



DOI: <https://doi.org/10.52714/dthu.sch.2475.1839>

PHÂN TÍCH NỘI DUNG VÀ DIỄN NGÔN CÁC THÔNG ĐIỆP VẬN ĐỘNG TRÊN BÁO THANH NIÊN VÀ VIỆT NAM ĐỘC LẬP CỦA NGUYỄN ÁI QUỐC

Ngô Thị Hồng Minh

*Khoa Báo chí - Truyền thông, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn,
Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam*

Email: ngothihongminh@hcmussh.edu.vn

Lịch sử bài báo

Ngày nhận: 24/6/2025; Ngày nhận chỉnh sửa: 24/8/2026; Ngày duyệt đăng: 30/8/2026

Tóm tắt

Bài viết phân tích hệ thống thông điệp vận động trên hai tờ báo Thanh Niên (1925-1930) và Việt Nam độc lập (1941-1945), do Nguyễn Ái Quốc sáng lập và trực tiếp chỉ đạo. Dưới góc nhìn truyền thông hiện đại, tác giả sử dụng phương pháp phân tích nội dung để làm rõ đặc điểm, chức năng và hiệu quả của các khẩu hiệu cách mạng. Nội dung thông điệp xoay quanh các trục tư tưởng như giành độc lập dân tộc, chống thực dân - phát xít, đoàn kết toàn dân và kêu gọi hành động cụ thể. Về hình thức, các thông điệp ngắn gọn, cảm xúc, sử dụng hình thức dân gian như ca dao, hò vè để dễ nhớ, dễ lan truyền. Bài viết khẳng định các khẩu hiệu này không chỉ là phương tiện truyền thông, mà còn là biểu hiện của tư duy chiến lược trong truyền thông cách mạng của Nguyễn Ái Quốc. Nghiên cứu góp phần mở rộng, tiếp cận liên ngành giữa lịch sử báo chí và truyền thông chính trị. Từ đó làm rõ cơ chế tạo lập hiệu quả của khẩu hiệu cách mạng. Nguyên tắc 'đơn giản - xúc cảm - hành động' gợi mở hướng thiết kế thông điệp hiệu quả cho các hoạt động truyền thông và vận động xã hội hiện nay.

Từ khóa: Báo Thanh Niên, Báo Việt Nam độc lập, Nguyễn Ái Quốc, thông điệp vận động, truyền thông, tuyên truyền.

Trích dẫn: Ngô, T. H. M. (2026). Phân tích nội dung và diễn ngôn các thông điệp vận động trên báo Thanh Niên và Việt Nam độc lập của Nguyễn Ái Quốc. *Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp, Online First*, 1-15. <https://doi.org/10.52714/dthu.sch.2475.1839>

Copyright © 2026 The author(s). This work is licensed under a CC BY-NC 4.0 License.

**CONTENT AND DISCOURSE ANALYSIS
OF ADVOCACY MESSAGES IN *THANH NIEN* AND
VIET NAM DOC LAP NEWSPAPERS BY NGUYEN AI QUOC**

Ngo Thi Hong Minh

*Faculty of Journalism and Communication, University of Social Sciences and Humanities,
Vietnam National University Ho Chi Minh City, Vietnam*

Email: ngothihongminh@hcmussh.edu.vn

Article history

Received: 24/6/2025; Received in revised form: 24/8/2026; Accepted: 30/8/2026

Abstract

This article analyzes the system of advocacy messages featured in two newspapers - Thanh Nien (1925-1930) and Viet Nam doc lap (1941-1945) - both founded and directly directed by Nguyen Ai Quoc. From the modern communication perspective, the article employs content and discourse analysis to clarify the characteristics, functions, and effectiveness of revolutionary slogans. The messages revolve around key ideological themes, including national independence, anti-colonialism and anti-fascism, national unity, and concrete calls to action. In terms of form, the messages are concise, emotionally charged, and frequently draw on folk traditions such as proverbs and rhymed verses to enhance memorability and dissemination. The article argues that these slogans were not merely tools of communication but also strategic expressions of Nguyen Ai Quoc's revolutionary communication thinking. Academically, this article advances an interdisciplinary link between press history and political communication by illuminating the mechanisms that made these appeals effective. Practically, the principle of "simplicity - emotion - action" provides a guideline for designing effective messages in contemporary communication and social advocacy.

Keywords: *Nguyen Ai Quoc, mass media, Political communication, Propaganda, Thanh Nien newspaper, Viet Nam doc lap newspaper.*

1. Giới thiệu

Báo chí không đơn thuần là kênh truyền tải thông tin mà còn là công cụ định hướng tư tưởng, thúc đẩy hành động và hình thành ý thức xã hội. Trong lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam, vai trò này được thể hiện rõ nét qua hai tờ báo tiêu biểu: *Thanh Niên* (1925-1930) và *Việt Nam độc lập* (1941-1945), dưới sự sáng lập và chỉ đạo trực tiếp của Nguyễn Ái Quốc.

