

SỨC MẠNH MỀM SỐ CỦA TRUNG QUỐC DƯỚI GÓC NHÌN HỢP TÁC QUỐC TẾ: TIẾP CẬN VĂN HÓA – NGÔN NGỮ HÁN VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

Nguyễn Thùy Vân*, Nguyễn Duy Tuấn

Trường Đại học Thành Đông, Số 3 Vũ Công Đán, phường Tứ Minh, thành phố Hải Phòng, Việt Nam

* Tác giả liên hệ: vanvvh@gmail.com

THÔNG TIN BÀI BÁO

Ngày nhận: 17/08/2026

Ngày hoàn thiện: 27/08/2026

Ngày chấp nhận: 06/09/2026

Ngày đăng: 15/09/2026

TỪ KHÓA

Sức mạnh mềm,
Hợp tác quốc tế,
Chủ nghĩa thể chế tự do,
Ngôn ngữ Trung,
Văn hóa Trung Quốc,
Sức mạnh mềm số.

TÓM TẮT

Nghiên cứu này làm rõ sự lan tỏa văn hóa Trung Quốc trên không gian số theo hợp tác cùng có lợi hay cạnh tranh ảnh hưởng, và vai trò của ngôn ngữ – văn hóa Trung Quốc trong bối cảnh đó. Nghiên cứu vận dụng hai khung lý thuyết: sức mạnh mềm của Nye và chủ nghĩa thể chế tự do, xem nền tảng số và mạng lưới đồng sáng tạo nội dung như cơ chế thúc đẩy phụ thuộc lẫn nhau, hợp tác văn hóa xuyên quốc gia. Bằng phân tích tài liệu, nghiên cứu trường hợp (Hán phục, Quốc phong, điện ảnh, TikTok/Douyin, Lý Tử Thất) và phân tích diễn ngôn ngôn ngữ – văn hóa Trung Quốc, kết quả cho thấy Trung Quốc đang hình thành hệ sinh thái sức mạnh mềm đa chủ thể, trong đó ngôn ngữ Hán là cầu nối hợp tác, song hiệu quả bị giới hạn bởi niềm tin, tính minh bạch và cạnh tranh địa chính trị. Nghiên cứu góp phần mở rộng chủ nghĩa thể chế tự do sang truyền thông văn hóa số, đề xuất mô hình liên ngành quan hệ quốc tế – Hán ngữ học, và gợi hàm ý cho Việt Nam về ngoại giao văn hóa số, đào tạo Hán ngữ.

CHINA'S DIGITAL SOFT POWER THROUGH THE LENS OF INTERNATIONAL COOPERATION: A CHINESE LANGUAGE AND CULTURAL STUDIES APPROACH AND IMPLICATIONS FOR VIETNAM

Thuy Van Nguyen*, Duy Tuan Nguyen

Thanh Dong University, No. 3 Vu Cong Dan Street, Tu Minh Ward, Hai Phong City, Vietnam

*Corresponding Author: vanvvh@gmail.com

ARTICLE INFO

Received: Aug 17, 2026

Revised: Aug 27, 2026

Accepted: Sep 06, 2026

Published: Sep 15, 2026

KEYWORDS

Soft power,
International cooperation,
Liberal institutionalism,
Chinese language,
Chinese culture,
Digital soft power.

ABSTRACT

This research clarifies whether the global circulation of Chinese culture online follows a logic of mutually beneficial cooperation or unilateral competition for influence, and identifies the role of the Chinese language and culture in this process. The study draws on two theoretical frameworks: Nye's soft power theory and liberal institutionalism in international relations, treating digital platforms and transnational co-creation networks as mechanisms fostering interdependence and cultural cooperation. Using document analysis, case studies (Hanfu, Guofeng aesthetics, cinema, TikTok/Douyin, and Li Ziqi) and discourse analysis grounded in Chinese language and cultural studies, findings show that China is building a multi-actor soft power ecosystem in which the Chinese language functions as a bridge for cooperation, though effectiveness remains constrained by trust, transparency, and geopolitical competition. The study contributes to extending liberal institutionalism into digital cultural communication, proposes an interdisciplinary international relations–Sinology analytical model, and offers implications for Vietnam in developing digital cultural diplomacy and Chinese-language education.

1. Đặt vấn đề

Trên quảng trường Place de la Comédie tại Bordeaux, một nghệ sĩ trẻ người Trung Quốc trong bộ Hán phục đồ biểu diễn đàn Nhị giữa không gian kiến trúc châu Âu. Đoạn video ghi lại cảnh diễn ấy, khi được lan truyền trên nền tảng video ngắn, không còn là một màn trình diễn đường phố đơn thuần, mà trở thành một sản phẩm giao tiếp văn hóa xuyên biên giới, trong đó trang phục, âm nhạc, không gian đô thị châu Âu và phản ứng của khán giả bản địa cùng tạo nên một câu chuyện về sự gặp gỡ giữa hai nền văn hóa. Hiện tượng này gợi ra một câu hỏi quan trọng hơn bản thân đoạn video: liệu sự lan tỏa văn hóa và ngôn ngữ Trung Quốc trên không gian số có đang tạo ra một hình thức hợp tác văn hóa cùng có lợi giữa Trung Quốc với các quốc gia tiếp nhận, hay chỉ là một biểu hiện mới của cạnh tranh ảnh hưởng đơn phương trong trật tự quốc tế.

