

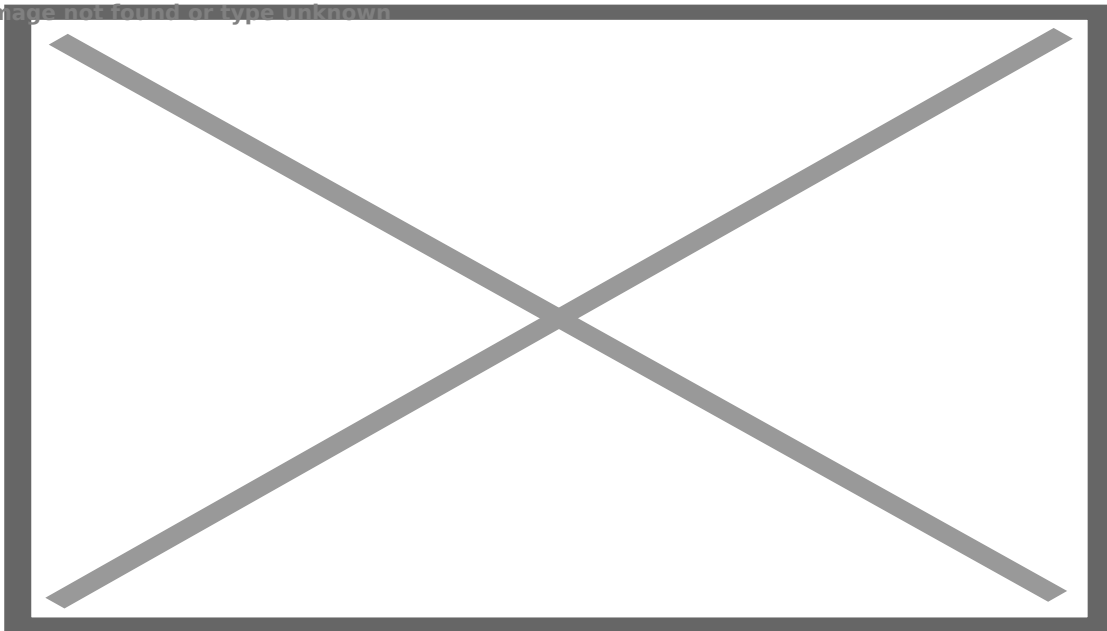
Báo điện tử Mỹ truyền thông hình ảnh chính khách

14:21 31/03/2017

Tác giả: Admin

Thời điểm bắt đầu chiến dịch tranh cử, nhiều người nghĩ ông Donald Trump khó có thể tiến xa trong các vòng bầu cử, chứ chưa nói đến chuyện được bầu làm Tổng thống Mỹ. Thế nhưng, không thể phủ nhận, phương thức truyền thông hình ảnh chính khách Mỹ vừa qua đã tạo sự “ồn ào” nhất trong lịch sử nước Mỹ, lan tỏa khắp toàn cầu.

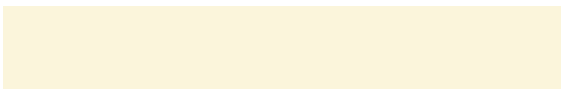
Image not found or type unknown



Tổng thống đương nhiệm Donald Trump

Báo chí và hình ảnh chính khách

Dù hoạt động trong lĩnh vực, ngành nghề nào, mỗi cá nhân đều cần tạo dựng hình ảnh cá nhân cho mình, tạo được mối thiện cảm với đối tượng tiếp nhận.



HÌNH ẢNH CHÍNH KHÁCH MỸ TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ



Về hình ảnh: Mỗi chính

khách đều được xuất hiện với những hình ảnh khác nhau.

Nếu độc giả nhìn thấy bà Hillary trong bộ trang phục lịch sự, sang trọng, một màu, ít họa tiết thì ông Donald Trump lại gây ấn tượng với những bộ vest, cà vạt to bản, màu sặc sỡ. Bà Hillary thường được “bắt hình” ở trạng thái tĩnh, nghiêm nghị, còn ông Donald Trump thường được chụp lại ở những khoảnh khắc mãi mê “hoa chân múa tay”.