Giai đoạn 1925-1945 là thời kỳ đất nước chìm trong xiềng xích thực dân, xã hội Việt Nam tồn tại với cấu trúc thuộc địa nửa phong kiến, nền kinh tế lạc hậu, trình độ dân trí thấp, và phương tiện truyền thông hiện đại gần như chưa xuất hiện. Trong hoàn cảnh đó, việc truyền bá tư tưởng cách mạng thông qua báo chí - nhất là bằng hình thức khẩu hiệu - là một chiến lược truyền thông cực kỳ hiệu quả. Đây không chỉ là phương tiện tuyên truyền, mà còn là công cụ giáo dục chính trị, khơi dậy tinh thần yêu nước, củng cố niềm tin và dẫn dắt hành động.

Bài viết này nhằm phân tích hệ thống thông điệp vận động trên hai tờ báo kể trên dưới góc nhìn truyền thông hiện đại, từ đó làm rõ vai trò, cấu trúc, hiệu quả và giá trị thực tiễn của chúng trong việc thúc đẩy các phong trào cách mạng Việt Nam thời kỳ đầu thế kỷ XX. Trong bối cảnh xã hội thuộc địa nửa phong kiến, khi các kênh truyền thông đại chúng còn hạn chế, thì khẩu hiệu - một hình thức thông điệp vận động ngắn gọn - trở thành công cụ tuyên truyền có sức lan tỏa rộng rãi và hiệu quả.

Các nghiên cứu trước đây mới dừng lại ở khía cạnh lịch sử - chính trị hoặc tiểu sử nhân vật, trong khi cơ chế kiến tạo và vận hành của khẩu hiệu dưới lăng kính của truyền thông hiện đại chưa được khám phá. Khoảng trống này cho thấy cần có một cách tiếp cận mới để hiểu rõ hơn về vai trò chiến lược của báo chí cách mạng trong việc hình thành dư luận xã hội và định hướng hành động. Đặt trong bối cảnh rộng hơn, các nghiên cứu quốc tế như Fanon (1963) ở châu Phi hay Martín-Barbero (1993) ở Mỹ Latinh đã chỉ ra sức mạnh của các khẩu hiệu chính trị trong việc huy động quần chúng của các phong trào giải phóng dân tộc. Song đến nay vẫn chưa có công trình nào đối chiếu so sánh với trường hợp Việt Nam. Điều này khẳng định tính độc đáo cũng như đóng góp học thuật của nghiên cứu hiện tại.

Từ đó, bài viết đặt ra câu hỏi trung tâm: Các khẩu hiệu vận động trên báo *Thanh Niên* và *Việt Nam độc lập* do Nguyễn Ái Quốc trực tiếp viết và chỉ đạo đã được kiến tạo, vận hành và phát huy hiệu quả như thế nào dưới góc nhìn truyền thông hiện đại?

2. Tổng quan lý thuyết, lược sử nghiên cứu và phát triển giả thuyết

2.1. Tổng quan lý thuyết

Theo McQuail (2010, tr. 87), truyền thông đại chúng thực hiện bốn chức năng cơ bản: thông tin, liên kết, giáo dục và giải trí. Đặc biệt, trong bối cảnh chính trị - xã hội đặc thù như thời chiến, vai trò tuyên truyền và vận động lại càng nổi bật. Jowett và O'Donnell (2012, tr. 2) nhấn mạnh rằng, để một thông điệp tuyên truyền đạt hiệu quả, nó cần phải giàu cảm xúc, súc tích, dễ nhớ và có định hướng hành động rõ ràng.

Khẩu hiệu là một hình thức biểu đạt đặc biệt trong truyền thông chính trị. Với tính năng động, ngắn gọn, dễ lan truyền, khẩu hiệu đóng vai trò như “lời hiệu triệu” có khả năng chạm đến trái tim người nghe và thôi thúc hành động tức thì.

V.L.Lênin (2005, tr. 442-443) từng nhấn mạnh vai trò của tuyên truyền và cổ động trong cách mạng. Theo ông, tuyên truyền là phương thức để truyền đạt tư tưởng một cách có hệ thống và toàn diện, trong khi cổ động (vận động) nhằm gây xúc động mạnh mẽ, thúc đẩy hành động tập thể. Lênin cho rằng công tác tuyên truyền cổ động cần thích ứng với từng giai đoạn cách mạng, từng đối tượng, đặc biệt phải ngắn gọn, sinh động, trực diện. Đây là nền tảng lý luận giúp Nguyễn Ái Quốc vận dụng sáng tạo trong viết báo và sử dụng khẩu hiệu cách mạng.