Sự trỗi dậy về kinh tế và công nghệ của Trung Quốc trong hai thập niên qua đi cùng với nỗ lực có hệ thống nhằm chuyển hóa hình ảnh quốc gia từ một trung tâm sản xuất sang một chủ thể có khả năng tham gia định hình chuẩn mực, thẩm mỹ và thị hiếu văn hóa toàn cầu. Điện ảnh, phim truyền hình, trò chơi điện tử, trang phục quốc phong, Hán phục, âm thực, du lịch, nhạc cụ dân tộc và các video phong cách sống trên TikTok và Douyin đang trở thành những phương tiện chủ đạo của quá trình này. Trong hầu hết các sản phẩm đó, ngôn ngữ Trung Quốc – dưới hình thức chữ viết, thành ngữ, thư pháp, tên gọi, lời thoại hoặc phụ đề – đóng vai trò vừa là chất liệu thẩm mỹ, vừa là phương tiện truyền tải bản sắc.

Trong quan hệ quốc tế, hiện tượng này thường được lý giải bằng lý thuyết sức mạnh mềm của Nye, theo đó một quốc gia có thể đạt được kết quả mong muốn thông qua sức hấp dẫn thay vì cưỡng chế hoặc chi trả (Nye, 1990, 2004). Tuy nhiên, phần lớn nghiên cứu vận dụng khái niệm này theo hướng đơn tuyến: nhà nước phát đi thông điệp, còn công chúng quốc tế là bên tiếp nhận thụ động. Cách tiếp cận đó chưa lý giải thỏa đáng vì sao nhiều sản phẩm văn hóa Trung Quốc lan tỏa mạnh trên nền tảng số lại được đồng sáng tạo, biên dịch, bình luận và tái sản xuất bởi chính công chúng nước ngoài – một quá trình mang tính hai chiều gần với logic hợp tác hơn là logic tuyên truyền.

Các nghiên cứu quốc tế gần đây cho thấy bức tranh không đồng nhất về hiệu quả sức mạnh mềm của Trung Quốc. Trong khi khảo sát dư luận tại Saudi Arabia và UAE ghi nhận thiện cảm cao đối với Trung Quốc (Akbarzadeh & Saba, 2025), nghiên cứu về Sáng kiến Vành đai và Con đường tại Trung Á lại chỉ ra rằng đầu tư kinh tế lớn không tự động chuyển hóa thành sức mạnh mềm tương ứng, và phản ứng của các quốc gia tiếp nhận rất khác nhau (Vanderhill và cộng sự, 2025). Điều này cho thấy sức mạnh mềm không phải là kết quả tất yếu của nguồn lực văn hóa, mà phụ thuộc vào cơ chế mà qua đó nguồn lực ấy được chuyển hóa thành quan hệ hợp tác được các bên cùng thừa nhận.

Bên cạnh đó, một dòng nghiên cứu khác cảnh báo rằng khi sức mạnh mềm được triển khai theo hướng kiểm soát diễn ngôn và cạnh tranh vị thế, nó có nguy cơ chuyển hóa thành điều mà giới nghiên cứu gọi là “sức mạnh sắc” (sharp power), làm suy giảm lòng tin thay vì củng cố hợp tác (Lee, 2016; Tran, 2023). Khoảng cách giữa hai xu hướng này – hợp tác cùng có lợi và cạnh tranh ảnh hưởng – chưa được phân tích một cách hệ thống dưới góc độ lý thuyết hợp tác quốc tế, đặc biệt là trong không gian số, nơi ngôn ngữ và văn hóa Hán được truyền tải không chỉ qua kênh nhà nước mà còn qua nền tảng, doanh nghiệp và cá nhân sáng tạo nội dung.

Đồng thời, các nghiên cứu về sức mạnh mềm Trung

Quốc phần lớn được thực hiện từ góc độ quan hệ quốc tế hoặc truyền thông, trong khi các nghiên cứu Hán ngữ và văn hóa Trung Quốc lại thường tách rời khỏi khung lý thuyết quan hệ quốc tế. Đây là khoảng trống mà bài viết hướng đến lấp đầy: kết hợp lý thuyết hợp tác quốc tế với nghiên cứu ngôn ngữ – văn hóa Hán để phân tích một hiện tượng vốn mang tính liên ngành.

Mục tiêu tổng quát của nghiên cứu này là phân tích sức mạnh mềm số của Trung Quốc từ góc nhìn hợp tác quốc tế, trên cơ sở dữ liệu và trường hợp thuộc lĩnh vực ngôn ngữ – văn hóa Hán, từ đó rút ra hàm ý cho Việt Nam. Các mục tiêu cụ thể gồm: (1) hệ thống hóa khung lý thuyết kết hợp sức mạnh mềm và chủ nghĩa thể chế tự do; (2) phân tích cách ngôn ngữ và văn hóa Hán được chuyển hóa thành nội dung số có khả năng lưu chuyển xuyên quốc gia; (3) đánh giá mức độ mà quá trình này phản ánh logic hợp tác hay logic cạnh tranh; và (4) đề xuất hàm ý chính sách cho Việt Nam trong phát triển ngoại giao văn hóa số và đào tạo Hán ngữ.

Bài viết trả lời ba câu hỏi nghiên cứu: Thứ nhất, chủ nghĩa thể chế tự do có thể giải thích như thế nào về sự lan tỏa văn hóa và ngôn ngữ Trung trên nền tảng số? Thứ hai, ngôn ngữ và văn hóa Trung Quốc đóng vai trò gì trong việc kiến tạo các mối quan hệ hợp tác xuyên quốc gia thông qua nội dung số? Thứ ba, những giới hạn nào khiến quá trình này chuyển từ hợp tác cùng có lợi sang cạnh tranh ảnh hưởng, và Việt Nam có thể rút ra bài học gì từ đó?