Tranh minh họa, biếm

họa: Báo điện tử Mỹ sử dụng rất nhiều tranh minh họa và biếm họa trong thể loại bài bình luận, khiến các bài báo trở nên hấp dẫn và sắc sảo hơn. Những tấm hình lột tả được bản chất vấn đề, rất hài hước, thú vị. Trong các bài phân tích số liệu, so sánh đối chiếu, báo điện tử Mỹ cũng thường sử dụng biểu đồ để độc giả có thể hình dung rõ hơn về thông điệp của bài báo.



Video clip và audio:

Đặc biệt, với các chính trị gia - chính khách, những người thường xuyên tham gia hoạt động chính trị, tạo sức ảnh hưởng không nhỏ tới chính sách quốc gia và đòi hỏi đạt được lòng tin với đại đa số công chúng, càng cần phải chú ý tới hình ảnh của cá nhân. Với mục tiêu đó, ngoài các hoạt động chính trị, quan hệ đối nội, đối ngoại, báo chí chính là một kênh **truyền thông** hữu hiệu để hình ảnh cá nhân chính khách phủ rộng, tạo thiện cảm và sự ủng hộ từ người dân.

Trong suốt cuộc tranh cử Tổng thống Mỹ vừa qua, báo điện tử Mỹ đã ghi điểm ở tính nhanh chóng, tức thời, thông tin đầy đủ, cập nhật và tính tương tác cao, song cũng bộc lộ nhiều khuyết điểm “chết người” như sự thiên vị, tính định hướng sai. Cách thức hoạt động của báo điện tử Mỹ qua cuộc bầu cử tổng thống vừa qua khiến chúng ta phải đặt dấu hỏi về tính dân chủ, khách quan mà báo chí Mỹ vẫn thường tự hào.

Với tính đa phương tiện, khả năng đưa thông tin đầy đủ không giới hạn, và dễ dàng truy cập bất cứ nơi đâu, báo điện tử chính là một phương tiện hữu hiệu để những thông tin về chính khách Mỹ đến gần với công chúng nhanh hơn và đa chiều hơn.

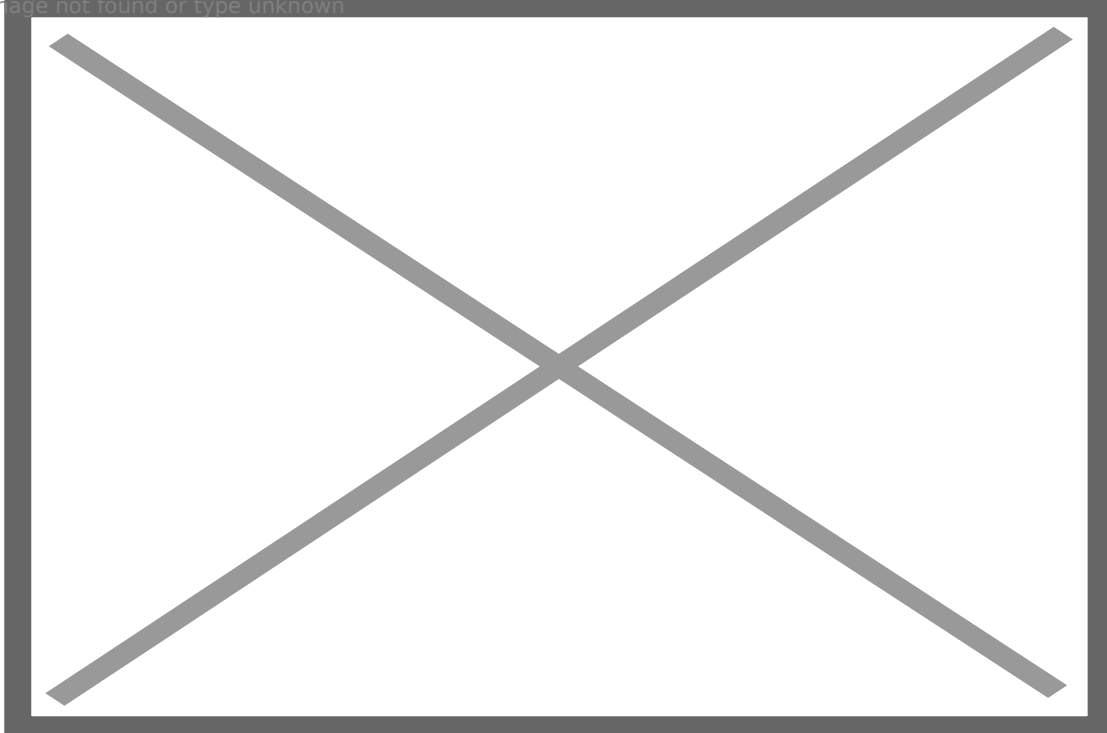
Hình ảnh chính khách Mỹ trên báo điện tử