Ngoài các nghiên cứu kinh điển trên, một số học giả quốc tế đã chỉ ra sức mạnh của khẩu hiệu trong các phong trào giải phóng dân tộc như: Fanon (1963) khi phân tích khẩu hiệu đã chỉ ra tính ngắn gọn và giàu cảm xúc là yếu tố kích thích quần chúng thực hiện hành động trong cuộc đấu tranh chống thực dân ở châu Phi. Ở Nigeria, Chilwa (2012) chỉ ra rằng khẩu hiệu chính trị không chỉ là công cụ vận động mà còn góp phần kiến tạo bản sắc cộng đồng.

Những kết quả này giúp soi chiếu trường hợp khẩu hiệu cách mạng dưới ngòi bút Nguyễn Ái Quốc ở Việt Nam không chỉ có giá trị lịch sử báo chí trong nước mà còn góp phần vào diễn ngôn học thuật toàn cầu về truyền thông chính trị. Nghiên cứu hiện tại kế thừa những nền tảng lý thuyết trước đó, đồng thời bổ sung cách tiếp cận liên ngành, qua đó làm rõ cơ chế tạo lập hiệu quả của khẩu hiệu trong bối cảnh lịch sử Việt Nam đầu thế kỷ XX.

2.2. Lược sử nghiên cứu

Một số công trình trước đây đã đề cập đến vai trò của báo *Thanh Niên* và *Việt Nam độc lập* như: Nguyễn (2018), Trần (1948), hay các tài liệu của Ban Tuyên giáo Trung ương (2020). Tuy nhiên, các nghiên cứu này thiên về lịch sử báo chí và hoạt động cách mạng hơn là đi sâu vào phân tích ngôn ngữ, thông điệp và cấu trúc truyền thông.

Bảng 1 dưới đây so sánh mục tiêu, phương pháp và kết quả của các nghiên cứu trước với nghiên cứu này, qua đó làm rõ sự khác biệt và đóng góp mới.

Bảng 1. So sánh một số nghiên cứu trước và nghiên cứu hiện tại

Nghiên cứu	Mục tiêu	Phương pháp	Kết quả
Nguyễn (2018)	Khẳng định vai trò báo chí cách mạng	Phân tích lịch sử	Tìm hiểu vai trò và hoạt động của Nguyễn Ái Quốc, trong đó có nhắc đến báo chí cách mạng - <i>Thanh Niên</i>
Trần (1948)	Tiểu sử Hồ Chí Minh và hoạt động báo chí	Tường thuật - hồi ký	Mô tả hoạt động báo chí như một phần trong hành trình cách mạng của lãnh tụ
Ban Tuyên giáo TW (2020)	Hệ thống hóa tư tưởng Hồ Chí Minh qua báo chí	Tường thuật và phân tích chính trị	Khẳng định giá trị lịch sử và ý nghĩa tư tưởng của báo chí cách mạng
Nghiên cứu này	Phân tích khẩu hiệu trên báo <i>Thanh Niên</i> và <i>Việt Nam độc lập</i>	Phân tích nội dung, diễn ngôn, so sánh	Làm rõ đặc điểm, chức năng, hiệu quả; rút ra nguyên tắc “đơn giản - xúc cảm - hành động”

2.3. Phát triển giả thuyết

Trong bối cảnh Việt Nam giai đoạn 1925-1945, báo *Thanh Niên* và *Việt Nam độc lập* không chỉ đóng vai trò truyền bá tư tưởng cách mạng mà còn là công cụ truyền thông chính trị chiến lược do Nguyễn Ái Quốc trực tiếp chỉ đạo. Các khẩu hiệu trên hai tờ báo này thể hiện đặc trưng ngôn ngữ ngắn gọn, giàu cảm xúc và gắn liền với lời kêu gọi hành động cụ thể, phù hợp với quan điểm của Lenin (2005) về tuyên truyền - cổ động cũng như đặc điểm của thông điệp chính trị hiệu quả được Jowett và O'Donnell (2012) khẳng định. Từ cơ sở đó, bài viết này phát triển giả thuyết nghiên cứu: Thông điệp vận động trên báo *Thanh Niên* và *Việt Nam độc lập* là hình thức tuyên truyền có chủ đích, được thiết kế tối ưu về mặt ngôn ngữ và cấu trúc nhằm đạt hiệu quả tối đa trong việc định hướng tư tưởng và huy động hành động cách mạng.

