cơ quan này là nâng cao sự cảnh giác có tính xây dựng mà không can thiệp chủ động vào môi trường tự do trao đổi tư tưởng.

- Đưa các chiến dịch thông tin và chính trị của CHND Trung Hoa ở Hoa Kỳ vào diện quản lý đặc biệt, không cho phép Bắc Kinh lợi dụng sự bất cân xứng do hạn chế quyền tự do của người nước ngoài ở Trung Quốc. Trên nguyên tắc, hành động này sẽ không giới hạn những quyền tự do chính đáng của công dân Trung Quốc ở Hoa Kỳ. Tuy nhiên, nó sẽ phân biệt những công dân Trung Quốc vô can và những người làm việc cho CHND Trung Hoa và Đảng cộng sản Trung Quốc – đây là những người cần được quản lý đặc biệt cho dù họ mang quốc tịch gì đi nữa.

- Yêu cầu công dân Hoa Kỳ phải được quyền thị thực và đi lại ở Trung Quốc tương đương như công dân Trung Quốc ở Hoa Kỳ.

- Xét duyệt lại những chính sách và khuôn khổ pháp lý hiện thời để xoá những kẽ hở đang bị các chiến dịch gây ảnh hưởng và chính sách “tam chiến” của CHND Trung Hoa lợi dụng. Những sửa đổi này phải không được làm thay đổi bản chất tự do của xã hội ta. Thay vào đó, chúng phải tạo sân chơi bình đẳng, bảo vệ thị trường tự do tư tưởng khỏi những thiên vị và thao túng của các chiến dịch gây ảnh hưởng và chính sách “tam chiến” của CHND Trung Hoa. Đạo luật đăng ký đại diện nước ngoài (*Foreign Agents Registration Act*) phải được thực thi đầy đủ hơn và các kẽ hở của luật phải bị loại bỏ. Ví dụ, những phụ trương do *Nhân Dân Nhật Báo* trả tiền đăng trên báo chí Mỹ và các chương trình của Đài truyền hình trung ương Trung Quốc ở Hoa Kỳ phải thể hiện rõ liên hệ giữa những chúng với CHND Trung Hoa.

- Nâng cao việc phản truyền thông điệp để bác bỏ những luận điệu tuyên truyền của CHND Trung Hoa và làm xói mòn những quan điểm mà CHND Trung Hoa ủng hộ trong chính sách “tam chiến” chống lại Hoa Kỳ.

- Củng cố về mặt hành chính, quản trị, và tài chính những cơ quan phát thanh truyền hình và truyền thông sử dụng ngân sách để biến chúng thành kiểu mẫu cho tự do báo chí, đặc biệt là Đài tiếng nói Hoa Kỳ (*Voice of America*) và Đài Á châu tự do (*Radio Free Asia*). Cụ thể, những cơ quan này phải đưa ra sự thật ở mức đầy đủ nhất có thể, phải độc lập khỏi những ảnh hưởng tinh vi lẫn không tinh vi của CHND Trung Hoa, và phải cung cấp một diễn đàn tự do, công bằng, và cởi mở để thảo luận những quan điểm ảnh hưởng đến đối tượng độc giả. Trong điều kiện ngày càng có nhiều quan ngại về sự thiếu khách quan trong môi trường thông tin

của ta hiện nay thì việc dùng ngân sách để thúc đẩy vai trò kiểu mẫu của nền báo chí tự do là cần thiết.

- Tiến hành tập huấn thường xuyên về các chủ đề truyền thông điệp cấp chiến lược và ngoại giao công chúng cho các quan chức Hoa Kỳ ở tất cả các bộ ngành có làm việc với các vấn đề liên quan đến Trung Quốc.

**Ghi chú của tác giả:** Scott McDonald, Mike Burgoyne, và Anders Corr đã góp ý phê bình rất mang tính xây dựng cùng những đề nghị sâu sắc. Tác giả xin được cảm ơn những người có tên ở trên và những người tham gia hội thảo “Tầm với toàn cầu của Trung Quốc” vì các ý kiến đóng góp.