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Sức mạnh mềm và sức mạnh mềm số của Trung Quốc

Từ khi Nye giới thiệu khái niệm sức mạnh mềm, giới học thuật Trung Quốc đã tiếp nhận và bản địa hóa khái niệm này thông qua các thuật ngữ như “nhuận thực lực” (软实力), gắn với văn hóa truyền thống, mô hình phát triển và chính sách đối ngoại (Wang & Lu, 2008). Tran (2023) tổng kết ba thập niên tiếp nhận và triển khai khái niệm này tại Trung Quốc, đồng thời chỉ ra xu hướng Bắc Kinh kết hợp các yếu tố cứng vào chiến lược mềm, làm mờ ranh giới giữa sức mạnh mềm, sức mạnh thông minh và sức mạnh sắc. Duarte và cộng sự (2024) phân tích cách Trung Quốc điều chỉnh vai trò của mình trong các thể chế đa phương nhằm đáp ứng kỳ vọng quốc tế, cho thấy sức mạnh mềm ngày nay gắn chặt với năng lực tham gia và định hình thể chế hợp tác toàn cầu chứ không chỉ dừng ở quảng bá hình ảnh.

Trong môi trường số, sức hấp dẫn văn hóa không chỉ phụ thuộc vào chất lượng nội dung mà còn phụ thuộc vào khả năng nội dung được nền tảng nhận diện, được cộng đồng người dùng tương tác và tái sản xuất. Nieborg và Poell (2018) gọi quá trình này là “nền tảng hóa sản xuất văn hóa”, theo đó sản phẩm văn hóa ngày càng phụ thuộc vào cơ chế dữ liệu hóa và quản trị của các nền tảng lớn. Đây là bối cảnh công nghệ mà trong đó ngôn ngữ và văn hóa Hán đang được chuyển tải ra thế giới.

2.2. Nghiên cứu văn hóa – ngôn ngữ Trung trong dòng chảy sức mạnh mềm

Ngôn ngữ Trung Quốc vừa là công cụ truyền đạt, vừa là một biểu tượng văn hóa có giá trị biểu đạt riêng: chữ Hán, thư pháp, thành ngữ, điển cố văn học cổ điển và mỹ học phương Đông thường xuất hiện trong các sản phẩm được lan tỏa mạnh nhất trên nền tảng số, từ Hán phục, trang phục quốc phong đến điện ảnh cổ trang. Việc phục dựng trang phục, nhạc cụ và không gian sống truyền thống không đơn thuần là hoài niệm, mà là quá trình “truyền tải di sản số” – dịch chuyển các yếu tố ngôn ngữ và văn hóa Hán từ hệ giá trị lịch sử sang hình

thức thẩm mỹ phù hợp với công chúng số đương đại.

Nghiên cứu khu vực cho thấy mức độ đón nhận văn hóa – ngôn ngữ Hán có sự khác biệt lớn theo bối cảnh: công chúng tại Trung Đông thể hiện thiện cảm cao (Akbarzadeh & Saba, 2025), trong khi công chúng tại Trung Á tiếp nhận có chọn lọc và giữ khoảng cách nhất định (Vanderhill và cộng sự, 2025). Sự khác biệt này gợi ý rằng hiệu quả của sức mạnh mềm gắn với ngôn ngữ – văn hóa Hán không đồng nhất về mặt địa lý và thể chế, mà phụ thuộc vào mức độ tương thích giữa giá trị và niềm tin sẵn có của các bên.

2.3. Khoảng trống nghiên cứu

Từ tổng quan trên, có thể nhận diện một khoảng trống cụ thể: các nghiên cứu về sức mạnh mềm Trung Quốc thường thiếu một khung lý thuyết hợp tác quốc tế rõ ràng để giải thích tại sao sự lan tỏa ngôn ngữ – văn hóa Hán trên nền tảng số, trong nhiều trường hợp, lại được công chúng nước ngoài tự nguyện tham gia đồng sáng tạo thay vì chỉ tiếp nhận một chiều. Nghiên cứu này đề xuất khắc phục khoảng trống này bằng cách kết hợp lý thuyết sức mạnh mềm với chủ nghĩa thể chế tự do, đồng thời lấy dữ liệu và trường hợp từ lĩnh vực ngôn ngữ – văn hóa Hán làm cơ sở thực chứng.

3. Cơ sở lý thuyết

3.1. Sức mạnh mềm như nguồn lực hấp dẫn văn hóa

Theo Nye, sức mạnh mềm là khả năng đạt được kết quả mong muốn thông qua sức hấp dẫn và sự thuyết phục thay vì cưỡng chế hoặc chi trả, với ba nguồn lực cơ bản là văn hóa, giá trị chính trị và chính sách đối ngoại (Nye, 1990, 2004, 2011). Nguồn lực chỉ chuyển hóa thành quyền lực khi được công chúng bên ngoài coi là chính đáng và hấp dẫn; nếu không, sự phổ biến của một sản phẩm văn hóa chỉ dừng lại ở mức độ được chú ý (Nye, 2021). Trong nghiên cứu này, sức mạnh mềm được dùng để xác định nguồn gốc hấp dẫn của ngôn ngữ và văn hóa Hán, nhưng không được xem là thước đo đầy đủ, vì bản thân lý thuyết này không giải thích cơ chế thể chế khiến sức hấp dẫn ấy được duy trì hay suy giảm theo thời gian.

3.2. Chủ nghĩa thể chế tự do và hợp tác quốc tế trong không gian số

Nghiên cứu này vận dụng khung phân tích của chủ nghĩa thể chế tự do (Keohane & Nye, 1977; Keohane, 1984), lý thuyết cho rằng thể chế giúp giảm chi phí giao dịch và rủi ro bất định để thúc đẩy hợp tác đa phương trong hệ thống vô chính phủ, vào không gian số. Cụ thể, các nền tảng xuyên quốc gia (TikTok, Douyin), mạng lưới sáng tạo nội dung và các cơ chế lan tỏa văn hóa – Hán ngữ được định vị là các “thể chế mềm” phi chính thức. Chúng thực hiện chức năng chuẩn hóa quy tắc tương tác, giảm bất cân xứng thông tin và củng cố cam kết hợp tác dài hạn.