3 Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu chính được thu thập từ các số báo *Thanh Niên* (1925-1930) và *Việt Nam độc lập* (1941-1945), được lưu giữ tại Bảo tàng Cách mạng Việt Nam, Hồ Chí Minh Toàn tập và một số nguồn học thuật khác. Các khẩu hiệu được trích dẫn nguyên văn, theo số báo cụ thể, đảm bảo tính xác thực cho việc phân tích.

Từ toàn bộ các số báo hiện còn, nghiên cứu đã tiến hành trích xuất và chọn lọc những khẩu hiệu mang tính vận động quần chúng. Việc chọn mẫu dựa trên các tiêu chí: (i) thông điệp có cấu trúc ngắn gọn, giàu cảm xúc và định hướng hành động rõ rệt; (ii) xuất hiện độc lập hoặc gắn liền với các bài xã luận, lời kêu gọi; (iii) phản ánh trực tiếp mục tiêu tuyên truyền và cổ động chính trị. Những câu văn thuần túy mang tính tường thuật sự kiện hoặc chỉ truyền tải thông tin khách quan được loại trừ khỏi tập mẫu.

Kết quả cho thấy có tổng cộng 102 khẩu hiệu được đưa vào phân tích, trong đó 10 khẩu hiệu thuộc báo *Thanh Niên* và 92 khẩu hiệu thuộc báo *Việt Nam độc lập*. Để làm rõ đặc điểm dữ liệu, nghiên cứu lập bảng thống kê và phân chia theo từng tờ báo.

Bảng 2. Khẩu hiệu trên báo thanh niên (1925-1930)

STT	Số báo	Khẩu hiệu
1	1	Hỡi đồng bào! Mau mau đoàn kết lại, đánh đổ thực dân Pháp!
2	1	Đả đảo đế quốc! Đả đảo phong kiến!
3	2	Hãy đứng lên giành lấy độc lập cho dân tộc!
4	3	Hỡi các bạn thanh niên! Mau mau đoàn kết lại!
5	5	Đồng bào ta! Mau mau đoàn kết cứu nước!
6	5	Đồng bào ta! Đoàn kết lại đánh đổ đế quốc!
7	64	Hỡi đồng bào bị áp bức! Mau vùng lên!
8	66	Chị em ơi! Mau mau đứng dậy cứu lấy nòi giống!
9	68	Thanh niên là rường cột của nước nhà, phải đi đầu trong cách mạng!
10	73	Việt Nam muốn độc lập thì phải cách mạng!

Bảng 3. Khẩu hiệu trên báo việt nam độc lập (1941-1945)

TT	Số báo	Khẩu hiệu
1	101	Nhiều điều phủ lấy giá gương, Người trong một nước phải thương nhau cùng!
2	102	Nước Nam là của nước ta, Nước kia đã mất, Thì nhà còn đâu!
3	103	Có tổ quốc mới có ta Nước là rất trọng ta là rất khinh!
4	104	Tàu giúp ta, ta giúp Tàu

TT	Số báo	Khẩu hiệu
		Thì công kháng chiến mới mau hoàn thành
5	105	Việt Minh là gốc phong trào Muốn được giải phóng phải vào Việt Minh
6	106	Người lớn cứu quốc đã đành Trẻ em cũng phải ra dành một vai
7	107	Nhật là hung ác vô song Phải đánh đuổi chúng mới mong sống còn
8	108	Trăm năm trong cõi người ta Có lòng yêu nước mới là người Nam
9	109	Rõ ràng Nga chính, Đức tà, Tà thua, chính được lẽ là tất nhiên
10	110	Hỡi đồng bào toàn quốc! Đoàn kết lại!
11	111	Nga, Tàu là bạn nước ta Dân ta ủng hộ Tàu Nga đến cùng
12	112	Phụ nữ cũng là quốc dân Phải lo khôi phục Giang san nước nhà!
13	113	Dân ta phải cứu nước nhà Dân là dân nước nước là nước dân
14	114	Năm nay là năm chúng ta Ra tay khôi phục nước nhà Việt Minh
15	115	Báo là bạn thân thiết của ta Biết ủng hộ báo mới là người khôn
16	116	Hỡi toàn quốc đồng bào đoàn kết lại
17	117	Dân ta phải biết sử ta Cho tường gốc tích nước nhà Việt Nam
18	118	Tàu giúp ta, ta giúp Tàu Cùng nhau thắng lợi, cùng nhau phú cường
19	119	Toàn quốc đồng bào đoàn kết lại!

