

Truyền thông xã hội giúp xây dựng hình ảnh một chính trị gia thành đạt trong đời sống chính trị Mỹ: Nghiên cứu trường hợp tranh cử Tổng thống của Donald Trump

PHẠM THỊ HUYỀN TRÂM

Đại học Quản lý Nhà nước Moskva, Liên bang Nga;
Email: huyentram140599@gmail.com

NGUYỄN VĂN NHU

Đại học Quản lý Nhà nước Moskva, Liên bang Nga;
Email: vannhugen@gmail.com

Tóm tắt: Truyền thông trong xã hội hiện đại không phải chủ đề mới nhưng luôn được quan tâm nghiên cứu bởi vai trò không thể thay thế đối với mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Trong hoạt động chính trị đương đại, truyền thông nói chung và truyền thông mạng xã hội nói riêng là công cụ quan trọng để các cá nhân, đảng phái sử dụng nhằm quảng cáo chính trị, truyền bá tư tưởng, thuyết phục công dân (cử tri), phổ biến pháp luật, chính sách. Mạng xã hội từ lâu đã được một số cá nhân và đảng phái chính trị khác nhau trên thế giới ưa thích sử dụng để tạo mối liên hệ gần gũi trực tiếp với cử tri (không thông qua trung gian), tuy nhiên để thực sự đạt được ảnh hưởng và thành công vang dội như trường hợp Donald Trump trong bầu cử Tổng thống ở Mỹ là điều không thường thấy trong quá khứ.

Từ khóa: Donald Trump; truyền thông; mạng xã hội; bầu cử Mỹ; 2024.

Năm 2024 là năm chứng kiến nhiều cuộc bầu cử lớn trên thế giới với gần một nửa dân số toàn cầu tham gia vào hoạt động này. Rất nhiều quốc gia ở hầu khắp các châu lục như: Mỹ, Anh, Liên minh châu Âu, Nga, Indonesia, Iran, Pakistan và nhiều quốc gia khác đã tổ chức bầu cử để chọn ra lãnh đạo mới cho đất nước. Trong lĩnh vực chính trị, bầu cử là một sự kiện chính trị rất quan trọng, nó thu hút sự chú ý và thậm chí thúc đẩy ý thức, trách nhiệm bản thân và trách nhiệm xã hội của số đông cử tri trong các nền dân chủ. Tuy nhiên, trong bối cảnh đó, đa phần các phương tiện truyền thông truyền thống như sách, báo chí không thực sự đáp ứng được kịp thời mối quan tâm của cử tri trong chính trường mỗi quốc gia. Ở giai đoạn này, nhu cầu thông tin của cử tri là rất lớn bên cạnh những đòi hỏi thông thường khác như: nhanh chóng, đầy đủ, kịp thời và chính xác. Lúc này, chỉ có thông qua các trang mạng xã hội toàn cầu (Facebook, Twitter, Instagram, Tik tok), cử tri mới thực sự có cơ hội theo dõi, cập nhật kịp thời những thông tin mà họ cho là cần thiết để làm căn cứ xác định lựa chọn lãnh đạo bảo vệ cho quyền và lợi ích của mình. Trong suốt 3 cuộc bầu cử Tổng thống Mỹ gần đây,

Donald Trump là một trong số ứng viên xây dựng rất tốt hình ảnh cá nhân trên các trang mạng xã hội lớn. Những điều đó có vai trò không nhỏ dẫn đến thắng lợi của ông trong các năm 2016 và 2024. Chính vì vậy, nghiên cứu về truyền thông mạng xã hội và cách mà Donald Trump tận dụng tối đa sức mạnh, ảnh hưởng của nó để thành công sẽ mang lại nhiều kinh nghiệm lý luận và thực tiễn có giá trị tham khảo cho các giai đoạn tiếp theo.

