

Quá trình phát triển trong chính sách thông tin truyền thông của Trung Quốc từ năm 1949 đến nay

Lê Ngọc Huynh*

Nhận ngày 25 tháng 6 năm 2021. Chấp nhận đăng ngày 5 tháng 9 năm 2021.

Tóm tắt: Truyền thông đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế, xã hội, văn hóa của một quốc gia. Trong thời kỳ đầu xây dựng chủ nghĩa xã hội, Chính phủ Trung Quốc đã đưa ra chính sách tự do ngôn luận, tự do báo chí, tính chân thực của truyền thông, tuy nhiên, cuộc đấu tranh giai cấp đã biến truyền thông thành công cụ đấu tranh chính trị dẫn đến tính chân thực của sự kiện bị đánh cắp. Bước vào thời kỳ cải cách, và đặc biệt là sự bùng nổ của truyền thông mạng buộc Chính phủ Trung Quốc phải xây dựng hệ thống chính sách phù hợp với thực tiễn, tin tức sự kiện được phản ánh kịp thời, có tính chân thực hơn, hạn chế được mặt trái và phát huy vai trò kinh tế truyền thông. Tuy nhiên, yếu tố chính trị của truyền thông vẫn được đặt lên hàng đầu, do đó quyền tự do ngôn luận và tính công khai của tin tức còn bị hạn chế.

Từ khóa: Truyền thông tin tức, Trung Quốc, chính sách truyền thông.

Phân loại ngành: Nhân học

Abstract: The media plays a vital role in the economic, social and cultural development of a country. In the early stage of the construction of socialism, the Chinese government introduced a policy of freedom of speech, freedom of the press, and the media's authenticity. Nevertheless, the class struggle turned the media into a tool of political struggle which led the authenticity of the facts to be stolen. Entering the revolution period, especially the burst of internet communication, the Chinese government has to build a policy system that matches reality, where events and news are promptly and authentically reflected, limiting the harm and promoting the role of communication economy. However, the top priority is still the political factor of the media, therefore the right to freedom of speech and the publicity of the news is still limited.

Keywords: News media, China, media policy.

Subject classification: Anthropology

* Viện Dân tộc học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
Email: huynhathno@gmail.com

1. Mở đầu

Truyền thông được hiểu là sự luân chuyển tin tức và hiểu biết từ người này sang người khác bằng một phương thức nào đó để đạt được hiểu biết lẫn nhau. Truyền thông đại chúng Trung Quốc cũng giống như các nước khác, dựa vào phương tiện kỹ thuật như: báo viết, phát thanh, truyền hình, phim ảnh, internet... để chuyển tải thông tin cho người dân. Từ khi thành lập nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa (1949) đến nay, Chính phủ Trung Quốc đã sử dụng phương tiện kỹ thuật như: để chuyển tải thông tin, tư tưởng, chính sách của Nhà nước đến nhân dân. Phản ánh mặt tích cực của công cuộc xây dựng xã hội chủ nghĩa. Tuy nhiên, trong giai đoạn đại cách mạng văn hóa (1966 - 1976), các phương tiện trên trở thành công cụ trong cuộc đấu tranh chính trị, tính chân thực của thông tin bị bóp méo khiến đất nước rơi vào lâm nguy mà không có hệ thống chế tài nào đủ sức ngăn cản. Công cuộc đổi mới được tiến hành (1978), ngành thông tin truyền thông có nhiều thay đổi bởi cơ chế quản lý bằng hệ thống pháp luật ngày càng chặt chẽ. Hội nhập sâu vào mạng lưới thông tin truyền thông toàn cầu qua hệ thống internet, khoa học kỹ thuật phát triển, các thiết bị đầu cuối (điện thoại, máy tính, máy Fax...) ngày càng phổ biến, hiện đại cùng những phần mềm ứng dụng xã hội nở rộ, con người dễ dàng thực hiện trao đổi và chia sẻ thông tin. Sự bùng nổ thông tin truyền thông trong bối cảnh toàn cầu hóa, thị trường hóa hàm chứa trong đó không ít thách thức đã thúc đẩy Chính phủ Trung Quốc cần phải xây dựng hệ thống pháp lý phù hợp với bối cảnh mới. Khai thác mặt tích cực của truyền thông trong phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, đồng thời kiểm soát ảnh hưởng tiêu cực, làm cho truyền thông trở thành một trong những động lực của phát triển xã hội là mục tiêu của Chính phủ Trung Quốc.

Bài viết¹ này khái quát về chính sách thông tin truyền thông của Trung Quốc từ 1949 đến nay, dựa trên quan điểm của các nhà khoa học Trung Quốc trong các công trình nghiên cứu của họ. Chỉ ra vai trò chính trị, kinh tế, văn hóa trong chính sách truyền thông của Trung Quốc, trong đó đẩy mạnh quyền lực mềm văn hóa ở vùng biên giới. Bài viết giúp các nhà quản lý liên quan đến lĩnh vực này có thêm nguồn tư liệu và góc nhìn mới mang tính tham khảo trong việc xây dựng thực hiện chính sách thông tin truyền thông tại Việt Nam, đặc biệt ở vùng biên giới Việt Nam - Trung Quốc.

2. Quan điểm chính sách truyền thông của Trung Quốc

Các học giả Trung Quốc có nhiều cách kiến giải khác nhau về chính sách truyền thông của Trung Quốc, nhưng vẫn có hai quan điểm tương đồng được sử dụng khá rộng rãi trong

¹ Bài viết là kết quả nghiên cứu của đề tài cấp Bộ: “Truyền thông và vấn đề xây dựng ý thức quốc gia ở một số tộc người vùng biên giới Việt - Trung, tại tỉnh Lào Cai”, do Viện Dân tộc học chủ trì, TS. Trần Hồng Thu làm chủ nhiệm, NCS. Lê Ngọc Huynh, tại Trường Đại học Dân tộc Trung ương, Trung Quốc cộng tác.

ngiên cứu: *Thứ nhất*, chính sách truyền thông tức là chính quyền nhà nước nắm bắt toàn bộ hoạt động và chỉ đạo tổng thể tư tưởng truyền thông, đồng thời thông qua chế tài pháp lý đưa ra các quy định đối với tin tức truyền thông. Hoạt động truyền thông phải tuân thủ các yêu cầu cơ bản về chính trị, đó là cách thức quan trọng trong quản lý cơ cấu xã hội và không chế tin tức truyền thông. Chính sách truyền thông tiến bộ có lợi cho việc biểu đạt ý chí, nguyện vọng của nhân dân, thúc đẩy xã hội tiến lên, ngược lại nó sẽ cản trở sự phát triển của xã hội (Lý Bân, Lưu Hải Long, 2016). *Thứ hai*, chính sách truyền thông là quan điểm của Đảng và Chính phủ Trung Quốc đối với tất cả cơ cấu và sự nghiệp của ngành truyền thông tin tức, thể hiện trong các quy định, nguyên tắc đối với hoạt động quản lý và kinh doanh liên quan đến tin tức báo chí, tin tức truyền hình, truyền thông đa phương tiện và các biện pháp quản lý điều hành, không chế các lĩnh vực này. Nói cách khác, chính sách truyền thông là thuật ngữ dùng để chỉ các nguyên tắc của Chính phủ trong điều hành cơ cấu tổ chức, phương pháp và cách thức hoạt động của truyền thông (Lưu Kiện, Trần Xương Phụng, 2017). Các quan điểm trên đều cho thấy, mọi hoạt động của truyền thông đều nằm dưới sự quản lý chặt chẽ của Đảng và Chính phủ Trung Quốc, mang tính tiếp cận từ trên xuống.