TT	Số báo	Khẩu hiệu
		Ngày giải phóng đã gần đến rồi!
20	120	Không có gì mạnh bằng đoàn kết Có đoàn kết mới đánh tan quân thù!
21	121	Muốn khởi nghĩa không khó gì Toàn dân đoàn kết tức thì được ngay!
22	122	Đừng thấy Nhật thắng mà lo Rồi chúng sẽ thua to sợ gì!
23	123	Thử xem xong cuộc chiến tranh Thế nào Nhật cũng tan tành tả toi!
24	124	Thử xem xong cuộc chiến tranh Thế nào Nhật cũng tan tành tả toi!
25	125	Muốn cho khởi nghĩa thành công Thời ta trước phải làm xong kết đoàn
26	126	Muốn đánh Tây đánh Nhật Trước phải giữ bí mật
27	127	Muốn Việt Minh phát triển Phải ra sức tuyên truyền
28	128	Muốn cho báo tiến bộ Phải ra sức ủng hộ
29	129	Bất kỳ việc lớn nhỏ Phải có kế hoạch rõ ràng
30	130	Nghe dân thì khôn ngoan Nghe quan thì lỗ vốn
31	131	Muốn sung sướng phải ra tay Có tranh đấu, mới có ngày thành công
32	133	Khủng bố chẳng qua sự thường Nó càng đe dọa, ta càng kiên gan

TT	Số báo	Khẩu hiệu
33	134	Làm giỏi thì được mẽ đay Chúng ta đều phải xấn tay mà làm!
34	135	Ý nghĩa 30 bài ca Xem mà nhớ kỹ thật là ích thay!
35	136	Công việc chóng tiến bộ Cũng nhờ sức cán bộ
36	137	Từ hạ cấp đến cao cấp Đều phải giữ kỷ luật!
37	138	Châu SR kẻ đã hăng Mong các châu khác lại càng cừ hơn!
38	139	Nhờ có Tổng bộ Việt Minh Phong trào giải phóng tinh mình mới cao
39	140	Nếu ai nấy đều hy sinh Thì ta lấy lại nước mình như chơi!
40	141	Càng hăng hái, càng xung phong Thì ngày cách mệnh thành công càng gần
41	142	Anh em binh lính ta ơi Bắn phăng Tây Nhật giành đời tự do
42	143	Muốn không bị vong diệt Phải đoàn kết vững bền!
43	144	Xin chúc Tổng bộ khang minh Để mà lãnh đạo chúng mình đấu tranh
44	145	Hy sinh, kiên quyết đấu tranh Làm cho tổ chức Việt Minh vững vàng
45	146	Mẹo quan lừa đất vào vòng Người cách mệnh quyết là không mắc lừa
46	148	Năm mới quyết làm cho nước mới, Non sông Hồng Lạc gấm thêm hoa!
47	149	1. Đoàn thể chính là chúng ta, 2. Việc ta, ta gánh ngời chờ đúng đâu?

TT	Số báo	Khẩu hiệu
48	150	Chém cha giặc Nhật giặc Tây Bao người đau khổ bởi mày xui ra
49	151	Muốn sống còn, Phải đoàn kết!
50	152	Năm mới, Chúc đồng bào nỗ lực!
51	152	Cứu đời có hội Việt Minh Dạy mình đoàn kết dạy mình đấu tranh
52	153	Thanh niên là chủ nước nhà, Phải cho oanh liệt mới là thanh niên!
53	154	Hỡi đồng bào! Hãy học tập tinh thần hy sinh phấn đấu của Hai Bà Trưng
54	156	Cơ hội giải phóng gần đến rồi Chúng ta nên chuẩn bị gấp!
55	157	Tây Nhật chuẩn bị giết ta Ta phải chuẩn bị giết chúng
56	158	Các ban chấp hành c.q! Nỗ lực
57	159	Chúng ta biết nhất trí, Cách mệnh quyết thành công!
58	160	Dân ta đánh thắng giặc Nguyên Cũng vì đoàn kết vững bền trước sau
59	161	Cũng như mạch máu trong người, Việc giao thông phải tứ thời lưu thông!
60	162	Muốn tránh khùng bố phải: Một là bí mật! Hai là bí mật! Ba là bí mật!
61	163	Muốn đánh Tây Nhật, phải biết tự vệ; Tự vệ có nên lực lượng mới bền!