Kết quả nghiên cứu của tác giả cho thấy, từ 1/10/2015 đến 31/10/2016, tờ New York Times đăng tải 8.416 bài báo có nội dung liên quan trực tiếp đến ông Donald Trump, 6.619 bài viết về bà Hillary Clinton và 4.012 bài viết về ông Barack Obama.

Cũng trong khoảng thời gian ấy, CNN đăng tải 2.911 bài báo có nội dung liên quan trực tiếp đến ông Donald Trump, 2.366 bài viết về bà Hillary Clinton và 572 bài viết về ông Barack Obama. Chỉ tính riêng chuyên mục Election 2016 của Bloomberg View, đã có tổng số 932 bài báo liên quan đến bầu cử. Trong đó, có 361 bài về ông Donald Trump (39%), 158 bài về bà Hillary Clinton (17%), 9 bài về ông Barack Obama (1%), 136 bài về các ứng cử viên tranh cử khác (14%), 240 bài về cuộc bầu cử nói chung (26%) và 28 bài thuộc nhóm đề tài khác (3%).

Điều đáng lưu ý, diễn biến các cuộc tranh luận, các cuộc gặp cử tri, những phát ngôn trên mạng xã hội của các chính trị gia đều được cập nhật kịp thời trên báo chí [truyền thông](#) Mỹ, qua đó có nhiều sự thật được phanh phui, hé lộ như vụ bê bối email cá nhân của bà Hillary Clinton, tình hình tài chính thực cùng những lời dối trá của ông Donald Trump. Nhiều bài bình luận sắc sảo của Bloomberg và The New York Times đều được ghi điểm bởi văn phong gần gũi, phóng khoáng, thu hút hàng ngàn lượt bình luận từ độc giả. Các báo điện tử Mỹ cũng tận dụng tối đa những ưu thế về đa phương tiện để trình bày thông tin và truyền tải tới độc giả một cách tốt nhất.

Image not found or type unknown



Cuộc tranh luận hôm 27/9/2016 của ông Donald Trump và bà Hillary Clinton

Một số vấn đề đặt ra

Tuy nhiên, báo chí Mỹ cũng bộc lộ khá nhiều hạn chế, đó là việc thất bại trong dự đoán người đắc cử tổng thống, thất bại trong việc hiểu người Mỹ nghĩ gì, đồng thời đặt ra dấu hỏi lớn về khả năng phân tích, dự đoán của kênh thông tin hữu hiệu này. Bởi thời điểm bắt đầu cuộc tranh cử, ông Donald Trump được coi là một trò đùa. Không ai nghĩ ông [Donald Trump](#) có thể đi xa được trong cuộc bầu cử, chứ chưa nói đến chuyện được nước Mỹ bầu làm tổng thống. Sát thời điểm bầu cử những poll của các tờ báo lớn như Bloomberg, đài ABC, Fox News, Reuters...đều cho thấy bà Hillary Clinton đang dẫn trước. Kết quả cuối cùng ông Donald Trump vẫn là người chiến thắng.