Sau khi thành lập nước, Chính phủ Trung Quốc đã trực tiếp tiếp quản, xây dựng lại cơ chế quản lý hệ thống truyền thông theo hai chiều. Chiều dọc là các cơ quan hành chính được phân theo bốn cấp từ trung ương đến tỉnh (khu tự trị, thành phố trực thuộc trung ương), thành phố (địa, châu), huyện (thành phố, thị trấn); chiều ngang xây dựng cơ quan chủ quản chịu trách nhiệm quản lý theo các hình thức của truyền thông như: bộ phận xuất bản, bộ phận phát thanh truyền hình, hay Bộ Công nghiệp và Thông tin phụ trách sự phát triển của truyền thông mới, thiết bị đầu cuối, điện thoại di động (Dịch Pháp Vạn, 2014). Ngành sản xuất tin tức, phát thanh truyền hình thuộc sở hữu của nhà nước, bởi nó là trận địa trong tuyên truyền chính trị, tạo ra các dư luận xã hội, quan điểm chính về văn hóa, tôn giáo, tư tưởng của Đảng và Chính phủ Trung Quốc. Do đó, truyền thông được sử dụng trong vai trò phát ngôn của Đảng và Chính phủ. Khi hình thái ý thức của kiến trúc thượng tầng thay đổi thì mục tiêu, đối tượng, nhiệm vụ... của truyền thông biến đổi theo. Chính sách truyền thông của Trung Quốc đã trải qua nhiều giai đoạn khác nhau từ khi thành lập nước cho đến nay, nó trùng khớp với bối cảnh lịch sử trong và ngoài nước.

Bên cạnh đó, Chính phủ Trung Quốc từng bước xây dựng và cải cách hệ thống pháp lý, quản lý ngành truyền thông tin tức phù hợp với từng giai đoạn lịch sử nhất định. Giai đoạn từ năm 1949 đến năm 1978, các quy định luật pháp đầu tiên cho ngành truyền thông được xây dựng, với phương châm tự do ngôn luận, xuất bản... nhằm chuyển tải thành tựu công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Trung Quốc đến toàn dân. Tuy nhiên, tính chính trị quá cao, truyền thông trở thành công cụ chính trị của cuộc đấu tranh giành quyền lực. Sau Đại hội Đảng Cộng sản Trung Quốc lần thứ 11 (1978), các lỗ hổng trong chính sách của giai đoạn trước dần được khóa lấp, tính tự do, chân thực, khách quan của truyền thông được hệ thống pháp lý đảm bảo, tính kinh tế của truyền thông được chú ý khai thác. Bước vào kỷ nguyên internet (1994) đến nay, truyền thông phát triển đa dạng, tác động mạnh mẽ đến mọi khía cạnh

của đời sống xã hội bao gồm cả tích cực và tiêu cực. Điều này, buộc các nhà quản lý của Trung Quốc cần phải xây dựng hệ thống pháp lý phù hợp với tình hình mới.

3. Từng bước xây dựng hệ thống pháp lý cho ngành truyền thông

Trong công cuộc xây đất nước theo con đường chủ nghĩa xã hội dựa trên mô hình của Liên Xô, truyền thông được coi là phương tiện chuyển tải ý chí nguyện vọng của nhà nước và nhân dân, giúp người dân hiểu rõ hơn vai trò, tư tưởng, lập trường, quan điểm của Đảng và Chính phủ Trung Quốc. Vì vậy, giai đoạn này, Trung Quốc đã ban hành chính sách thúc đẩy ngành truyền thông phát triển.

Mao Trạch Đông cho rằng, trước khi tiến hành xây dựng sự nghiệp, Trung Quốc cần phải giải quyết đấu tranh giai cấp (Hương Trường Diễm, 2011). Trên quan điểm này, Cục Thông tin truyền thông được thành lập và ban hành “Dự thảo các biện pháp tạm thời đăng ký báo chí, tạp chí quốc gia”. Tiếp đó, tại Hội nghị Chính trị hiệp thương, Chính phủ Trung Quốc ban hành “Cương lĩnh chung”, trong đó tại Điều 49 và Điều 87 đã đề ra phương châm hoạt động cho báo chí truyền thông, đó là: bảo đảm tự do tin tức và tính chân thực của báo chí, công dân có quyền tự do ngôn luận, xuất bản, hội họp và liên kết xã hội cũng như biểu tình, nghiêm cấm sử dụng báo chí tiến hành phỉ báng, phá hoại lợi ích quốc gia, kích động chiến tranh (Hương Trường Diễm, 2011, tr.159). Quyền tự do ngôn luận, tự do xuất bản của công dân cũng được quy định tại Điều 35 và Điều 41 trong Hiến pháp Trung Quốc (Lâm Ái Quân, Vương Trác, 2013). Trong quá trình thực hiện chính sách truyền thông đã xảy ra nhiều bất cập so với thực tiễn. Từ đó, Chính phủ Trung Quốc tiếp tục ban hành các quy định pháp luật vừa mang tính định hướng vừa có thể kiểm soát được hoạt động của các cơ quan báo chí, truyền thông. Từ năm 1950 đến năm 1956, Chính phủ Trung Quốc ban hành một số văn bản pháp luật đối với ngành truyền thông như: “Biện pháp tạm thời”, “Quy định tạm thời bảo vệ bí mật quốc gia”, “Quy định trừng phạt phản cách mạng”, “Quy định đăng ký tạp chí” và “Quy định tạm thời quản lý xuất bản, in ấn và phát hành sách báo”. Năm 1956, Chính phủ Trung Quốc ban hành “Một số quy định về thủ tục thành lập, đình chỉ đối với báo chí, tạp chí”. Các chính sách trên đã tạo ra khung pháp lý cơ bản trong công tác quản lý, và tôn chỉ, mục đích, nguyên tắc hoạt động rõ ràng cho ngành truyền thông, trong đó nhấn mạnh đảm bảo chuyển tải được tư tưởng chính trị của Chính phủ và phản ánh đời sống của nhân dân.