TT	Số báo	Khẩu hiệu
62	164	Mỗi một xã phải tổ chức ngay ban xung phong chống khủng bố
63	165	Hội phí cần thống nhất, Đến kỳ nộp lập tức!
64	166	Các xã mau mau tổ chức: Ban xung phong chống khủng bố!
65	167	Đoàn thể đã cứu ta Thì ta phải yêu quý đoàn thể
66	168	Hỡi đồng bào! Hãy hết sức chuẩn bị vũ trang khởi nghĩa!
67	169	Hỡi anh chị em Nỗ lực chuẩn bị vũ trang khởi nghĩa!
68	170	Các dân tộc 1 Cứ liên hiệp mãi đoàn kết thêm Cứu lại non sông!
69	171	Giúp B.S tức giúp ta, Đội quân ấy mạnh là ta được nhờ!
70	172	Tiến lên vũ trang khởi nghĩa!
71	173	Hỡi đồng bào! Hãy chuẩn bị vũ trang khởi nghĩa để lấy lại nước nhà!
72	174	Muốn ăn quả phải trồng cây Muốn sung sướng phải ra tay giết thù!
73	176	Muốn đánh Tây Nhật, chúng ta chỉ trông vào lực lượng của ta!
74	177	Đức đã đến ngày chết rồi Vậy chúng ta phải chuẩn bị gấp!
75	178	Phải làm cho phong trào cách mệnh toàn quốc phát triển đều nhau thì mới mong thắng lợi!
76	179	Nga là tổ quốc của cách mệnh
77	180	Muốn sau sung sướng, Nay phải đấu tranh

TT	Số báo	Khẩu hiệu
78	181	Hồng quân thắng lợi vạn tuế! Liên bang Xô Viết vạn tuế!
79	182	Các xã mau mau tổ chức: Ban xung phong chống khủng bố!
80	183	Đồng bào tỉnh Châu Trinh! Hãy hết sức giúp đỡ cán bộ tỉnh Châu Trinh!
81	184	Hỡi thanh niên tỉnh B.C! Mau mau xung phong đi công tác xa!
82	185	Năm 1944 sẽ là năm tranh đấu quyết liệt Chúng ta phải chuẩn bị hy sinh phần đầu!
83	186	Chúng ta chào năm mới với tinh thần: Chuẩn bị hy sinh phần đầu!
84	187	Bí mật! Bí mật! Bí mật!
85	188	Tây Nhật càng khủng bố Chúng ta càng phải cố!
86	190	Đừng nghe những lời ngoạ quan, Chúng là bán nước buôn dân một đời Chúng là một bọn vô loài Giúp quân đế quốc giết người Việt Nam!
87	191	Tương lai sáng ngời Không sợ khủng bố, không sợ nguy hiểm khó khăn, nhắm thẳng tương lai rực rỡ mà tiến tới
88	192	Mặt trận Tây Âu đã lập rồi Ngày giờ giải phóng đến ai ơi! Mau mau chuẩn bị tinh thần để Cướp lấy non sông cứu giống nòi
89	193	Cán bộ địa phương phải ra sức giảng báo cho khắp!
90	194	Cơ hội chúng ta sắp đến!

TT	Số báo	Khẩu hiệu
		Chúng ta mau mau chuẩn bị
91	195	Cơ hội chúng ta sắp đến! Chúng ta mau mau chuẩn bị
92	199	Chanh! Chanh! Chanh! Nhà báo cần chanh Anh em ủng hộ cho nhanh!

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này kết hợp ba phương pháp: phân tích nội dung (Content Analysis), phân tích diễn ngôn (Discourse Analysis) và phân tích so sánh (Comparative Analysis). Để bảo đảm tính hệ thống, quá trình nghiên cứu được triển khai theo bốn bước cụ thể sau:

Bước 1. Thu thập dữ liệu: Toàn bộ khẩu hiệu được trích xuất từ báo *Thanh Niên* (1925-1930, 10 khẩu hiệu) và báo *Việt Nam độc lập* (1941 - 1945, 92 khẩu hiệu). Việc chọn mẫu dựa theo tiêu chí đã nêu ở mục 3.1.

Bước 2. Mã hóa đặc điểm khẩu hiệu: Các khẩu hiệu được mã hóa theo cấu trúc (câu mệnh lệnh, câu kêu gọi), vị trí xuất hiện (đầu bài, cuối bài, trang nhất), từ khóa chính (“độc lập”, “đoàn kết”, “vũ trang”...), cũng như yếu tố hình thức (đóng khung, in đậm, sử dụng dấu chấm than). Bảng thống kê được lập riêng cho từng tờ báo nhằm nhận diện các nhóm chủ đề nổi bật.

Bước 3. Phân tích diễn ngôn: Khám phá ý nghĩa ẩn sau ngôn từ và các chiến lược kiến tạo quyền lực diễn ngôn. Ví dụ, khẩu hiệu “Đồng bào ơi! Mau mau dậy cứu lấy nòi!” sử dụng đại từ xưng hô thân mật để tạo sự gần gũi, đồng thời khơi dậy tinh thần trách nhiệm tập thể và thúc đẩy hành động cách mạng.