--

### **Nguồn tham khảo:**

1. Quan điểm và khuyến nghị trong chương sách này là của tác giả và không nhất thiết phản ánh chính sách hay quan điểm của Trung tâm nghiên cứu an ninh Châu Á – Thái Bình Dương mang tên Daniel K. Inoye, Bộ quốc phòng Hoa Kỳ, hay Chính phủ Hoa Kỳ.
2. George F. Kennan. “Bản ghi nhớ nội bộ kế hoạch chính sách” (*Policy planning staff memorandum*). Cục lưu trữ quốc gia Hoa Kỳ (National Archives and Records Administration). RG273. Bản lưu trữ của Hội đồng an ninh quốc gia Hoa Kỳ (National Security Council), NSC 10/2, 4 tháng 5 năm 1948. <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1945-50Intel/d269>.
3. Joseph S. Nye. “Quyền lực mềm: phương tiện đến thành công trong chính trị thế giới” (*Soft power: the means to success in world politics*). New York: PublicAffairs, 2004.
4. Joseph S. Nye. Thiên hướng lãnh đạo: bản chất thay đổi của quyền lực Mỹ (*Bound to lead: the changing nature of American power*). New York: Basic Books, 1990.
5. Nye đã nhiều lần cảnh báo rằng “mối quan hệ [giữa quyền lực mềm và các nguồn lực phi vật thể] là không hoàn hảo” và rằng “tính phi vật thể không phải là một điều kiện cần để có quyền lực mềm”. Nguồn: 4; và “Tương lai của quyền lực” (*The future of power*) (New York: PublicAffairs, 2011, 21, 243).
6. “Quyền lực bén: sức ảnh hưởng chuyên quyền đang lên” (*Sharp power: rising authoritarian influence*). Diễn đàn dân chủ học quốc tế (*International Forum for Democratic Studies*), Quỹ quốc gia hỗ trợ dân chủ (*National Endowment for Democracy*), 2017, 6. <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-Full-Report.pdf>.

7. Harold D. Lasswell. “Cấu trúc và chức năng của giao thiệp trong xã hội” (*The structure and function of communications in society*), trong sách “Loạt bài nói về giao thiệp tư tưởng” (*The communication of ideas: a series of addresses*) do Lyman Bryson biên tập, Viện nghiên cứu tôn giáo và xã hội (*Institute for Religious and Social Studies*), New York, 1948, 37–51.
8. Alexander Bowe. “Công tác mặt trận thống nhất hải ngoại của Trung Quốc: thông tin cơ bản và ý nghĩa đối với Hoa Kỳ” (*China’s overseas united front work: background and implications for the United States*). Báo cáo cho cán bộ Ủy ban kiểm tra kinh tế & an ninh Mỹ-Trung (*US-China Economic and Security Review Commission*), 24 tháng 8 năm 2018.
9. Anne-Marie Brady. “Vũ khí thần thông: các hoạt động gây ảnh hưởng chính trị của Trung Quốc dưới thời Tập Cận Bình” (*Magic weapons: China’s political influence activities under Xi Jinping*). Báo cáo tại hội nghị “Xói mòn dân chủ dưới ảnh hưởng toàn cầu của Trung Quốc” (*The corrosion of democracy under China’s global influence*), Arlington, Virginia, 16–17 tháng 9 năm 2017.  
<https://www.wilsoncenter.org/article/magic-weapons-chinas-political-influence-activities-under-xi-jinping>.
10. June Teufel Dreyer. “Một vũ khí không có chiến tranh: chiến lược mặt trận thống nhất của Trung Quốc” (*A weapon without war: China’s united front strategy*). Ghi chú điện tử Viện nghiên cứu chính sách đối ngoại (*Foreign Policy Research Institute e-notes*), 6 tháng 2 năm 2018.  
<https://www.fpri.org/article/2018/02/weapon-without-war-chinas-united-front-strategy/>.
11. Thomas G. Mahnken, Ross Babbage, Toshi Yoshihara. “Đối phó với cưỡng ép toàn diện: những chiến lược cạnh tranh với chiến tranh chính trị chuyên quyền” (*Countering comprehensive coercion: competitive strategies against authoritarian political warfare*). Washington DC: Trung tâm đánh giá chiến lược & ngân sách (*Center for Strategic and Budgetary Assessments*), 2018, chương 4.
12. Tôn Tử. “Binh pháp”. Nguyên văn: “*Binh giả, quỷ đạo dã*”. Bản dịch tiếng Anh “*Art of war*” của Samuel B. Smith (New York: Oxford University Press), 1963, trang 66: “*All warfare is based on deception*”.
13. Tôn tử. “Binh pháp”. Nguyên văn: “*Bách chiến bách thắng, phi thiện chi thiện giả dã; bất chiến nhi khuất nhân chi binh, thiện chi thiện giả dã. Cố thượng binh phạt mưu.*” Bản dịch tiếng Anh (12): “*For to win one hundred victories in one hundred battles is not the acme of skill. To subdue the enemy without fighting is the acme of skill. Thus, what is of supreme importance in war is to attack the enemy’s strategy.*”