1. Truyền thông mạng xã hội tham gia sâu rộng vào đời sống chính trị Mỹ, đặc biệt là bầu cử Tổng thống Mỹ những năm gần đây

1.1. Trong các cuộc bầu cử năm 2016 và 2020

Có ý kiến cho rằng trong xã hội Mỹ, những giá trị quan trọng nhất là sự giàu có, thành công quyền lực và uy tín, nhưng không phải ai cũng có quyền hay cơ hội bình đẳng để có được⁽¹⁾. Tiếp nối lập luận trên, những ý kiến khác bổ sung thêm rằng xu hướng quảng cáo và quan hệ công chúng hiện nay chính là một hệ thống truyền thông tập trung vào việc lũng đoạn nhận thức người dân⁽²⁾. Phê phán tất cả những thực tại đó, năm 2016, Donald Trump đã xuất hiện như tiếng hét giận dữ của người dân, ông cáo buộc hệ thống chính trị và truyền thông

hiện tại bỏ mặc lợi ích của đa số nhân dân, thay vào đó chỉ tập trung lo cho lợi ích của thiểu số tinh hoa. Donald Trump đã chỉ trích không chỉ đối thủ chính trị và đảng Dân chủ đối lập, mà còn lên án cả những sai lầm của chính đảng Cộng hòa để giành được thiện cảm của cử tri Mỹ. Với sức mạnh của mình, truyền thông mạng xã hội không chỉ phát huy vai trò trong việc kết nối, chia sẻ thông tin mà nó còn là một "mặt trận" chính trị quan trọng trong các cuộc bầu cử Tổng thống Mỹ. Năm 2016, Donald Trump đã chiến thắng trước bà Hillary Clinton nhờ đạt được 304 phiếu đại cử tri trên 270 phiếu cần thiết theo luật. Ở Mỹ, việc xác định ứng cử viên giành chiến thắng trong cuộc đua vào Nhà Trắng không hoàn toàn phụ thuộc vào phiếu cử tri phổ thông mà nó được quyết định sau cùng bởi các phiếu đại cử tri. Điều này rất quan trọng bởi vì mặc dù chung cuộc, bà Hillary Clinton giữ 48,2% phiếu phổ thông so với 45,9% của Donald Trump, nhưng Trump vẫn giành chiến thắng dựa vào sự quyết định của phiếu đại cử tri ở những bang chiến lược⁽³⁾.

Trong cuộc phỏng vấn 60 minutes với CBS News, chính bản thân ông Trump cũng tuyên bố rằng sự hiện diện của ông trên các phương tiện truyền thông mạng xã hội đã đóng vai trò quan trọng trong chiến thắng của ông và ông sẽ tiếp tục sử dụng nó với tư cách là Tổng thống⁽⁴⁾. Việc đầu tư xây dựng hình ảnh "chính trị gia thành đạt" đặc biệt là trên các nền tảng mạng xã hội lớn như Twitter khi Trump sở hữu gần 10 triệu người theo dõi tính đến tháng 7 năm 2016, đây là tài khoản có số lượng người theo dõi nhiều nhất trong các ứng viên tranh cử⁽⁵⁾. Mặc dù đều tấn công và chỉ trích nhau tạo ra các cuộc xung đột, tuy nhiên, theo thống kê, Trump đã tấn công các đối thủ của mình thông qua mạng truyền thông xã hội (18,5%) so với (9,3%) của bà Clinton, điều này đã tác động rất lớn đến quyết định bầu cử của người dân⁽⁶⁾. Các học giả đã phát hiện ra rằng thói quen đăng trạng thái tweet trên mạng xã hội X có thể dẫn đến cảm xúc đồng hiện diện giữa Trump và các cử tri ủng hộ ông⁽⁷⁾. Các thiết kế đơn giản của Twitter ví dụ như các hashtag kí hiệu bằng (#) giúp phân loại chủ đề để người dùng dễ dàng tìm kiếm những thông tin họ muốn đọc, thông qua