Dưới sự định hướng và khuyến khích của Chính phủ, rất nhiều tờ báo được ra đời, trong đó có một số tờ báo chí thuộc sở hữu tư nhân. Theo thống kê không đầy đủ, đầu năm 1950, Trung Quốc có khoảng 281 tờ báo, trong đó 55 tờ báo thuộc sở hữu tư nhân (Lưu Kiện, Trần Xương Phụng, 2017, tr.8). Nội dung của báo chí thời kỳ này đều tập trung tuyên truyền, khích lệ người dân tham gia xây dựng đất nước, cải cách ruộng đất, phản ánh tinh thần phấn khởi xây dựng kinh tế của người dân khắp cả nước; cập nhật thông tin về thời tiết, tình hình lũ lụt và tinh thần chiến thắng thiên tai của người dân.

Cách mạng văn hóa kết thúc (1976), Trung Quốc tiến hành Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ 11 (1978), thực hiện cải cách toàn diện đất nước, vai trò của truyền thông báo chí bước sang trang mới. Để thực hiện nhiệm vụ trong bối cảnh mới, tại kỳ họp thứ 3, Đại hội Nhân dân toàn quốc lần thứ 5, năm 1980, các nhà khoa học Trung Quốc đã đề xuất xây dựng hệ thống pháp luật liên quan đến ngành truyền thông. Đầu tiên là “Luật Truyền thông tin tức của nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa” năm 1984 (Hương Trường Diễm, 2011); Năm 1987 Cục Báo chí và Xuất bản của Trung Quốc tiến hành soạn thảo Luật Báo chí và hoàn thành vào cuối năm 1988. Tư tưởng xuyên suốt trong các văn bản pháp luật này là đề cao tính tự do báo chí, đưa ra định nghĩa cụ thể đối với tự do báo chí, các quy định đối với tính độc lập của truyền thông tin tức, nghiêm cấm kiểm duyệt trước với tin tức, nêu cao quyền được phỏng vấn, đưa tin, bình luận, nghĩa vụ cũng như biện pháp hỗ trợ chống xâm phạm đến quyền lợi nhà báo của pháp luật.

Những thập niên cuối của thế kỷ XX, khoa học kỹ thuật thông tin phát triển mạnh mẽ trở thành động lực tăng trưởng cho các ngành kinh tế, quốc gia nào đi tiên phong trong lĩnh vực này sẽ nắm lợi thế trong cạnh tranh kinh tế, thương mại và phát triển xã hội. Nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của khoa học kỹ thuật truyền thông, giới lãnh đạo Trung Quốc đã xây dựng kế hoạch phát triển cho ngành thông tin, từng bước hội nhập với thế giới. Năm 1994, Trung Quốc kết nối với mạng lưới internet quốc tế, chính thức bước vào thời đại số hóa thông tin (Tôn Vũ, Phùng Lệ Thuộc, 2017). Internet đã làm thay đổi lối sống, công việc, phương thức liên lạc của mọi tầng lớp người dân, thúc đẩy kinh tế, văn hóa, xã hội phát triển, đặc biệt mở sang trang mới cho ngành truyền thông tin tức. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích to lớn mà internet và truyền thông đa phương tiện mang đến, nó cũng chứa đựng nhiều yếu tố nguy hại cho xã hội, đòi hỏi các nhà quản lý cần phải xây dựng hệ thống chính sách phù hợp nhằm phát huy hết lợi ích và hạn chế nhược điểm của internet. Vì vậy, giai đoạn này, Trung Quốc tập trung xây dựng hai nhóm chính sách cho ngành truyền thông: (1) các văn bản pháp luật liên quan đến xây dựng cơ sở hạ tầng để mở rộng mạng lưới internet, cải thiện và nâng cao chất lượng chuyển tải internet như: quy định tên miền trong đăng ký do quốc gia quy định: “Quy định tạm thời về quản lý kết nối mạng lưới thông tin máy tính quốc tế” (Phòng Quản lý không gian mạng Trung Quốc, 1996); “Quy định tạm thời quản lý tên miền internet của Trung Quốc” (Văn phòng Quốc vụ viện Trung Quốc, 1997); (2) nhóm chính sách đảm bảo quản lý thông tin, đảm bảo an ninh mạng, an ninh quốc gia. Quốc vụ viện, Bộ Công an Trung Quốc đã ban hành “các điều khoản bảo đảm an toàn hệ thống thông tin máy tính”; “Thông báo tăng cường quản lý an toàn hệ thống thông tin quốc tế”. Trong hai năm 1997, 1998, Ban quản lý truyền thông tin tức truyền thống của Quốc vụ viện Trung Quốc đã ban hành quy định trong việc đưa tin tức ra nước ngoài: “Điểm chú ý khi sử dụng internet đưa tin tức ra nước ngoài” và các “quy định bổ sung khi sử dụng internet đưa tin tức ra nước ngoài”. Truyền thông truyền thống cũng hội nhập mạnh mẽ vào hệ thống thông tin truyền thông quốc tế và xu thế kỹ thuật số.

Tại Đại hội Đảng Cộng sản Trung Quốc lần thứ 16 (2002), giới lãnh đạo Trung Quốc xác định: phải hết sức coi trọng sự ảnh hưởng của các loại hình truyền thông mới đối với dư luận xã hội, đẩy nhanh xây dựng quy phạm pháp luật, cơ chế quản lý internet. Các tờ

báo lớn của Trung Quốc như: Nhật báo Trung Quốc, báo Nhân dân,... nhanh chóng phát triển phiên bản điện tử. Cùng thời gian trên, các đài truyền hình cũng không ngừng phát sóng trực tiếp, mở rộng phạm vi phủ sóng ra toàn quốc và quốc tế như: Đài truyền hình Quảng Đông, Đài phát thanh quốc tế Trung Quốc, Đài truyền hình Trung ương Trung Quốc... Đến cuối năm 1999, có gần 1.000 tờ báo phát hành bản điện tử và gần 200 đài phát thanh truyền hình phát sóng trực tiếp, con số này lên đến 2.000 nhà đài vào cuối năm 2.000 chiếm 20% tổng số đài truyền hình của cả nước (Trương Hằng Quân, 2010). Tuy nhiên, gần như không có văn bản pháp luật nào đáng chú ý đối với sự phát triển của lĩnh vực này, dẫn đến xuất hiện hàng loạt các lỗ hổng về pháp lý, điển hình là thiếu tính kịp thời và đầy đủ về tin tức trong đại dịch SARS năm 2003.