14. Kiều Lương (乔良) & Vương Tương Tuệ (王湘穗). “Siêu hạn chiến” (超限穗). Nhà xuất bản văn nghệ Quân giải phóng, Bắc Kinh, 1999. Bản dịch tiếng Anh của Dịch vụ thông tin phát hành ngoại quốc (*Foreign Broadcast Information Service*), Hoa Kỳ. <https://www.c4i.org/unrestricted.pdf>.
15. Dean Cheng. “Không đánh mà thắng: Chiến tranh dư luận của Trung Quốc và nhu cầu phải có đáp trả mạnh mẽ của nước Mỹ” (*Winning without fighting: Chinese public opinion warfare and the need for a robust American response*). Bản báo cáo thông tin cơ bản số 2745 của Quỹ Di Sản (*Heritage Foundation*), 21 tháng 11 năm 2012. <https://www.heritage.org/asia/report/winning-without-fighting-chinese-public-opinion-warfare-and-the-need-robust-american>.
16. Elsa Kania. “ Tư duy chiến lược mới nhất của QGPND về tam chiến” (*The PLA’s latest strategic thinking of the three warfares*). Tin vắn Trung Quốc (*China Brief*), tập 16, số 13, ngày 22 tháng 8 năm 2016. <https://jamestown.org/program/the-plas-latest-strategic-thinking-on-the-three-warfares/>.
17. Peter Mattis. “Quan điểm về ‘tam chiến’ của Trung Quốc” (*China’s “three warfares” in perspectives*). Diễn đàn “Chiến tranh gập ghềnh” (*War on the Rocks*), 30 tháng 1 năm 2018. <https://warontherocks.com/2018/01/chinas-three-warfares-perspectives/>.
18. Nhóm công tác về những hoạt động gây ảnh hưởng của Trung Quốc ở Hoa Kỳ (*Working Group on Chinese Influence Activities in the United States*). “Ảnh hưởng của Trung Quốc và lợi ích của Mỹ: thúc đẩy sự cảnh trọng mang tính xây dựng” (*Chinese influence and American interests: promoting constructive vigilance*) (Stanford, California: Hoover Institution Press), 2018.
19. Clive Hamilton. “Âm thầm xâm lấn: ảnh hưởng của Trung Quốc ở Australia” (*Silent invasion: China’s influence in Australia*) (Melbourne: Hardie Grant), 2018.
20. Anastasya Lloyd-Damnjanovic. “Một nghiên cứu sơ bộ về các hoạt động ảnh hưởng chính trị và can thiệp của CHND Trung Hoa trong giáo dục đại học của Mỹ” (*A preliminary study of PRC political influence and interference activities in American higher education*) (Washington DC: Trung tâm học giả quốc tế Woodrow Wilson), 2018.
21. Anders Corr. “Nghề tự kiểm duyệt về Trung Quốc ăn nên làm ra” (*The big business of self-censorship over China*), 19 tháng 6 năm 2019. <https://www.ucanews.com/news/the-big-business-of-self-censorship-over-china/85391>. Hình 1 cho thấy mạng lưới ảnh hưởng của Trung Quốc được đề cập đến trong bài này và được Corr cho phép sử dụng ở đây.

