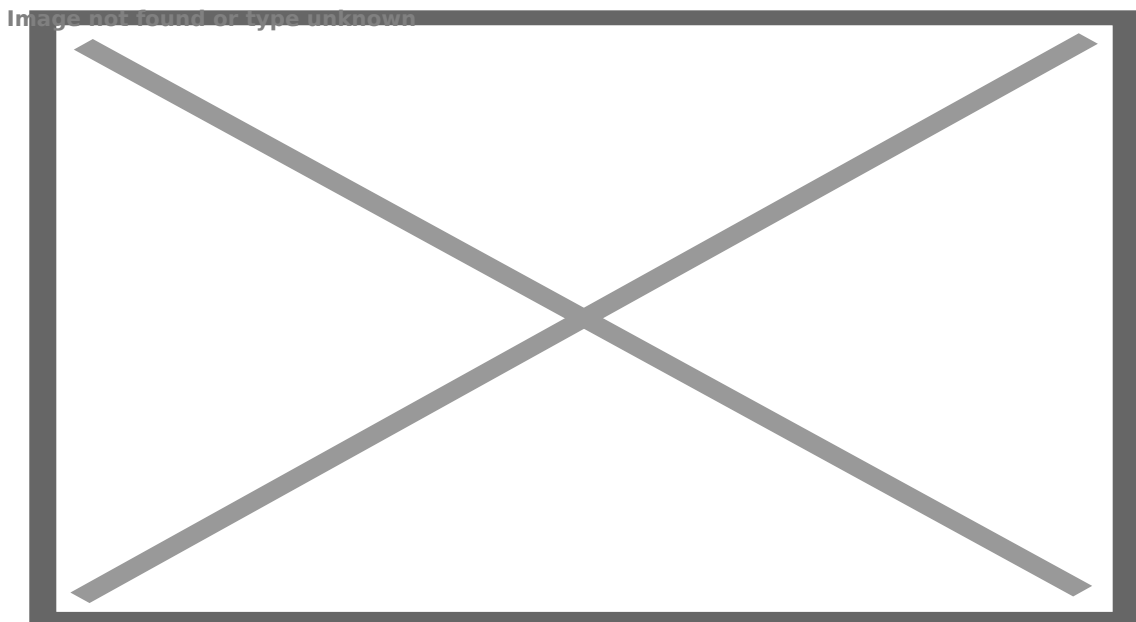


Truyền thông Mỹ với cuộc vận động tranh cử tổng thống

21:23 01/07/2016

Tác giả: Admin

Nước Mỹ hiện đang sôi động chuyện vận động tranh cử tổng thống và quốc hội giữa nhiệm kỳ. Chẳng còn bao lâu nữa, xứ này đắm chìm gần như hoàn toàn trong bầu không khí tranh cử, tranh cử bằng mọi cách thức và thủ đoạn, bằng mọi giá và ở mọi nơi, mọi lúc. Truyền thông đóng vai trò ngày càng quan trọng hơn trong mớ hỗn độn giữa các đảng phái chính trị, các ứng cử viên sử dụng truyền thông để vận động tranh cử và các phương tiện truyền thông tác động trực tiếp tới cuộc vận động tranh cử.



Cuộc tranh luận trên truyền hình của các ứng cử viên đảng Cộng hòa để chọn người đại diện của đảng ra tranh cử Tổng thống Mỹ, năm 2016. Ảnh: TL

“Cây gậy” mở đường

Năm 1858, hai ứng cử viên Tổng thống Mỹ là Abraham Lincoln và Stephen A. Douglas tranh luận công khai với nhau lần đầu tiên. Năm 1948, sóng phát thanh tường thuật trực tiếp lần đầu tiên cuộc tranh luận giữa các ứng cử viên; truyền hình trực tiếp diễn ra lần đầu tiên vào năm 1956. Ngày 26/9/1960, hai ứng viên là Richard Nixon thuộc Đảng Cộng hòa và John F. Kennedy của Đảng Dân chủ đã sử dụng triệt để truyền thông để tranh cử Tổng thống Mỹ.

Ngày nay thật khác. Truyền thông không chỉ vẫn được sử dụng làm diễn đàn và công cụ tranh cử

mà còn đóng vai trò ngày càng quyết định hơn. Công chúng biết rất rõ hãng truyền thông nào vận động tranh cử cho ai và các phương tiện truyền thông cũng tương tự rất rõ phải tác động như thế nào tới từng đối tượng. Ở nước Mỹ không có gì là bí mật khi Fox News, the Rush Limbaugh Show hay Drugde Report bị coi là “hãng truyền thông gia đình” của cánh hữu và bảo thủ. Tương tự như vậy với MSNBC, Huffington Post hay Daily Kos đối với cánh tả. Thời nay, ứng cử viên nào cũng phải có đội ngũ cố vấn và chuyên gia truyền thông thật sự chuyên nghiệp và năng động, phải có chiến lược thực thụ để chiếm lĩnh, kiểm soát và tận dụng truyền thông, để định hướng dư luận và tác động trực tiếp tới tâm lý và nhận thức của cử tri, để nói tốt cho mình và nói xấu đối thủ.

Nghệ thuật truyền thông

Cuộc vận động tranh cử năm nay ở nước Mỹ cũng như thế. Hiện tại mới chỉ ở giai đoạn bầu cử sơ bộ của Đảng Cộng hòa và Đảng Dân chủ để tiến tới lựa chọn ứng cử viên tổng thống của từng đảng. Truyền thông Mỹ mới chỉ tập trung hàng đầu và nhiều nhất vào cuộc “huynh đệ tương tàn” trong nội bộ từng đảng. Khốc liệt hơn và tổn kém hơn sẽ thấy ở thời kỳ hai ứng viên của hai đảng ganh đấu trực tiếp với nhau.