Nhằm khắc lấp những thiếu sót trên, từ Đại hội Đảng Cộng sản Trung Quốc lần thứ 16 (2002) đến lần thứ 19 (2017), Chính phủ Trung Quốc xác định, phải hết sức coi trọng sự ảnh hưởng của các loại hình truyền thông mới đối với dư luận xã hội, đẩy nhanh xây dựng quy phạm pháp luật, cơ chế quản lý internet. Tháng 8 năm 2004 Bộ Tuyên truyền Trung Quốc ban hành “một số quy định cải thiện và tăng cường công tác tin tức về các trường hợp khẩn cấp trong nước” (Trung tâm tin tức, 2004). Quy định này tiếp tục được bổ sung, hoàn thiện thành “Luật ứng phó với sự kiện khẩn cấp của nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa” tại Đại hội Đảng Cộng sản Trung Quốc lần thứ 17 (2007). Năm 2008 thực thi “Các điều khoản công khai tin tức của Chính phủ nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa” (Hương Trường Diễm, 2011). Trước yêu cầu cần phải công khai tin tức của Chính phủ, năm 2013, Quốc vụ viện Trung Quốc ban hành “Ý kiến về việc tăng cường công khai tin tức Chính phủ để đáp ứng mối quan tâm của xã hội và nâng cao sự tin nhiệm của Chính phủ” (Vũ Chí Dũng, Triệu Bội Hồng, 2016)... Năm 2018, tại Hội nghị công tác tư tưởng tuyên truyền toàn quốc, Chủ tịch, Tổng Bí thư Trung Quốc Tập Cận Bình tiếp tục có những chỉ đạo đối với sự phát triển của ngành truyền thông, “nắm bắt chính xác xu hướng của dư luận xã hội, nâng cao năng lực truyền thông, sức ảnh hưởng, công khai tin tức, củng cố và tăng cường tư tưởng chính của nhà nước” (Báo Nhân dân, 2020). Nội dung chính trong các chính sách trên thể hiện ở hai điểm: (1) mọi người dân đều có quyền được biết, tham gia, bày tỏ quan điểm và giám sát tin tức, cùng với đó là nghĩa vụ và trách nhiệm đối với tin tức được đưa ra; (2) công khai tin tức của Chính phủ, người dân có quyền tiếp cận và sử dụng, nhà báo có quyền được phỏng vấn và đưa tin tức về hoạt động của Chính phủ.

4. Tính chính trị, kinh tế và văn hóa trong chính sách truyền thông của Trung Quốc

4.1. Tính chân thực của sự kiện dưới tác động của uy quyền chính trị

a) Luôn tốt đẹp và chiến thắng để khích lệ lòng dân.

Trong “Cương lĩnh chung” và Hiến pháp của Trung Quốc nêu rõ, mọi công dân đều có quyền tự do ngôn luận, xuất bản... đảm bảo tính chân thực của báo chí. Thế nhưng, trong chủ trương tuyên truyền, lãnh đạo Trung Quốc lại yêu cầu ngành truyền thông thực

hiện “nâng cao chí khí của mình, hạ uy tín của kẻ thù”, tức chỉ được phép đưa tin tức tốt, tinh thần chiến thắng của người dân, đề cao vai trò của nhà nước và tuyên truyền các tin tức không tốt về đối thủ (Trương Quân Xương, 2009). Cơ quan báo chí không được đưa tin toàn bộ và độ chính xác về các thiệt hại bởi lũ lụt, động đất, thay vào đó nêu cao tinh thần chiến thắng thiên tai, khắc phục nhanh chóng và ổn định sản xuất. Điển hình trong trận “đại địa chấn” tại thành phố Đường Sơn năm 1976, truyền thông báo chí chỉ được đưa tin về tinh thần chống động đất, quên mình cứu giúp nạn nhân, chia sẻ gian khổ, kiên trì dũng cảm tiến về phía trước, không được phép công khai bất kỳ thông tin nào liên quan đến số người thương vong, thiệt hại về nhà cửa, mùa màng (Trương Quân Xương, 2009). Hiến pháp có điều khoản, người dân có quyền tự do xuất bản, nhưng trong “Một số quy định về thủ tục thành lập, đình chỉ đối với báo chí, tạp chí” lại quy định việc xuất bản tạp chí, sách, hay tin tức đều phải được sự cho phép của các cấp quản lý có thẩm quyền, tin tức cần được kiểm duyệt nội dung, đặc biệt các tin tức đưa ra nước ngoài (Trần Xương Phụng, Tiền Ưc Thân, 2017).

b) Công cụ chính trị của “bè lũ bốn tên”².

Khi Trung Quốc thực hiện kế hoạch “Phản hữu”, “Đại nhảy vọt”, “Đại cách mạng văn hóa”, tư tưởng thượng tầng kiến trúc Trung Quốc mắc sai lầm nghiêm trọng, Mao Trạch Đông đề cao chủ nghĩa xét lại (Lâm Ái Quân, Vương Trác, 2013, tr.5). Lợi dụng quan điểm này, trong suốt 10 năm Đại cách mạng văn hóa “bè lũ bốn tên” lấy truyền thông làm công cụ chính trị cho cuộc đấu tranh giai cấp với tôn chỉ chính trị là số một, sự thật đứng phía sau, khiến ngành truyền thông mắc nhiều sai lầm nghiêm trọng. Các phương tiện truyền thông phải tập trung đưa các tin tức sai sự thật về các chí sĩ bị coi là phản Đảng, phản cách mạng, bịa đặt các sự kiện truyền thông theo sự chỉ đạo của nhóm Giang Thanh để phát động đấu tranh giành giật quyền lợi với quốc gia, xã hội. Thông tin của sự kiện hoàn toàn bị bóp méo, vi phạm phương châm của báo chí, tự do ngôn luận và đạo đức nghề nghiệp của ngành truyền thông báo chí bị chà đạp, vai trò và địa vị của người đưa tin bị xóa mờ. Đây là quãng thời gian đen tối của ngành truyền thông Trung Quốc, mọi thành quả và giá trị đạt được của những năm đầu xây dựng đều bị xóa bỏ.

c) Từng bước khôi phục giá trị đích thực của truyền thông.

Bước vào thời kỳ cải cách, Chính phủ Trung Quốc tiến hành xóa bỏ tư tưởng tôn sùng lãnh đạo, thực hiện theo chỉ thị của Mao Trạch Đông trong suốt giai đoạn trước, khôi phục lại quyền tự do ngôn luận, xuất bản, tính chân thực, khách quan, đưa tin kịp thời về các sự việc của báo chí được đề cao, người đưa tin được bảo vệ và trợ giúp bởi một khung pháp lý nhất định. Giới báo chí hoạt động sôi nổi, phản ánh sinh động đời sống sản xuất, xu thế hội nhập vào thế giới của đất nước đến toàn thể người dân trong nước, thậm chí còn vươn ra nước ngoài thông qua các cơ quan thường trú báo chí ở nước ngoài. Mặc dù, ngành truyền thông được phát triển và cởi mở hơn, nhưng vẫn được kiểm soát chặt chẽ bởi Chính phủ. Các sự kiện lớn về thiên tai như cháy rừng, động đất, lũ lụt, sự kiện rơi máy bay năm 1988

² “Bè lũ bốn tên” chỉ thành phần phản động trong giới cầm quyền Trung Quốc trong cuộc Đại cách mạng văn hóa gồm: Giang Thanh, Trương Xuân Kiêu, Diêu Văn Nguyên và Vương Hồng Văn.

không được cảnh báo và phản ánh kịp thời, tin tức đầu đó chưa được công khai, gây thiệt hại lớn cho nhân dân và đất nước.

d) Hội nhập, hòa nhập ở mức độ nhất định.