So với cạnh tranh diễn ngôn đơn phương, mô hình hợp tác văn hóa số đạt độ bền vững cao hơn nhờ cơ cấu phân phối lợi ích song phương và đa phương giữa nhà sáng tạo, nền tảng số, công chúng đại chúng và quốc gia xuất khẩu văn hóa (Trung Quốc). Tuy nhiên, ranh giới hợp tác thể chế có nguy cơ đứt gãy khi nền tảng bị công cụ hóa cho mục tiêu kiểm soát diễn ngôn hoặc can thiệp thông tin, khiến cục diện chuyển dịch sang trạng thái cạnh tranh quyền lực mang bản chất của chủ nghĩa hiện thực (Duarte và cộng sự, 2024; Lee, 2016).

Bảng 1. So sánh hai khung lý thuyết nền tảng của nghiên cứu

Tiêu chí	Sức mạnh mềm (Nye)	Chủ nghĩa thể chế tự do (Keohane và Nye)
Đơn vị phân tích	Quốc gia như chủ thể tạo sức hấp dẫn	Quan hệ và thể chế kết nối nhiều chủ thể (nhà nước, doanh nghiệp, cá nhân)
Cơ chế tạo ảnh hưởng	Sự hấp dẫn của văn hóa, giá trị, chính sách	Quy tắc, thể chế và lợi ích lặp lại làm giảm bất trắc, khuyến khích hợp tác
Vai trò chủ thể phi nhà nước	Thứ yếu, chủ yếu là kênh truyền tải	Trung tâm, vì thể chế vận hành nhờ sự tham gia của nhiều chủ thể
Bản chất quan hệ quốc tế	Cạnh tranh ảnh hưởng bằng phương tiện phi cưỡng chế	Hợp tác cùng có lợi trong điều kiện phụ thuộc lẫn nhau
Ứng dụng vào không gian số	Giải thích vì sao nội dung văn hóa hấp dẫn	Giải thích vì sao nền tảng, mạng lưới sáng tạo duy trì được hợp tác lâu dài
Giới hạn khi áp dụng	Không giải thích được cơ chế duy trì hợp tác theo thời gian	Không giải thích đầy đủ nguồn gốc của sức hấp dẫn văn hóa ban đầu

3.3. Mô hình tích hợp: sức mạnh mềm – hợp tác thể chế qua lăng kính ngôn ngữ, văn hóa Trung Quốc

Kết hợp hai khung lý thuyết trên, bài viết đề xuất mô hình phân tích ba lớp. Lớp thứ nhất là nguồn lực văn hóa – ngôn ngữ Hán, cung cấp chất liệu hấp dẫn theo nghĩa của Nye. Lớp thứ hai là cơ chế thể chế mềm – nền tảng số, chương trình hợp tác giáo dục Hán ngữ, mạng lưới nhà sáng tạo nội dung – có chức năng kết nối và điều phối tương tác giữa các bên theo logic thể chế tự do. Lớp thứ ba là kết quả quan hệ, được đo bằng mức độ tin cậy, sự sẵn sàng hợp tác lâu dài và tính bền vững của quan hệ văn hóa, thay vì chỉ bằng lượt xem hay lượt tương tác. Mô hình này cho phép phân biệt rõ giữa mức độ phổ biến của một sản phẩm văn hóa Trung Quốc với mức độ mà sản phẩm ấy thực sự tạo ra quan hệ hợp tác quốc tế bền vững.

Bảng 2. Mô hình phân tích ba lớp: từ nguồn lực văn hóa – ngôn ngữ Tung đến kết quả hợp tác quốc tế

Lớp phân tích	Thành tố chính	Khung lý thuyết chi phối	Chỉ báo quan sát
Lớp nguồn lực	Ngôn ngữ Hán, di sản, thẩm mỹ, văn học cổ điển	Sức mạnh mềm (Nye)	Mức độ đặc sắc, khả năng chuyên mã thẩm mỹ
Lớp thể chế mềm	Nền tảng số, trung tâm Hán ngữ, mạng lưới đồng sáng tạo, hợp tác đồng sản xuất	Chủ nghĩa thể chế tự do (Keohane và Nye)	Tính minh bạch, tính đối ứng, chi phí giao dịch
Lớp kết quả	Niềm tin, thiện cảm, ý định hợp tác/tương tác lâu dài	Kết hợp cả hai khung lý thuyết	Tỉ lệ thiện cảm, mức độ đồng sáng tạo, tính bền vững quan hệ

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Cách tiếp cận nghiên cứu

Bài viết sử dụng cách tiếp cận định tính liên ngành, kết hợp lý thuyết quan hệ quốc tế với nghiên cứu ngôn ngữ – văn hóa Trung Quốc. Nghiên cứu không nhằm xác lập quan hệ nhân quả trực tiếp giữa một sản phẩm văn hóa cụ thể với sự thay đổi thái độ chính sách của công chúng nước ngoài, mà nhằm nhận diện cơ chế mà qua đó ngôn ngữ và văn hóa Hán được chuyển hóa thành hợp tác hoặc cạnh tranh trên không gian số.