đó, người dùng có thể tạo dựng nên môi trường ảo rộng rãi để những người có cùng quan điểm tham gia bàn luận về chính trị. Hashtag #MAGA (chữ viết tắt của Make American Great Again - đưa nước Mỹ vĩ đại trở lại) thường hay xuất hiện nhất trên các dòng tweet của Trump và đây cũng là khẩu hiệu chính của ông suốt chiến dịch tranh cử. Tuy nhiên, truy ngược lại quá khứ, ông Trump không phải người đầu tiên sử dụng khẩu hiệu tranh cử này. Năm 1980, Ronald Reagan đã sử dụng nó trong hành trình trở thành Tổng thống thứ 40 của nước này. Nhiều người cho rằng, việc Trump thường xuyên sử dụng mạng xã hội là thiếu chuyên nghiệp và chính Trump đã phản hồi lại rằng: "Việc tôi sử dụng mạng xã hội không phải là việc làm Tổng thống - mà việc của Tổng thống thời hiện đại là làm cho nước Mỹ vĩ đại trở lại"⁽⁸⁾. Ông đã đăng tải dòng tweet này trên trang cá nhân của mình để đáp trả những chỉ trích nói trên và đó cũng là bằng chứng chứng minh tầm quan trọng của truyền thông mạng xã hội trong chiến dịch tranh cử của ông. Theo số liệu thống kê của RiteTag, số liệu thống kê hàng giờ ước tính cho #maga chỉ riêng trên Twitter đã bao gồm 1046 tweet, 6.300.000 lần hiển thị hashtag và 3600 lần tweet lại với 12% tweet #maga bao gồm hình ảnh, 59% bao gồm liên kết và 52% bao gồm lượt đề cập⁽⁹⁾. Những số liệu này cho thấy, nếu không sử dụng mạng xã hội, không có bất cứ kênh truyền thông truyền thống nào có thể giúp thông điệp mà Trump gửi gắm đến nhanh và dễ dàng với cử tri Mỹ như các mạng xã hội trên.

Trong các chiến dịch tranh cử của mình, Trump đã khéo léo tận dụng truyền thông mạng xã hội, đặc biệt là các nền tảng như Twitter, Facebook để truyền tải trực tiếp thông điệp của mình và tạo ra những cuộc tranh luận nảy lửa nhằm thu hút sự chú ý và tham gia của các nhóm cử tri, từ đó, chiến dịch vận động của ông luôn có vị trí đặc biệt trên các nền tảng mạng xã hội. Trong buổi sáng sớm trước ngày diễn ra bầu cử năm 2016, Donald Trump đã đăng dòng tweet với khẩu hiệu "Make American Great Again" lên trang cá nhân của mình. Đây là khẩu hiệu quen thuộc được ông Trump sử dụng trong suốt chiến dịch của mình. Dòng tweet này có lẽ đã

truyền cảm hứng cho mọi người bỏ phiếu bầu ông vào những giây phút quan trọng. Trước giai đoạn nổi lên của chủ nghĩa dân túy do Tổng thống Donald Trump dẫn dắt, những lãnh đạo công khai ủng hộ chủ nghĩa dân túy ở nước này rất khó có thể giành được thắng lợi lớn ở cấp độ liên bang. Trong quá khứ, Ronald Reagan, Tổng thống của Đảng Cộng hòa sử dụng những lời hùng biện dân túy để đáp trả quan điểm của những người theo chủ nghĩa tự do và Chính phủ liên bang để nhận được ủng hộ của cử tri đã từng xảy ra⁽¹⁰⁾. Tuy nhiên, ông cũng không công khai ủng hộ lý thuyết dân túy.