Kết nối và hội nhập với hệ thống truyền thông quốc tế qua mạng internet (1994), thúc đẩy ngành truyền thông phát triển hơn nữa, tin tức được chuyển tải đến mọi tầng lớp người dân trên cả nước. Kinh tế Trung Quốc phát triển thần tốc, đời sống người dân được nâng cao, các thiết bị đầu cuối trong truyền thông được phổ cập hơn như ti vi, đài thu thanh... giúp người dân dễ dàng tiếp cận nguồn tin tức. Nhưng internet và các phần mềm ứng dụng tin nhắn, nghe nhạc miễn phí Yahoo, QQ, YouTube... ra đời mới thật sự tạo ra cuộc cách mạng trong việc tiếp nhận, trao đổi và chia sẻ thông tin, giải trí, người dân Trung Quốc thật sự được hưởng cái gọi là “tự do ngôn luận”. Năm 2003, có 59,1 triệu người dùng internet, đến cuối năm 2009 có 1,11 tỷ người dùng. Thanh niên, trung niên - những người làm việc trong các công ty, cơ quan sử dụng internet nhiều, 2/3 trong số họ thường xuyên tận hưởng các dịch vụ giải trí trực tuyến (Vũ Chí Dũng, Triệu Bội Hồng, 2016). Từ năm 2005 trở lại đây, truyền thông đa phương tiện bùng nổ, các phần mềm ứng dụng mọc lên như nấm, nội dung tin tức phong phú, có tính đa chiều, đối tượng sử dụng đa dạng. Phần mềm Weibo, Wechat, QQ... không còn đơn thuần là nơi bày tỏ tâm tư mà trở thành công cụ làm việc, phỏng vấn, truyền tải nhiều tin tức gây chấn động xã hội, trở thành diễn đàn chính của dư luận xã hội. Văn hóa mạng giúp người dân tiếp nhận và học hỏi các luồng tư tưởng, văn hóa phương Tây, làm phai nhạt bản sắc văn hóa, thay đổi ý thức hệ xã hội, thuần phong mỹ tục trong nước, đặc biệt sự đòi hỏi tự do, dân chủ, làm nảy sinh các vấn đề phức tạp trong xã hội. Thực tế này khiến Quốc vụ viện Trung Quốc đưa ra thông báo về việc “Tăng cường quản lý ngành Báo chí, Xuất bản và Truyền hình” vào năm 1996, 1999, đồng thời “Thông báo tăng cường quản lý an toàn hệ thống thông tin quốc tế”, dựng lên bức tường lửa vĩ đại nhằm ngăn chặn các cá nhân, tổ chức gây hại đến an ninh quốc gia, xâm phạm lợi ích tập thể, người dân Trung Quốc mà phương Tây gọi là “Vạn Lý Trường Thành trên mạng”.

Truyền thông của Trung Quốc đã có bước phát triển mạnh ở cả hai phương diện: truyền thông truyền thống (báo chí, truyền thanh, truyền hình...) và truyền thông kỹ thuật số. Tuy nhiên, việc kiểm soát chặt chẽ thông tin phục vụ cho mục đích chính trị khiến tính chân thực trong tin tức của Trung Quốc bị thế giới hoài nghi. Năm 2003, khi dịch SARS khởi phát, thông tin thiếu đầy đủ và không kịp thời đã gây ra hậu quả khủng khiếp không chỉ cho Trung Quốc mà còn lan ra cả thế giới. Khi tình hình lắng xuống, các thông tin về dịch bệnh mới dần được hé lộ phần nào.

4.2. Thay đổi nhận thức, vai trò kinh tế của truyền thông được phát huy

a) Đi ngược quy luật vận động của xã hội.

Trong những năm 1950 của thế kỷ XX, các nước phương Tây đã đưa ngành truyền thông phát triển theo hướng kinh tế thị trường, đặt lợi ích kinh tế làm trọng tâm thì Chính phủ Trung Quốc lại coi trọng chức năng chính trị, đặt mục tiêu chính trị làm số một, nhằm tuyên truyền chính trị, nâng cao vị trí của những nhà cầm quyền, tôn sùng lãnh đạo

gạt yếu tố kinh tế của truyền thông sang một bên. Trong quá trình vận động của xã hội không một sự vật hay hiện tượng nào đứng riêng lẻ, chính trị không ngoại lệ. Truyền thông muốn tồn tại và phát triển cần phải có nguồn tài chính. Thế nhưng, trong suốt 30 năm, từ 1949 đến 1978 ngành truyền thông Trung Quốc đi ngược lại quy luật vận động khiến nó không phát triển được, thậm chí là lùi lại phía sau.

b) Thay đổi nhận thức, thương mại hóa ngành truyền thông.

Khi bắt đầu điều hành đất nước, Đặng Tiểu Bình phải thốt lên, “trong những năm qua chúng ta đã bị tổn thất quá lớn, cải tạo xã hội đã hoàn thành nhưng vẫn lấy đấu tranh giai cấp làm trọng, bỏ qua lực lượng sản xuất” (Luu Kiện, Trần Xương Phụng, 2017). Thiếu sót lớn này của ngành truyền thông được đưa ra tại Hội nghị Trung ương lần ba, Đại hội lần thứ 11 của Đảng cộng sản Trung Quốc (1978), quyết định đưa ngành truyền thông phát triển theo hướng thị trường hóa. Năm 1978, Chính phủ Trung Quốc phê chuẩn tờ Nhân dân nhật báo cùng 8 đơn vị truyền thông lớn của Trung Quốc thực hiện chính sách “doanh nghiệp hóa các đơn vị sự nghiệp nhà nước”, với phương châm mở rộng nguồn tài chính, nâng cao lợi ích và hiệu quả kinh tế (Luu Kiện, Trần Xương Phụng, 2017). Năm 1985, truyền thông chính thức trở thành ngành dịch vụ trong cơ cấu kinh tế của Trung Quốc. Từ giữa thập niên 1990 trở lại đây, cuộc cách mạng tin tức đã thúc đẩy kinh tế toàn cầu phát triển, người đi tiên phong trong lĩnh vực này sẽ nắm lợi thế trong cạnh tranh kinh tế, thương mại. Nhận thức rõ điều này, giới lãnh đạo Trung Quốc đã xây dựng kế hoạch lấy kinh tế làm động lực cho sự phát triển của ngành truyền thông tin tức.