Phong cách làm báo salon của báo chí Mỹ cũng làm mất đi tính khách quan của báo chí. Báo chí Mỹ chỉ tập trung phỏng vấn những chính khách, người nổi tiếng, những người ở thành thị nghĩ gì về

cuộc bầu cử, trong khi cộng đồng người Mỹ gốc phi, người Mỹ gốc Latin, người trẻ, phụ nữ, người da trắng thất nghiệp không được lắng nghe một cách đầy đủ.

Chính điều này đã khiến báo chí không trả lời được câu hỏi: Tại sao người Mỹ da trắng lại ủng hộ ông Trump; Tại sao ông [Trump](#) nổi tiếng là một kẻ phân biệt giới tính, lại nhận được sự ủng hộ của phụ nữ vùng ngoại ô; Tại sao người Mỹ gốc Latin lại ủng hộ ông Trump, còn người Mỹ gốc Phi lại cảm thấy bị bà Hillary Clinton coi nhẹ.

Các phóng viên thường tập trung ở những buổi tranh luận hoặc vận động tranh cử. Họ hoàn toàn tách biệt với vùng nông thôn hoặc những thị trấn nhỏ của nước Mỹ và đưa tin một cách phiến diện. Đây là nguyên nhân khiến dân chúng Mỹ dần mất niềm tin vào hệ thống báo chí và truyền thông. Và đâu là bài học trong truyền thông hình ảnh chính khách qua sự kiện này?

Thứ nhất, khi viết về chính khách Mỹ, các tờ báo không chỉ giới hạn trong mục chính trị, kinh tế mà còn mở rộng ra cả thể thao và giải trí. Những thông tin hậu trường về việc ông Obama tổ chức tiệc Halloween như thế nào, các cháu gái của bà Hillary đến ủng hộ ra sao đều được báo chí khai thác. Đây là sự gọi mở một hướng đi mới cho những người làm báo: Thông tin hậu trường có thể giúp đưa hình ảnh chính khách đến gần với công chúng.

Thứ hai, báo điện tử nên có cách viết ngắn gọn, gần gũi với độc giả, đặc biệt là kỹ năng rút tít và chú trọng tính đa phương tiện của báo điện tử và các yếu tố như siêu liên kết, công cụ tìm kiếm... Ứng dụng này đặc biệt hiệu quả đối với hoạt động truyền thông hình ảnh chính khách, bởi đây là đề tài khá khô khan, đòi hỏi nhiều bình luận, phân tích.

Để phát huy tốt tính đa phương tiện của [báo mạng điện tử](#) cần có sự cải thiện về kỹ thuật, cơ sở hạ tầng gồm đường truyền, hệ thống máy móc và công nghệ. Sự ổn định về chất lượng truyền tải sẽ thu hút nhiều độc giả hơn. Thêm vào đó, phóng viên cũng cần học hỏi và làm quen với yêu cầu “đa năng” của công việc làm báo điện tử.

Thứ ba, các tờ báo cần có hệ thống tương tác giúp độc giả dễ dàng chia sẻ bài báo trên mạng xã hội: facebook hoặc twitter. Hệ thống chấm điểm bài bằng cách nhấn vào Recommend cũng được nhiều báo áp dụng.

Thứ tư, các tác giả nên được giới thiệu trang trọng với ảnh, tiểu sử văn tắt, link những bài viết gần nhất. Các tờ báo có thể cung cấp cho độc giả email công việc hoặc địa chỉ [facebook](#) của tác giả (khi được sự đồng ý của tác giả). Khi cần sửa bài, tòa soạn cần có thông báo cho bạn đọc: ngày sửa, giờ sửa, sửa nội dung gì. Điều này khiến độc giả cảm thấy được tôn trọng và tin tưởng tờ báo

hơn./.

Nguyễn Thị Quỳnh Trang

Link bài viết: <https://nguoiambao.vn/bao-dien-tu-my-truyen-thong-hinh-anh-chinh-khach>