Dù vậy, truyền thông vẫn là diễn đàn tranh cử chính bên cạnh những hoạt động tranh cử khác. Báo chí, phát thanh, truyền hình, các trang web, mạng xã hội, trang blog... trực tuyến cũng như không trực tuyến, cố định cũng như di động đều bám sát đến mức độ ám ảnh công chúng và làm cho công chúng ở bất cứ nơi nào cũng đều có cảm giác như thể đang trực tiếp chứng kiến. Mọi góc cạnh và phương diện đều được đề cập, mọi bí mật và khoảng tối đều được lục lọi để soi rọi, mọi cách hiểu và suy diễn đều được tung ra. Quan điểm chính trị nhiều khi không được đào sâu soi xét bằng bí mật đời tư của cá nhân. Sai lầm trong quá khứ nhiều lúc được nhấn mạnh hơn cả năng lực chính trị hiện tại. Câu chữ hay ngôn từ lẽ tẻ không ít lần bị cố tình tách rời khỏi mạch suy nghĩ và thể hiện. Thông tin thật nhiều loạn với thông tin giả. Truyền thông bộc lộ rõ hơn khi nào hết tính hai mặt của nó khi đưa tin và trực tiếp tham gia vào cuộc vận động tranh cử ở Mỹ.

Đến hẹn lại lên

Bầu cử ở Mỹ, dù là bầu cử quốc hội giữa nhiệm kỳ hay tổng thống, bầu thượng nghị sỹ hay thống đốc bang, luôn là sự kiện chính trị xã hội nội bộ được quan tâm hàng đầu ở “xứ cờ hoa”. Điều này không có gì là khó hiểu, bởi các cuộc bầu cử này luôn đưa lại câu trả lời cho câu hỏi ai sẽ nắm quyền trong tương lai? quan điểm chính sách như thế nào và chúng tác động trực tiếp tới thân dân đến đâu? Giới truyền thông ra đời, tồn tại và hoạt động không phải để phục vụ cho bản thân nó mà phụ thuộc vào công chúng. Phải có diện đối tượng này thì nó mới có thể tồn tại và hoạt động được.

Cho nên nó phải tìm ra công chúng quan tâm đến cái gì để rồi tập trung nhằm vào sự quan tâm ấy của công chúng. Nó trở thành công cụ và phương cách để vận động tranh cử là như thế.

Nhưng một khi đã có được vai trò, tác động và ảnh hưởng, tức là đã gây dựng được cả thế lẫn lực, trong vận động tranh cử thì nó bắt đầu có thể khiến các ứng cử viên phải lụy nó và đủ điều kiện để tiến hành cuộc vận động tranh cử riêng. Nó tác động tới công chúng. Nó hậu thuẫn những phe cánh và cá nhân cùng hội cùng thuyền với nó và nó ràng buộc kẻ thắng cử phải phục vụ nó sau khi đã được nó giúp để thắng cử.

Tỷ phú Donald Trump, ứng cử cho Đảng Cộng hoà, hiện được giới truyền thông ở Mỹ để ý đến nhiều hơn cả. Nếu định lượng ra để so sánh thì mức độ dành cho ông Trump là 50% (ở ngoài nước Mỹ 37%), bà Hillary Clinton 14% và ông Bernie Sanders 12% (cả hai ứng cử cho Đảng Dân chủ và ở ngoài nước Mỹ gộp lại chỉ bằng ông Trump) và ứng cử viên Ted Cruz của Đảng Cộng hoà 9% (ở ngoài nước Mỹ 12%). Ba ứng cử viên khác của Đảng Cộng hoà là Ben Carson (đã thôi cuộc chơi), John Kasich và Marco Rubio bị truyền thông ở bên ngoài nước Mỹ sao nhãng gần như hoàn toàn. Những chủ đề nội dung tranh cử được truyền thông đề cập nhiều nhất và sâu rộng nhất ở Mỹ là chuyện đối nội như thuế má, y tế, bảo hiểm và phúc lợi xã hội, năng lượng, dầu khí, giáo dục, đào tạo, phá thai và nhập cư, trong khi ở bên ngoài nước Mỹ quan tâm nhiều hơn đến chống khủng bố và bình đẳng giới.

Một điều thú vị đáng chú ý nữa là truyền thông ở bên ngoài nước Mỹ nhìn nhận và đánh giá cuộc vận động tranh cử nói chung ở Mỹ theo hướng tiêu cực hơn so với truyền thông ở Mỹ, nhưng trong và ngoài không khác nhau nhiều về mức độ nhận xét, đánh giá tiêu cực, tích cực và trung lập về tất cả các ứng cử viên. Bên ngoài nhìn nhận các ứng cử viên của Đảng Cộng hoà không thân thiện bằng truyền thông ở bên trong nước Mỹ.

Cử tri Mỹ sẽ đi bỏ phiếu trong ngày 8/11 tới. Khi danh tính người đắc cử được công bố thì cũng là thời điểm dân Mỹ đồng thời có được câu trả lời cho câu hỏi hãng truyền thông nào đã thắng hay thua, đã đúng hay sai, đã có chiến lược thích hợp hay lệch lạc trong thông tin về vận động tranh cử và trực tiếp tham gia vào tranh cử./.

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/truyen-thong-van-dong-tranh-cu>