Năm 2001, Cục Điện ảnh truyền hình, Bộ Tuyên truyền Trung Quốc ban hành “Ý kiến về việc tăng cường xây dựng và quản lý mạng truyền hình cáp”, trong đó, xác định tích cực thúc đẩy các tập đoàn xây dựng, thực hiện kinh doanh đa lĩnh vực, xuyên khu vực giúp ngành truyền thông phát triển mạnh hơn. Quan điểm chính sách đúng đắn, kịp thời của Chính phủ Trung Quốc đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của báo chí, đài phát thanh, truyền hình, điện thoại, internet, máy tính, thiết bị đầu cuối di động ở Trung Quốc, mang lại nguồn thu nhập lớn cho ngành truyền thông. 90% doanh thu của ngành truyền thông đến từ hoạt động quảng cáo, nguồn ngân sách nhà nước chỉ chiếm khoảng 10%. Trong giai đoạn 2006 - 2011, tốc độ tăng giá trị sản lượng của ngành truyền thông đạt khoảng 10%, vượt qua mức tăng GDP quốc gia, trong đó quảng cáo, truyền hình, điện ảnh, xuất bản sách, báo chí chiếm khoảng 47% trong tổng giá trị ngành truyền thông tin tức (Dịch Pháp Vạn, 2014).

Trong đợt học tập chính trị lần thứ 20 của Cục Chính trị Trung ương Trung Quốc, Tổng Bí thư Tập Cận Bình có những động thái khích lệ ngành truyền thông phát triển, trong đó nhấn mạnh: đẩy mạnh quá trình hội nhập hóa, mở rộng hiệu quả kinh tế, tăng sức cạnh tranh, mở rộng phạm vi ảnh hưởng cho ngành truyền thông, đặc biệt nhấn mạnh huy động các nguồn lực tài chính phát triển truyền thông truyền thống, đại chúng hóa mối quan hệ giữa truyền thông và lợi ích kinh tế (Báo Nhân dân, 2020). Với nền tảng khoa học kỹ thuật và các ứng dụng tiện lợi sẵn có như Wechat, QQ, Weibo... định hướng trên nhanh chóng được đẩy mạnh thực hiện. Người dân Trung Quốc từ thành thị đến nông thôn, từ thành phố sầm uất đến vùng biên ải xa xôi đều tận dụng các ứng dụng trên làm công cụ kinh doanh và thu được hiệu quả tích cực. Đặc biệt, đem đến sự thuận lợi, đẩy mạnh hơn nữa tiến trình phát triển kinh tế cho cư dân vùng biên giới, trở thành kênh quảng cáo, thương mại các sản vật địa phương đến đông đảo người tiêu dùng trên cả nước.

4.3. Từng bước xây dựng và phát triển văn hóa đến “đi ra” thế giới

a) Xây dựng và phát triển vững chắc trong nước.

Bên cạnh việc xây dựng và mở rộng mạng lưới báo chí, xuất bản sách, phát thanh, truyền hình, Trung Quốc cũng coi trọng vai trò của ngành điện ảnh. Tháng 8 năm 1949, Bộ Tuyên truyền Trung Quốc ban hành “Quyết định đẩy mạnh sự nghiệp điện ảnh” coi nghệ thuật điện ảnh là phương tiện tuyên truyền hiệu quả và phổ biến nhất đến quần chúng nhân dân (Luu Kiện, Trần Xương Phụng, 2017). Năm 1956, tại Thượng Hải thành lập ba công ty điện ảnh Hải Yến, Thiên Mã và Giang Nam, xây dựng nội dung, kịch bản công chiếu phim, tuyên truyền tư tưởng của nhà nước. Nội dung các bộ phim thời kỳ này chủ yếu xoay quanh đời sống xây dựng kinh tế tập thể xã hội chủ nghĩa, hình ảnh các vị lãnh đạo làm việc thúc đẩy quá trình xây dựng chủ nghĩa cách mạng (Thái Thượng Vĩ, Lưu Nhuệ, 2010). Trong thời kỳ cách mạng văn hóa, dưới sức ép của “bè lũ bốn tên”, các hoạt động truyền thông văn hóa mang tính tích cực tạm ngừng hoạt động.

Bước vào thời kỳ đổi mới, để xây dựng và giới thiệu hình ảnh của đất nước Trung Quốc trong thời kỳ đổi mới đến với bạn bè quốc tế, cũng như giúp người dân trong nước hiểu hơn tình hình thế giới bên ngoài, Chính phủ Trung Quốc bắt đầu xây dựng khung pháp chế đối với hoạt động truyền thông văn hóa, giới thiệu tinh hoa văn hóa đặc trưng của mỗi tộc người ra khắp đất nước, đồng thời xây dựng truyền thông đối ngoại, quảng bá hình ảnh Trung Quốc ra nước ngoài. Tại Đại hội Đảng Cộng sản Trung Quốc lần thứ 11 (1978), Chính phủ bắt tay vào xây dựng hệ thống chính sách phát triển truyền thông văn hóa. Năm 1979, Bộ Truyền thông ban hành “Thông tư về việc đăng, phát quảng cáo hàng hóa nước ngoài trên báo, đài phát thanh, truyền hình”. Sự kiện này đánh dấu bước phát triển mới trong mục tiêu chuyển tải văn hóa, đưa văn hóa nước ngoài du nhập vào Trung Quốc. Đầu những năm 1980, với nhiều chính sách khác nhau, các công ty truyền thông văn hóa, nhà hát, sân khấu điện ảnh được thành lập, chuyển tải hình ảnh công cuộc xây dựng đất nước trong thời kỳ cải cách, đạt được nhiều thành tựu to lớn. Tháng 2 năm 1983, Chính phủ Trung Quốc thực hiện xây dựng chế độ phát ngôn viên, quy chế công tác báo chí nước ngoài. Cùng năm, Bộ ngoại giao Trung Quốc ban hành các quy định tạm thời đối với người làm công tác phát ngôn viên, đặt cơ sở cho việc xây dựng hệ thống pháp lý trong việc công khai tin tức của Chính phủ Trung Quốc (Lý Bân, Lưu Hải Long, 2016).