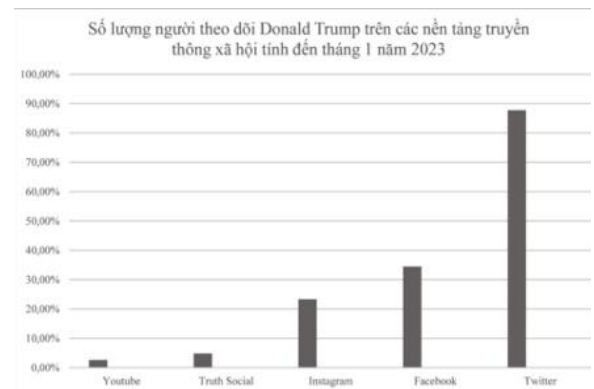
Mặc dù từng đóng vai trò quan trọng trong việc giúp Trump giành chiến thắng vào năm 2016, nhưng ngay cả như vậy, thất bại của ông trong cuộc bầu cử năm 2020 sau đó cũng có dấu ấn không nhỏ của những mạng xã hội kể trên. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 diễn biến nhanh và phức tạp, nước Mỹ đã từng có thời điểm bị tấn công dữ dội và trở thành nơi có tình trạng lây nhiễm tồi tệ nhất. Những tác động tiêu cực của dịch Covid-19 và các biện pháp ứng phó kém hiệu quả của chính quyền Trump là điểm trừ lớn thổi bay những nỗ lực nâng cao thành tích kinh tế mà ông xây dựng trong thời gian đầu nhiệm kỳ.

Chiến dịch tranh cử Tổng thống trong năm 2020 có nhiều điểm đặc biệt. Đáng chú ý là những thay đổi lớn khi mô hình vận động tranh cử trực tiếp bị hạn chế bởi dịch bệnh, trong bối cảnh đó, vận động trực tuyến trở nên phù hợp, phổ biến và thuận lợi hơn rất nhiều. Thấu hiểu tầm quan trọng của truyền thông mạng xã hội, Donald Trump một lần nữa đầu tư mạnh mẽ vào các nền tảng trực tuyến để thu hút cử tri ủng hộ cho mình. Tuy nhiên, không có nhiều thuận lợi như giai đoạn trước đó, trong thời điểm này, sức mạnh truyền thông xã hội lại không đem lại lợi thế cho ông như trong cuộc vận động bầu cử năm 2016. Cũng chính trên các nền tảng này, những kết quả quản lý yếu kém của ông đã bị phanh phui, đã khiến ông thua cuộc trong cuộc đua vào Nhà Trắng. Trong thời điểm này, mô hình và chiến lược truyền thông chính trị của Trump đã không đạt được thắng lợi; quyết định bỏ phiếu của cử tri được xác định khi họ có lòng tin rằng về ai là người có thể

điều hành đất nước hiệu quả và mang lại lợi ích thực sự cho họ.

1.2. Sự trở lại truyền thông mạng xã hội của Trump năm 2024

Năm 2024, Donald Trump lại một lần nữa quay lại "cuộc chạy đua" vào Nhà Trắng. Sau khi Tổng thống Joe Biden tuyên bố rút khỏi chiến dịch tranh cử Tổng thống và ủng hộ Phó tổng thống Kamala Harris, chiến trường Mỹ đã chính thức thuộc về bà Harris và ông Trump. Các nền tảng truyền thông mạng xã hội như Facebook, Twitter, Youtube, TikTok, Truth Social, Instagram lại một lần nữa nổi lên và trở thành công cụ đắc lực giúp Trump tạo ra ấn tượng với cử tri. Bên cạnh những sân khấu chính trị truyền thống, đáng chú ý là trong lần trở lại này, nhờ vào sự giúp đỡ của con trai, Trump đã tiếp cận được gần hơn tới cử tri trẻ thông qua một kênh truyền thông rất mới là Podcast. Cậu con trai út được cho là người đã dẫn dắt ông Trump vào thế giới podcast và những cuộc phát sóng trực tiếp, những điều này giúp cha của cậu thu hút nhiều cử tri trẻ tuổi để giành chiến thắng⁽¹¹⁾.