4.2. Phương pháp phân tích

Phương pháp phân tích tài liệu được sử dụng để hệ thống hóa các công trình về sức mạnh mềm, chủ nghĩa thể chế tự do, nền tảng hóa sản xuất văn hóa và nghiên cứu Hán ngữ – văn hóa Trung Quốc, dựa trên các nguồn học thuật có bình duyệt trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, bài viết lựa chọn bốn nhóm trường hợp tiêu biểu: (1) Hán phục và trào lưu Quốc phong; (2) điện ảnh, phim truyền hình cổ trang và trò chơi lấy cảm hứng từ văn học cổ điển; (3) TikTok, Douyin và cơ chế đề xuất nội dung xuyên quốc gia; (4) hiện tượng Lý Tử Thất như một trường hợp truyền tải văn hóa – ngôn ngữ Hán không qua kênh nhà nước trực tiếp. Các trường hợp được lựa chọn theo ba tiêu chí: có yếu tố ngôn ngữ hoặc văn hóa Hán rõ ràng, có khả năng lưu chuyển xuyên quốc gia, và thể hiện quan hệ giữa nhà sản xuất nội dung với công chúng tiếp nhận.

Ngoài ra, phân tích diễn ngôn được sử dụng để nhận diện cách các sản phẩm văn hóa số xây dựng hình ảnh Trung Quốc thông qua các cặp biểu tượng truyền thống – hiện đại, nông thôn – đô thị, thủ công – công nghệ, đồng thời chú ý đến cách ngôn ngữ Hán (chữ viết, thành ngữ, thư pháp, phụ đề) được sử dụng để tạo tính xác thực văn hóa và mời gọi sự tương tác, dịch thuật, bình luận từ công chúng quốc tế – biểu hiện cụ thể của quá trình hợp tác đồng sáng tạo theo lăng kính thể chế tự do.

4.3. Giới hạn nghiên cứu

Nghiên cứu có một số giới hạn. Thứ nhất, cơ chế đề xuất của các nền tảng số là công nghệ độc quyền và thường xuyên thay đổi, khiến việc quan sát đầy đủ tiêu chí phân phối gặp khó khăn. Thứ hai, mức độ phổ biến hay tương tác không thể được dùng làm thước đo trực tiếp của hợp tác hay sức mạnh mềm. Thứ ba, thái độ của công chúng quốc tế đối với ngôn ngữ – văn hóa Trung Quốc khác nhau đáng kể theo khu vực địa lý, bối cảnh chính trị và mức độ tương tác trước đó với Trung Quốc, như các nghiên cứu so sánh giữa Trung Đông và Trung Á đã cho thấy (Akbarzadeh & Saba, 2025; Vanderhill và cộng sự, 2025).

5. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

5.1. Mức độ thiện cảm quốc tế đối với Trung Quốc

Khảo sát thường niên của Pew Research Center là nguồn dữ liệu độc lập, có phương pháp luận minh bạch và được sử dụng rộng rãi trong nghiên cứu quan hệ quốc tế để đo kết quả của sức mạnh mềm – tức mức độ thiện cảm của công chúng nước ngoài – phân biệt với độ phủ sóng của nội dung văn hóa trên nền tảng số. Dữ liệu hai năm gần nhất cho thấy một xu hướng đáng chú ý: thiện cảm trung vị đối với Trung Quốc tăng từ 36% (2025, khảo sát 25 quốc gia) lên 51% (2026, khảo sát 37 quốc gia), lần đầu tiên vượt qua ngưỡng đa số kể từ khi đại dịch COVID-19 làm sụt giảm hình ảnh Trung Quốc trên toàn cầu.

Bảng 3. Mức độ thiện cảm quốc tế đối với Trung Quốc theo khảo sát Pew Research Center, 2025–2026

Quốc gia	Thiện cảm 2025 (%)	Thiện cảm 2026 (%)	Thay đổi (điểm %)	Ghi chú
Trung vị toàn mẫu khảo sát	36	51	+15	36 quốc gia (2025) so với 37 quốc gia (2026)
Pakistan	—	90	—	Mức thiện cảm cao nhất trong khảo sát 2026
Nhật Bản	13	11	-2	Mức thấp nhất khu vực châu Á – Thái Bình Dương
Hàn Quốc	19	—	-6 so với 2024 (25%)	Xu hướng giảm hai năm liên tiếp
Ý	45	51	+6	Mức cao kỷ lục theo chuỗi khảo sát gần hai thập niên
Tây Ban Nha	37 (ước)	54	+17	Lần đầu thiện cảm rộng dương kể từ 2011
Israel	33	19	-14	Mức thấp kỷ lục, giảm mạnh so với 66% năm 2019
Thái Lan	—	giảm 11 điểm	-11	Một trong số ít quốc gia có xu hướng giảm ở châu Á

Ba điểm đáng chú ý nổi lên từ Bảng 3 như sau: thứ nhất, xu hướng cải thiện thiện cảm không đồng đều: các nền kinh tế giàu có tại Đông Á và châu Âu như Nhật Bản, Hàn Quốc tiếp tục duy trì mức thiện cảm thấp hoặc suy giảm, trong khi các nước có thu nhập trung bình tại châu Phi, Mỹ Latinh và một số nước Nam Âu ghi nhận mức tăng mạnh. Thứ hai, trường hợp Israel – nơi thiện cảm sụt từ 66% (2019) xuống còn 19% (2026) – là minh chứng rõ rệt cho việc sức hấp dẫn văn hóa không tự động chuyển hóa thành thiện cảm chính trị khi xuất hiện bất đồng về lập trường ngoại giao, phù hợp với cảnh báo của Vanderhill và cộng sự (2025) rằng nguồn lực kinh tế và văn hóa lớn không bảo đảm kết quả sức mạnh mềm tương ứng. Thứ ba, mức thiện cảm cao tại các nước đang phát triển gợi ý rằng hợp tác văn hóa – ngôn ngữ Trung trên nền tảng số có thể phát huy hiệu quả tốt hơn tại những khu vực đã có sẵn quan hệ hợp tác kinh tế, phù hợp với logic thể chế tự do về lợi ích lặp lại củng cố hợp tác.