Bước 4. Phân tích so sánh theo giai đoạn: Đối chiếu khẩu hiệu trên hai tờ báo nhằm nhận diện sự tiến hóa trong chiến lược truyền thông. Giai đoạn *Thanh Niên* (1925-1930) thiên về lý luận, định hướng trí thức trẻ; trong khi giai đoạn *Việt Nam độc lập* (1941-1945) lại dân gian hóa, giàu cảm xúc và trực tiếp vận động quần chúng rộng rãi.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Cấu trúc và nội dung thông điệp

Khẩu hiệu trên *Thanh Niên* (1925-1930) và *Việt Nam độc lập* (1941-1945) xoay quanh năm trục tư tưởng chính:

1. Độc lập dân tộc - khẳng định mục tiêu tối thượng là giành lại chủ quyền.
2. Xác định kẻ thù - vạch trần bản chất áp bức, bóc lột của thực dân, phát xít.
3. Đoàn kết toàn dân - kêu gọi sự liên hiệp giữa các giai tầng xã hội, các giới, các lứa tuổi.
4. Niềm tin vào thắng lợi - khẳng định tất yếu lịch sử và tinh thần lạc quan cách mạng.
5. Hướng dẫn hành động cụ thể - khởi nghĩa, vũ trang, tham gia Việt Minh.

Về cấu trúc, khẩu hiệu thường ngắn gọn, súc tích, sử dụng động từ mạnh và cách xưng hô trực tiếp (“Hỡi đồng bào!”, “Chị em ơi!”). Về nội dung, nhiều khẩu hiệu dân gian hóa bằng

thơ, ca dao, lũy Kiêu, nhờ đó dễ nhớ, dễ truyền khẩu.

Ví dụ tiêu biểu:

“An Nam độc lập muôn năm!” (*Thanh Niên*, số 1).

“Hỡi đồng bào! Hãy liên hiệp cố gắng của chúng ta lại! Hãy làm cách mạng để giành lại nước Nam!” (*Thanh Niên*, số 2).

“Hỡi các bạn thân yêu, chúng ta nên sớm đoàn kết lại! Hãy hợp lực để đòi quyền lợi và tự do của chúng ta!” (*Thanh Niên*, số 5).

“Việt Nam muốn độc lập thì phải cách mạng!” (*Việt Nam độc lập*, số 101).

“Tiến lên. Vũ trang khởi nghĩa!” (*Việt Nam độc lập*, số 172).

Một số khẩu hiệu còn sử dụng hình thức văn vần, lũy Kiêu, ca dao quen thuộc:

“Trăm năm trong cõi người ta. Có lòng yêu nước mới là người Nam” (*Việt Nam độc lập*, số 108).

“Dân ta phải biết sử ta, cho tường gốc tích nước nhà Việt Nam.” (*Việt Nam độc lập*, số 117).

4.2. Hình thức thể hiện

Một đặc điểm nổi bật là các khẩu hiệu thường được đặt ở đầu hoặc cuối bài viết, được in đậm hoặc đóng khung, giúp người đọc dễ dàng nhận diện và ghi nhớ. Kích thước khổ báo nhỏ và điều kiện in ấn thủ công càng làm tăng giá trị của những thông điệp súc tích này.

Hình thức khẩu hiệu có thể chia làm ba dạng chính:

Một là, khẩu hiệu chính luận: ngắn gọn, dứt khoát, mang tính hô hào trực diện (“Đả đảo chủ nghĩa đế quốc!”, “Thế giới vô sản giải phóng vạn tuế!”).

Hai là khẩu hiệu cảm xúc: dùng ngôn ngữ gợi cảm, ví von, hình ảnh (“Đồng bào ơi! Mau mau dậy cứu lấy nòi!”).

Ba là, khẩu hiệu dân gian hóa: thông qua việc sử dụng thơ lục bát, ca dao, về dân gian.

4.3. Hiệu quả vận động

Phân tích diễn ngôn cho thấy khẩu hiệu tác động của các khẩu hiệu thể hiện ở ba khía cạnh sau:

Về tư tưởng: giúp xác định mục tiêu cách mạng, xác lập kẻ thù và đề xuất phương hướng hành động.

Về cảm xúc: khơi dậy lòng căm thù giặc, lòng yêu nước, tinh thần lạc quan, niềm tin chiến thắng.

Về hành vi: thúc đẩy hành động tập thể như tham gia Việt Minh, chuẩn bị khởi nghĩa, đoàn kết giai cấp.

Khẩu hiệu đã biến báo chí trở thành vũ khí cách mạng, tác động nhanh, mạnh và sâu vào tâm lý đại chúng. Chỉ với vài từ ngắn gọn, khẩu hiệu nhưng mang sức truyền cảm hứng mạnh mẽ, góp phần định hướng hành vi và đoàn kết cộng đồng, trong điều kiện thiếu vắng các công cụ truyền thông hiện đại.