22. Louisa Lim & Julia Bergin. “Bên trong chiến dịch tuyên truyền toàn cầu táo bạo của Trung Quốc” (*Inside China’s audacious global propaganda campaign*). Báo *The Guardian*, 7 tháng 12 năm 2018. <https://www.theguardian.com/news/2018/dec/07/china-plan-for-global-media-dominance-propaganda-xi-jinping>.
23. Các chương về châu Phi, Nam Á, và Trung Đông trong sách này (“Ảnh hưởng toàn cầu của Trung Quốc: nhận xét và khuyến nghị”, Scott D. McDonald & Michael C. Burgoyne biên tập).
24. Alexander L. Vuving. “Chiến lược Tôn Tử của Trung Quốc: chuẩn bị để thắng mà không đánh” (*China’s Sun Tzu strategy: preparing for winning without fighting*). Bài phỏng vấn của Patrick Renz và Frauke Heidemann, 27 tháng 3 năm 2015. Trích dẫn trong sách “Cả thiên hạ: quá khứ giúp định hình quyết tâm thành cường quốc toàn cầu của Trung Quốc như thế nào” (*Everything under the heavens: how the past helps shape China’s push for global power*) của Howard W. French (New York: Knopf, 2017). Xem toàn văn trên báo *Thanh Niên* phiên bản tiếng Anh, 19 tháng 6 năm 2015. <https://www.thanhniennews.com/commentaries/chinass-sun-tzus-strategy-preparing-for-winning-without-fighting-46787.html>.
25. Thomas G. Mahnken, Toshi Yoshihara, Devin T. Stewart. “Chiến tranh chính trị’ của Trung Quốc và Nga” (*Chinese and Russian ‘political warfare’*). Chương trình phát thanh điện tử (*podcast*) của Hội đồng đạo đức trong quan hệ quốc tế Carnegie (*Carnegie Council for Ethics in International Affairs*), 9 tháng 10 năm 2018. <https://www.carnegiecouncil.org/studio/multimedia/20181009-chinese-russian-political-warfare-tom-mahnken-toshi-yoshihara>.
26. Xem các ví dụ do Bilahari Kausikan nêu ra trong “Đối phó với một thế giới chưa rõ ràng – Bài nói III: ASEAN & cạnh tranh Mỹ–Trung ở Đông Nam Á” (*Dealing with an ambiguous world – Lecture III: ASEAN & US-China competition in Southeast Asia*). Loạt bài giảng IPS-Nathan, Singapore, 30 tháng 3 năm 2016. <https://lkspp.nus.edu.sg/docs/default-source/ips/mr-bilahari-kausikan-s-speech7d-7b0a7b46bc6210a3aaff0100138661.pdf>.
27. Peter Mattis, Devin T. Stewart. “Các chiến dịch gây ảnh hưởng của Trung Quốc” (*China’s influence operations*). Chương trình phát thanh điện tử (*podcast*) của Hội đồng đạo đức trong quan hệ quốc tế Carnegie (*Carnegie Council for Ethics in International Affairs*), 1 tháng 8 năm 2018. <https://www.carnegiecouncil.org/studio/multimedia/20180801-china-influence-operations-peter-mattis>.