5.2. Ngôn ngữ – văn hóa Trung Quốc - nguồn lực hợp tác mềm

Trào lưu Hán phục và Quốc phong cho thấy quá trình truyền tải di sản ngôn ngữ – văn hóa Hán thành sản phẩm thẩm mỹ số. Chữ Hán, họa tiết truyền thống, thành ngữ và điển tích văn học cổ điển được đưa vào thiết kế trang phục, phụ kiện và

nội dung trình diễn, tạo ra một hệ biểu tượng vừa dễ nhận diện về mặt thị giác, vừa gợi mở tò mò tìm hiểu ngôn ngữ và văn hóa gốc. Theo logic thể chế tự do, các cộng đồng người hâm mộ Hán phục quốc tế, các kênh học tiếng Trung và các nhà sáng tạo nội dung nước ngoài chuyên bình luận, dịch thuật nội dung Hán phục tạo thành một mạng lưới hợp tác phi chính thức, trong đó lợi ích được chia sẻ hai chiều: cộng đồng quốc tế có thêm tư liệu học thuật và trải nghiệm văn hóa, còn Trung Quốc có thêm kênh quảng bá không do nhà nước trực tiếp kiểm soát nội dung.

Phân tích sâu hơn cho thấy cơ chế hợp tác này vận hành qua ba tầng tương tác cụ thể. Ở tầng thứ nhất, cộng đồng người hâm mộ tự dịch thuật ngữ Hán phục sang ngôn ngữ bản địa, tạo ra một kho tri thức chủ giải mã bản thân nhà sản xuất Trung Quốc không trực tiếp kiểm soát nhưng được hưởng lợi. Ở tầng thứ hai, các nhà thiết kế nước ngoài chịu ảnh hưởng bởi Hán phục điều chỉnh sản phẩm theo thị hiếu địa phương, tạo ra phái sinh văn hóa vừa giữ được cốt lõi thẩm mỹ Trung Hoa vừa thích ứng với bối cảnh tiếp nhận – một quá trình gắn với “bản địa hóa thể chế” trong lý thuyết hợp tác quốc tế, khi quy tắc chung được điều chỉnh linh hoạt để phù hợp với từng bên tham gia. Ở tầng thứ ba, các sự kiện trình diễn Hán phục tại không gian công cộng nước ngoài (như trường hợp Bordeaux nêu ở phần đặt vấn đề) tạo ra khoảnh khắc tiếp xúc trực tiếp, trong đó phản ứng tích cực của công chúng địa phương đóng vai trò xác nhận xã hội, củng cố động lực để cộng đồng người hâm mộ tiếp tục đầu tư thời gian vào việc quảng bá tự nguyện. Việc thiếu vắng một cơ quan trung ương điều phối toàn bộ quá trình này, trong khi kết quả truyền thông vẫn đạt hiệu quả cao, là dấu hiệu ủng hộ cho luận điểm thể chế tự do rằng hợp tác có thể được duy trì thông qua chuẩn mực phi chính thức, không nhất thiết cần đến sự can thiệp trực tiếp của nhà nước.

5.3. Hợp tác đồng sản xuất và truyền tải văn học cổ điển

Các dòng phim cổ trang, tiên hiệp và trò chơi lấy cảm hứng từ văn học cổ điển Trung Hoa minh họa một hình thức hợp tác thể chế cụ thể: hợp tác đồng sản xuất, cấp phép bản quyền và bản địa hóa ngôn ngữ. Việc dịch thuật lời thoại, phụ đề và thuật ngữ văn hóa – vốn đòi hỏi năng lực Hán ngữ chuyên sâu – trở thành một mắt xích thiết yếu, đồng thời tạo ra nhu cầu hợp tác giữa nhà sản xuất Trung Quốc với đội ngũ dịch thuật, nhà phát hành và cộng đồng người hâm mộ tại nhiều quốc gia. Cơ chế hợp tác này phù hợp với dự đoán của chủ nghĩa thể chế tự do rằng các bên có xu hướng duy trì quan hệ khi lợi ích được lặp lại qua nhiều chu kỳ sản phẩm, thay vì chỉ dừng ở một lần quảng bá đơn lẻ.

Trường hợp trò chơi lấy cảm hứng từ Tây Du Ký (Black Myth Wukong) minh họa rõ nét cơ chế truyền tải văn học cổ điển thành sản phẩm số có khả năng hợp tác xuyên quốc gia. Đội ngũ sản xuất phải giải quyết đồng thời hai bài toán: giữ được tính xác thực của điển tích, kiến trúc, trang phục và ngôn ngữ cổ điển, đồng thời bảo đảm khả năng tiếp cận của người chơi không có nền tảng Hán ngữ. Việc này đòi hỏi một mạng lưới hợp tác gồm nhà nghiên cứu văn học cổ điển, đội ngũ dịch thuật đa ngôn ngữ, studio đồ họa quốc tế và cộng đồng người chơi tham gia hiệu đính bản dịch không chính thức trước khi bản dịch chính thức ra mắt. Về bản chất, đây là một chuỗi hợp tác nhiều tầng, trong đó mỗi chủ thể tham gia vì lợi ích riêng – studio tìm kiếm doanh thu toàn cầu, người chơi tìm kiếm trải nghiệm sớm, nhà nghiên cứu tìm kiếm sự công nhận – nhưng cùng góp phần củng cố khả năng lưu chuyển xuyên quốc gia của di sản văn học Hán. Đây

cũng là minh chứng cho luận điểm của chủ nghĩa thể chế tự do rằng động cơ hợp tác không cần phải đồng nhất giữa các bên; điều quan trọng là lợi ích của mỗi bên được đáp ứng trong khuôn khổ tương tác lặp lại.