4.4. So sánh giữa hai tờ báo

Tiêu chí	Thanh Niên (1925-1930)	Việt Nam độc lập (1941-1945)
Đối tượng chính	Thanh niên trí thức	Quần chúng bình dân rộng rãi
Hình thức khẩu hiệu	Ngắn, chính luận	Dân gian hóa, ca dao, vè
Nội dung trọng tâm	Khơi dậy ý chí cách mạng	Kêu gọi khởi nghĩa, đoàn kết
Phong cách ngôn ngữ	Lý luận - chính trị	Hình ảnh - cảm xúc
Phương thức vận động	Lý trí, phản biện, dẫn chứng	Biểu tượng, ví von, cảm xúc

So sánh này cho thấy sự chuyển biến chiến lược truyền thông của Nguyễn Ái Quốc - từ lý luận hóa tầng lớp trí thức sang cảm xúc hóa tầng lớp bình dân, từ tư tưởng khởi động cách mạng đến vận động vũ trang đấu tranh. Sự thay đổi này chính là minh chứng cho khả năng nắm bắt thực tiễn và linh hoạt trong lãnh đạo tư tưởng bằng công cụ truyền thông.

5. Kết luận và kiến nghị

Bài viết đã làm rõ cách Nguyễn Ái Quốc sử dụng truyền thông một cách chiến lược qua hai tờ báo *Thanh Niên* và *Việt Nam độc lập*, đặc biệt qua hình thức khẩu hiệu như một công cụ truyền thông hiệu quả. Không chỉ thể hiện tư duy sắc bén về chính trị, mà còn cho thấy tầm nhìn về kỹ năng truyền thông đại chúng vượt thời đại.

Kết quả nghiên cứu không chỉ làm rõ thực tiễn truyền thông cách mạng ở Việt Nam, thúc đẩy xây dựng hệ thống khẩu hiệu truyền thông nhất quán trên nền tảng số (social media), để định hướng nhận thức và khơi gợi hành động cộng đồng một cách linh hoạt mà còn có ý nghĩa lý thuyết rộng hơn.

Ở cấp độ học thuật, nghiên cứu chứng minh khẩu hiệu là một hình thức truyền thông chính trị đặc thù, kết hợp ba nguyên tắc phổ quát: ngắn gọn - xúc cảm - hành động.

Ở cấp độ so sánh quốc tế, khẩu hiệu cách mạng Việt Nam có điểm tương đồng với phong trào giải phóng ở châu Phi (Fanon, 1963), nơi khẩu hiệu vừa là công cụ chính trị vừa là “đây liền kết cảm xúc” trong cộng đồng.

Tài liệu tham khảo

- Ban Tuyên giáo Trung ương. (2020). *95 năm báo chí cách mạng Việt Nam (1925-2020)*. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia Sự thật.
- Bảo tàng Cách mạng Việt Nam. (2005). *Báo Việt Nam độc lập 1941-1945*. Hà Nội: NXB Công an Nhân dân.
- Chiluwa, I. (2012). Social media networks and the discourse of resistance: A sociolinguistic CDA of Biafra online discourses. *Discourse & Society*, 23(3), 217-244. <https://doi.org/10.1177/0957926511433478>
- Fanon, F. (1963). *The wretched of the earth*. New York: Grove Press.
- Hồ Chí Minh. (2011). *Hồ Chí Minh toàn tập* (Tập 6). Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia Sự thật.
- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2012). *Propaganda and persuasion* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

- Ngô, T. H. M. (2025, June 5). Lời hiệu triệu cách mạng trên báo *Thanh Niên* và *Việt Nam độc lập*. *Báo Thanh Niên*. Truy cập từ <https://thanhnien.vn/loi-hieu-trieu-cach-mang-tren-bao-thanh-nien-va-viet-nam-doc-lap-185250605213931917.htm>
- Nguyễn, T. (2018). *Góp phần tìm hiểu Nguyễn Ái Quốc - Hồ Chí Minh*. Thành phố Hồ Chí Minh: NXB TP. Hồ Chí Minh.
- Nguyễn, T. S. (2002). *Báo Thanh Niên - tờ báo cách mạng đầu tiên do Nguyễn Ái Quốc sáng lập* (Khóa luận tốt nghiệp cử nhân báo chí). Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Trần, D. T. (1948). *Những mẫu chuyện về đời hoạt động của Hồ Chủ tịch*. Hà Nội: NXB Sự thật.
- V.I. Lênin. (2005). *V.I. Lênin toàn tập* (Tập 2). Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia Sự thật.