Thập niên 1990, kinh tế Trung Quốc đã tăng trưởng mạnh, hoạt động du lịch phát triển, cùng với đó là sự hội nhập vào mạng lưới internet thế giới thúc đẩy Chính phủ đưa ra các chính sách mới phù hợp với điều kiện thực tiễn. Hàng loạt các chính sách ra đời, điển hình là “Thông tư về tăng cường công tác quản lý thị trường văn hóa”. Chính sách trên nhằm giải quyết những khó khăn về kinh tế, đồng thời quản lý văn hóa độc hại ảnh hưởng thuần phong mỹ tục. Tuy nhiên, trong giai đoạn này, Trung Quốc vẫn thực hiện chính sách văn hóa tương đối khép kín. Sau Đại hội Đảng Cộng sản Trung Quốc lần thứ 16 (2002), Chính phủ Trung Quốc mới thật sự cởi trói cho truyền thông văn hóa, đặc biệt trong quá trình chuẩn bị thể vận hội Olympic Bắc Kinh năm 2008. Năm 2005, Quốc vụ viện Trung Quốc ban hành “Một số ý kiến về cải cách sâu thẳm chế độ văn hóa”, cho phép huy động nguồn vốn

xã hội đầu tư vào lĩnh vực truyền thông văn hóa. Năm 2006, Chính phủ cho phép tư nhân tham gia vào lĩnh vực xuất bản. Quãng thời gian này, Chính phủ chú trọng thu hút nguồn vốn tư nhân đầu tư phát triển lĩnh vực truyền thông văn hóa (Thái Thượng Vĩ, Lưu Nhuệ, 2010). Từ Đại hội lần thứ 17 của Đảng Cộng sản Trung Quốc (2007) đến nay, Chính phủ Trung Quốc luôn coi trọng phát triển truyền thông văn hóa, coi đó là mũi nhọn trong ngành công nghiệp dịch vụ, đồng thời chứa đựng cả quyền lực chính trị trong đó.

b) Mệnh lệnh phải “vươn ra ngoài”.

Tháng 12 năm 2005, trong hội nghị công tác tư tưởng tuyên truyền, Chủ tịch, Tổng Bí thư Trung Quốc Hồ Cẩm Đào đưa ra chiến lược: “phát triển mạnh mẽ ngành công nghiệp văn hóa liên quan đến nước ngoài, tích cực tham gia cạnh tranh văn hóa quốc tế”, “vươn ra ngoài”. Hành lang pháp lý được chuẩn bị tích cực cho chiến lược vươn ra thế giới của văn hóa Trung Quốc. Mở đầu là “Kế hoạch phát triển văn hóa cho kế hoạch 5 năm lần thứ 11”, trong đó nhấn mạnh thu hút nguồn vốn đầu tư vào các hạng mục công trình lớn để thực hiện kế hoạch vươn ra bên ngoài. Năm 2007, Chính phủ Trung Quốc ban hành “Kế hoạch phục hồi ngành văn hóa”, nhấn mạnh cần kết hợp giữa truyền thông truyền thống với truyền thông kỹ thuật số, mở rộng đa ngành, đa lĩnh vực đối với ngành văn hóa, thu hút các nguồn vốn xã hội, thành lập quỹ đầu tư cho công nghiệp văn hóa. Đồng thời, nhấn mạnh “tăng cường giao lưu văn hóa quốc tế, tiếp nhận thành quả văn hóa ưu tú của các nước, nâng cao sức ảnh hưởng của văn hóa Trung Quốc đối với quốc tế”. Tích cực triển khai hội đàm, hội thảo quốc tế, xem đây là một kênh quan trọng tuyên truyền văn hóa Trung Quốc ra thế giới. Năm 2015, trong chiến lược “một vành đai, một con đường” Trung Quốc kết hợp với một số nước thực hiện đại hội du lịch ẩm thực tại thành phố Ngân Xuyên, nhằm quảng bá văn hóa ẩm thực đến bạn bè quốc tế. Trong kế hoạch 5 năm lần thứ 13, Chính phủ Trung Quốc thúc đẩy các dự án viện trợ, giao lưu văn hóa cho các nước láng giềng. Năm 2017, thành lập Trung tâm văn hóa quốc gia, thúc đẩy hoạt động hợp tác văn hóa với các nước trong khu vực. Coi văn hóa là hình thức quyền lực mềm trong việc thúc đẩy sự ảnh hưởng của Trung Quốc đối với các nước xung quanh (Vương Linh Linh và cộng sự, 2021). Thực tế, tại Đại hội Đảng lần thứ 17 (2007), đã lấy “nâng cao quyền lực mềm văn hóa quốc gia” thành chiến lược quốc gia, trong đó đẩy mạnh sức ảnh hưởng của văn hóa Trung Quốc ở khu vực biên giới (Châu Kiến Luân, 2017).

5. Kết luận

Từ khi thành lập nước, Chính phủ Trung Quốc rất coi trọng và giám sát chặt chẽ sự phát triển của truyền thông. Trong thời kỳ đầu xây dựng đất nước, truyền thông tập trung đưa tin về thành tựu lao động trong quá trình xây dựng xã hội chủ nghĩa và đấu tranh giai cấp của Trung Quốc, và trở thành công cụ của đấu tranh chính trị. Chính sách truyền thông thời kỳ này tuy có sự đa dạng nhưng đều phải đặt nhiệm vụ chính trị lên hàng đầu, yếu tố kinh tế bị gạt sang một bên.

Thực hiện cải cách kinh tế, xây dựng lại hình ảnh đất nước (1978), Chính phủ Trung Quốc đã có nhiều chính sách mới nhằm khôi phục và xây dựng hình ảnh cho truyền thông Trung Quốc. Các quy định pháp luật thời kỳ này tương đối phù hợp với thực tiễn, giúp báo chí phản ánh được tính chân thực của sự kiện, kịp thời và minh bạch. Địa vị xã hội của người đưa tin được nâng cao, người dân có quyền tự do ngôn luận nhất định. Tính kinh tế trong truyền thông từng bước được xây dựng và phát huy hiệu quả.

Bước vào thế giới internet và đặc biệt thời kỳ bùng nổ của khoa học kỹ thuật thông tin, các phần mềm xã hội và các thiết bị đầu cuối đã đưa truyền thông Trung Quốc bước sang trang sử mới. Người dân được tự do ngôn luận, thông tin sự kiện được chia sẻ nhanh nhất, truyền thông dần trở thành diễn đàn quan trọng của dư luận xã hội. Sự đa dạng về nội dung tin tức đặt ra yêu cầu xây dựng và hoàn thiện hơn công tác quản lý. Chính phủ Trung Quốc đã xây dựng được hệ thống pháp luật phù hợp với sự phát triển của ngành truyền thông và thực tiễn xã hội trong và ngoài nước. Nhìn chung, các chính sách đã phát huy được vai trò là tiếng nói của Đảng, Chính phủ và nhân dân Trung Quốc, người dân được tự do ngôn luận, xuất bản, đưa tin, yếu tố kinh tế của truyền thông được phát huy mạnh mẽ, nhưng yếu tố chính trị vẫn được đặt lên hàng đầu, tính chân thực của truyền thông Trung Quốc vẫn là một dấu hỏi, đặc biệt trong đại dịch Covid-19 cuối năm 2019 đến nay.