5.4. Nền tảng số như thể chế mềm kết nối xuyên quốc gia

TikTok và Douyin đóng vai trò hạ tầng cho quá trình hợp tác đồng sáng tạo văn hóa – ngôn ngữ Hán trên quy mô lớn. Trường hợp Lý Tử Thất là ví dụ tiêu biểu: nội dung về canh tác, nấu ăn, thủ công và đời sống nông thôn Trung Quốc được kể bằng nhịp chậm, hạn chế lời thoại, giúp giảm rào cản ngôn ngữ và tạo khả năng tiếp nhận xuyên văn hóa (The New Yorker, dẫn theo phân tích truyền thông quốc tế). Công chúng quốc tế không chỉ xem mà còn dịch phụ đề, bình luận, mô phỏng và lan tỏa nội dung sang cộng đồng khác – một hình thức hợp tác tự nguyện, phi thể chế chính thức nhưng vận hành theo đúng logic phụ thuộc lẫn nhau mà Keohane và Nye (1977) đã mô tả trong bối cảnh phi số hóa.

Xét kỹ hơn, trường hợp Lý Tử Thất cho thấy ba cơ chế hợp tác đan xen. Cơ chế thứ nhất là hợp tác dịch thuật cộng đồng: do lời thoại được tối giản, gánh nặng “giải mã văn hóa” chuyển sang phần chú thích, tiêu đề và bình luận – nơi khán giả quốc tế, bao gồm cả người học tiếng Trung, tự nguyện giải thích các yếu tố văn hóa như nông lịch, ẩm thực vùng miền hay dụng cụ thủ công truyền thống cho cộng đồng của họ. Cơ chế thứ hai là hợp tác thẩm mỹ: nhiều nhà sáng tạo nội dung ở các quốc gia khác mô phỏng phong cách quay dựng chậm rãi, ít lời thoại của Lý Tử Thất để kể câu chuyện văn hóa bản địa của chính họ, biến một định dạng gốc Trung Quốc thành khuôn mẫu thể loại toàn cầu – một dạng “xuất khẩu thể chế thẩm mỹ” ít được các nghiên cứu sức mạnh mềm truyền thông chú ý. Cơ chế thứ ba là hợp tác thương mại: các nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới sử dụng sự nổi tiếng của nội dung nông thôn để quảng bá sản phẩm thủ công, tạo ra một chuỗi giá trị nối liền người xem, nhà sáng tạo và nhà sản xuất địa phương. Cả ba cơ chế đều phù hợp với dự đoán của lý thuyết thể chế tự do rằng hợp tác phi chính thức có xu hướng tự duy trì khi tất cả các bên đều thu được lợi ích cụ thể, dù không có hợp đồng hay quy tắc chính thức ràng buộc.

Tuy nhiên, quyền lực nền tảng và cơ chế kiểm duyệt nội dung cũng có thể làm suy yếu tính chất hợp tác này. Khi nền tảng hoặc cơ quan quản lý can thiệp để kiểm soát nội dung theo hướng có lợi cho một câu chuyện chính thức duy nhất, quan hệ giữa nhà sáng tạo, công chúng và quốc gia có nguy cơ chuyển từ hợp tác bình đẳng sang bất cân xứng quyền lực – điều mà lý thuyết thể chế tự do dự báo sẽ làm giảm động lực hợp tác lâu dài của các bên. Ngoài ra, tranh luận quốc tế về quyền sở hữu dữ liệu người dùng và thuật toán đề xuất của TikTok cho thấy “thể chế mềm” dựa trên nền tảng tư nhân có độ ổn định thấp hơn thể chế quốc tế chính thức, vì có thể bị thay đổi đơn phương bởi quyết định quản trị doanh nghiệp hoặc chính sách của quốc gia sở tại nền tảng.

Bảng 4. Tổng hợp bốn trường hợp nghiên cứu theo mô hình phân tích ba lớp

Trường hợp	Nguồn lực văn hóa – ngôn ngữ Hán	Cơ chế thể chế mềm	Thách thức đối với hợp tác bền vững
Hán phục, Quốc phong	Trang phục, họa tiết, thành ngữ, điển tích	Cộng đồng người hâm mộ, kênh học tiếng Trung	Nguy cơ thương mại hóa làm mờ tính xác thực lịch sử

Trường hợp	Nguồn lực văn hóa – ngôn ngữ Hán	Cơ chế thể chế mềm	Thách thức đối với hợp tác bền vững
Điện ảnh, trò chơi (vd. Tây Du Ký)	Văn học cổ điển, kiến trúc, triết học	Đồng sản xuất, dịch thuật cộng đồng, cấp phép	Chi phí bản địa hóa cao, khác biệt tiêu chuẩn kiểm duyệt
TikTok, Douyin	Đời sống thường nhật, thẩm mỹ thị giác	Thuật toán đề xuất, cộng đồng dịch phụ đề	Quyền lực nền tảng và kiểm duyệt nội dung thiếu minh bạch
Lý Tử Thất	Nông thôn, ẩm thực, thủ công truyền thống	Cộng đồng mô phỏng thể loại, thương mại điện tử	Ranh giới mờ giữa sáng tạo cá nhân và thương hiệu quốc gia

6. Hàm ý cho Việt Nam

6.1. Phát triển ngôn ngữ - văn hóa Việt như nguồn lực hợp tác số

Kinh nghiệm từ Trung Quốc cho thấy ngôn ngữ dân tộc, khi được truyền tải phù hợp với thẩm mỹ và thói quen tiếp nhận trên nền tảng số, có thể trở thành nguồn lực hợp tác văn hóa quốc tế thay vì chỉ là đối tượng bảo tồn nội bộ. Việt Nam có thể phát triển các sản phẩm số dựa trên di sản ngôn ngữ, trang phục truyền thống, ẩm thực và nghệ thuật dân gian theo hướng khuyến khích sự tham gia đồng sáng tạo của công chúng quốc tế, thay vì chỉ truyền tải thông điệp một chiều.

6.2. Hàm ý cho đào tạo Hán ngữ và nghiên cứu Trung Quốc tại Việt Nam

Đối với các cơ sở đào tạo ngoại ngữ và Hán ngữ như Khoa Ngoại ngữ của Trường Đại học Thành Đông, kết quả nghiên cứu gợi ý rằng chương trình đào tạo Hán ngữ cần tích hợp năng lực phân tích văn hóa số và truyền thông nền tảng, bên cạnh năng lực ngôn ngữ truyền thống. Người học Hán ngữ trong tương lai không chỉ cần khả năng dịch thuật mà còn cần hiểu cơ chế mà qua đó ngôn ngữ và văn hóa được chuyển hóa thành hợp tác hoặc cạnh tranh quốc tế, từ đó đóng vai trò cầu nối văn hóa – ngôn ngữ có ý thức phân biệt giữa Việt Nam và Trung Quốc cũng như các đối tác quốc tế khác.

7. Kết luận

Bài viết đã phân tích sức mạnh mềm số của Trung Quốc từ góc nhìn kết hợp giữa lý thuyết sức mạnh mềm và chủ nghĩa thể chế tự do trong quan hệ quốc tế, dựa trên các trường hợp thuộc lĩnh vực ngôn ngữ – văn hóa Hán. Kết quả cho thấy ngôn ngữ và văn hóa Hán, khi được chuyển tải qua nền tảng số, có khả năng kiến tạo các quan hệ hợp tác đồng sáng tạo xuyên quốc gia, phù hợp với logic phụ thuộc lẫn nhau và lợi ích lặp lại mà chủ nghĩa thể chế tự do đề xuất. Tuy nhiên, hiệu quả của quá trình hợp tác này bị giới hạn bởi niềm tin, tính minh bạch và mức độ mà nhà nước can thiệp vào diễn ngôn, đặt ra nguy cơ chuyển hóa từ hợp tác cùng có lợi sang cạnh tranh ảnh hưởng đơn phương.

Về mặt lý luận, nghiên cứu góp phần mở rộng phạm vi áp dụng của chủ nghĩa thể chế tự do sang lĩnh vực truyền thông văn hóa số và nghiên cứu Hán ngữ, đề xuất một mô hình phân tích ba lớp có thể vận dụng cho các trường hợp quốc gia khác. Về mặt thực tiễn, nghiên cứu gợi mở hàm ý cho Việt Nam trong việc phát triển ngoại giao văn hóa số, xây dựng cơ chế hợp tác

thể chế mềm và đổi mới đào tạo Hán ngữ theo hướng gắn với năng lực phân tích truyền thông và hợp tác quốc tế. Những nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng khảo sát thực nghiệm về thái độ công chúng quốc tế đối với ngôn ngữ – văn hóa Hán trên nền tảng số, nhằm kiểm định sâu hơn mối quan hệ giữa mức độ phổ biến và mức độ hợp tác bền vững.

8. Tài liệu tham khảo

- [1] Akbarzadeh, S., & Saba, A. (2025). China's soft power: Views from Saudi Arabia and the UAE. *Global Studies Quarterly*, 5(1), Article ksae090. <https://doi.org/10.1093/isagsq/ksae090>.
- [2] Duarte, P. A. B., Gupta, A., & Delvaje, B. C. (2024). Multilateralism and soft power made-in-China: (Re)adjusting role conception to meet international expectations. *East Asia*, 41, 1–20. <https://doi.org/10.1007/s12140-024-09424-0>.
- [3] Keohane, R. O. (1984). *After hegemony: Cooperation and discord in the world political economy*. Princeton University Press.
- [4] Keohane, R. O., & Nye, J. S., Jr. (1977). *Power and interdependence: World politics in transition*. Little, Brown.
- [5] Lee, P. S. N. (2016). The rise of China and its contest for discursive power. *Global Media and China*, 1(1–2), 102–120. <https://doi.org/10.1177/2059436416650549>.
- [6] Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>.
- [7] Nye, J. S., Jr. (1990). Soft power. *Foreign Policy*, 80, 153–171. <https://doi.org/10.2307/1148580>
- [8] Nye, J. S., Jr. (2004). Soft power: The means to success in world politics. *PublicAffairs*.
- [9] Nye, J. S., Jr. (2011). The future of power. *PublicAffairs*.
- [10] Nye, J. S., Jr. (2021). Soft power: The evolution of a concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196–208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>
- [11] Pew Research Center. (2025). International views of China turn slightly more positive. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/global/2025/07/15/international-views-of-china-turn-slightly-more-positive/>
- [12] Pew Research Center. (2026). Views of China and Xi are improving globally. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/global/2026/07/15/views-of-china-and-xi-are-improving-globally/>
- [13] Tran, H. T. (2023). China's soft power: Three decades of acceptance, deployment, and transformation. *VNUHCM Journal of Social Sciences and Humanities*, 7(2), 2008–2017.
- [14] UNESCO. (2022a). From standing out to reaching out: Cultural diplomacy for sustainable development. UNESCO.
- [15] UNESCO. (2022b). Re|shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good. UNESCO.
- [16] UNESCO. (n.d.). Culture and digital technologies. UNESCO. Retrieved August 2, 2026, from <https://www.unesco.org/en/culture-and-digital-technologies>
- [17] Vanderhill, R., Joireman, S. F., & Tulepayeva, R. (2025). In the shadow of the dragon: Chinese soft power in central Asia. *International Affairs*, 101(4), 1441–1460. <https://doi.org/10.1093/ia/iaaf122>

[18] Wang, H., & Lu, Y.-C. (2008). The conception of soft power and its policy implications: A comparative study of China and Taiwan. *Journal of Contemporary China*,

17(56),
<https://doi.org/10.1080/10670560802000191>

425–447.