Tài liệu tham khảo

1. 李彬, 刘海龙 (2016), “20 世纪以来中国传播学发展历程回顾”, *现代传播*, 第 1 期. [Lý Bân, Lưu Hải Long (2016), “Nhìn lại sự phát triển của truyền thông Trung Quốc từ thế kỷ XX đến nay”, *Tạp chí Truyền thông hiện đại*, số 1].
2. 兰芹 (2008), “新闻政策法制化: 对传媒实施依法管理的探索”, *新闻知识*, 本刊特稿. [Lan Càn (2008), “Luật pháp hóa chính sách truyền thông: Tìm hiểu thực hiện luật pháp trong quản lý truyền thông”, *Tạp chí Kiến thức truyền thông*, số đặc biệt].
3. 向长艳 (2011), “新中国成立以来中国共产党新闻政策法制化历程及启示”, *云南行政学院学报*, 第 2 期. [Hương Trường Diễm (2011), “Mở đầu và quá trình luật pháp hóa chính sách truyền thông của Đảng cộng sản Trung Quốc từ khi thành lập nước đến nay”, *Tạp chí Học viện hành chính Vân Nam*, số 2].
4. 武志勇, 赵蓓红 (2016), “二十年来的中国互联网新闻政策变迁”, *现代传播*, 第 2 期. [Vũ Chí Dũng, Triệu Bội Hồng (2016), “Sự thay đổi trong chính sách truyền thông internet của Trung Quốc trong 20 năm trở lại đây”, *Tạp chí Truyền thông hiện đại*, số 2].
5. 王国华, 李文娟 (2019), “政策工具视角下我国网络媒体政策分析”, *情报杂志*, 第 9 期. [Vương Quốc Hoa, Lý Văn Quyên (2019), “Phân tích chính sách truyền thông internet của Trung Quốc dưới góc nhìn công cụ chính sách”, *Tạp chí Tình báo*, số 9].
6. 刘健, 陈昌凤 (2017), “中国当代媒体政策的范式变迁”, *现代传播*, 第 10 期. [Lưu Kiện, Trần Xương Phụng (2017), “Thay đổi mô hình chính sách truyền thông đương đại của Trung Quốc”, *Tạp chí Truyền thông hiện đại*, số 10].
7. 王灵玲, 刘乐, 时映梅 (2021), “中国文化对外传播的理念策略”, *边疆经济与文化*, 第三期. [Vương Linh Linh và cộng sự (2021), “Quan điểm chiến lược của văn hóa Trung Quốc với truyền thông đối ngoại”, *Tạp chí Văn hóa và Kinh tế biên cương*, số 3].

8. 陈昌凤, 钱忆亲 (2017), “网络治理视角下的社交媒体政策与规划”, *全球传媒学刊*, 第 2 期. [Trần Xương Phụng, Tiền Úc Thân (2017), “Quy hoạch và chính sách truyền thông xã hội dưới góc nhìn quản trị mạng”, *Tạp chí Truyền thông toàn cầu*, số 2].
9. 张恒军 (2010), “论中国网络媒体发展的阶段性特征”, *传播学研究*, 第 3 期. [Trương Hằng Quân (2010), “Phân tích đặc trưng trong các giai đoạn phát triển truyền thông internet của Trung Quốc”, *Tạp chí Nghiên cứu truyền thông học*, số 3].
10. 林爱珺, 王卓(2013), 中国共产党新闻法制建设的宏观考察, *新闻与法律*, 第 5 期. [Lâm Ái Quân, Vương Trác (2013), “Tìm hiểu xây dựng pháp luật truyền thông của Đảng Cộng sản Trung Quốc dưới góc nhìn vĩ mô”, *Tạp chí Tin tức và Pháp luật*, số 5].
11. 周建标 (2017), “中国文化软实力建设的系统路径”, 特区实践与理论, 第一期. [Châu Kiến Tiêu (2017), “Hệ thống con đường xây dựng quyền lực mềm văn hóa Trung Quốc”, *Tạp chí Lí luận và Thực tiễn đặc khu*, số 1].
12. 易法万 (2014), “新媒体与传统媒体政策取向差异分析”, *东南传播*, 第 1 期. [Dịch Pháp Vạn (2014), “Phân tích sự khác nhau trong định hướng chính sách giữa truyền thông truyền thống và truyền thông hiện đại”, *Tạp chí Truyền thông Đông Nam*, số 1].
13. 蔡尚伟 刘锐 (2010), “中国文化及传媒产业政策的演变”, *博导论坛杂志*, 2010 年 1 月. [Thái Thượng Vĩ, Lưu Nhuệ (2010), “Sự phát triển của chính sách công nghiệp truyền thông và văn hóa Trung Quốc”, *Tạp chí Luận đàm hướng dẫn tiến sĩ*, số 1].
14. 孙宇, 冯丽烁 (2017), “1994 - 2014 年中国互联网治理政策的变迁逻辑”, *情报杂志*, 第 1 期. [Tôn Vũ, Phùng Lê Thuộc (2017), “Logic sự thay đổi trong chính sách quản lý internet của Trung Quốc từ 1994 - 2014”, *Tạp chí Tình báo*, số 1].
15. 张君昌 (2009), “60 年来中国应对突发事件的政策法规及新闻报道和编辑理念演变”, 中国编辑, 2009 年第三期. [Trương Quân Xương (2009), “Diễn biến của các quy định chính sách và diễn biến quan điểm biên tập tin tức đối với sự việc khẩn cấp trong 60 năm qua”, *Tạp chí Biên tập Trung Quốc*, số 3].
16. 习近平总书记这样指引媒体融合发展, <http://media.people.com.cn/n1/2020/0818/c120837-31825578.html>. [Báo Nhân dân (2020), “Tổng Bí thư Tập Cận Bình chỉ ra truyền thông phát triển theo hướng kết hợp”, truy cập ngày 18/08/2021].
17. 中华人民共和国国际算信心网络国际联网管理暂行规定, http://www.cac.gov.cn/1996-02/06/c_126468621.htm. [Phòng Quản lý không gian mạng Trung Quốc (1996), “Quy định tạm thời quản lý mạng internet quốc tế của nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa”, truy cập ngày 15/05/2021].
18. 国务院会议要求改进和加强突发事件新闻发布工作, <http://www.jiaodong.net/news/system/2004/02/11/000620660.shtml>. [Trung tâm tin tức (2004), “Hội nghị cải tiến và tăng cường công tác tin tức khẩn cấp của Quốc vụ viện”, truy cập ngày 18/08/2021].
19. 中国互联网络域名注册暂行管理办法, https://www.lanews.gov.cn/ztzl/hlwglflfgyl/ymgl/content_2506. [Văn phòng Quốc vụ viện Trung Quốc (1997), “Quy định tạm thời quản lý đăng ký tên miền Internet”, truy cập ngày 15/05/2021].