Biểu đồ thể hiện số lượng người theo dõi Donald Trump trên các nền tảng truyền thông xã hội tính đến tháng 1 năm 2023. Nguồn: Statista (2023)⁽¹²⁾.

Trump bước vào chiến dịch tranh cử năm 2024 với sự gia tăng lớn về số lượng người theo dõi trên rất nhiều nền tảng mạng xã hội truyền thông (Căn cứ vào dữ liệu biểu đồ trên). Truyền thông chính trị trên mạng xã hội đã mang lại cho ông Trump một sức mạnh truyền thông rất đặc biệt mà chưa chính trị gia nào khác trong lịch sử Mỹ từng khai thác được. Tuy nhiên, sự lạm dụng quá mức các nền

tầng này của ông đã góp phần gây chia rẽ xã hội Mỹ và kích động những người quá khích tham gia vụ bạo loạn tại Đồi Capitol năm 2021. Để khống chế tình trạng này và ngăn không cho Trump sử dụng nó để “kích động thêm bạo lực”, lãnh đạo Twitter đã tuyên bố khóa vĩnh viễn tài khoản của cựu Tổng thống Trump.

Ở cuộc tranh cử lần này có thể thấy rõ, Donald Trump đã đầu tư rất lớn vào công nghệ kỹ thuật số trên mạng xã hội và công việc đó còn nhận được sự hậu thuẫn rất lớn của các công ty truyền thông. Chiến dịch tranh cử lần này Trump đã sử dụng nền tảng TikTok, mặc cho ông đã từng phản đối nền tảng này. Đây là một nền tảng chia sẻ video trực tuyến thu hút nhiều cử tri trẻ tuổi sử dụng. Trong quá khứ, ông Trump từng lên án và chủ trương cấm nền tảng giải trí được hơn 170 triệu người Mỹ sử dụng với cáo buộc “môi đe dọa văn hóa, người dân Mỹ”, tuy nhiên, trong chiến dịch tranh cử 2024, ông lại thay đổi thái độ khi công khai ủng hộ nền tảng giải trí bằng video này bất chấp các lệnh cấm⁽¹³⁾. Mặc dù vậy, nhiều ý kiến cho rằng dù Trump không nhượng bộ bất cứ không gian nào và dù cho ông ấy đang cố gắng hết sức để tìm kiếm khán giả trên TikTok, nhưng ông không giành được sự ủng hộ của người trẻ trên mạng xã hội này khi những video chỉ trích Trump ngày càng nhiều hơn là ủng hộ. Theo Trung tâm nghiên cứu Pew, khoảng 55% người dùng TikTok tự nhận mình là đảng viên Dân chủ, so với 39% tự nhận mình là đảng viên Cộng hòa⁽¹⁴⁾ điều này gây khó khăn rất lớn đối với Trump khi cố gắng thu hút sự ủng hộ trên mạng xã hội TikTok. Cụ thể, một nguồn tin độc quyền của Newsweek với dữ liệu từ TikTok cho biết chiến dịch của ông Trump trên nền tảng đang bị lấn át bởi làn sóng nội dung chống lại ông. Trong vòng 2 tháng, hơn 15.300 video chỉ trích ông Trump, với tổng cộng 2.6 tỷ lượt xem, vượt xa 12.500 bài đăng theo chiều ngược lại hướng về bà Harris, với lượt xem chưa bằng một nửa⁽¹⁵⁾. Tuy nhiên, trong chiến dịch tranh cử năm 2024, với cách tiếp cận mới, Trump đã xây dựng được vị thế khác trên TikTok. Ông đã viết trên nền tảng Truth Social của mình: “Đối với tất cả những người muốn bảo vệ TikTok ở Mỹ, hãy bầu cho Trump!”⁽²⁰⁾.

Cuối cùng, nhờ tiếp cận đúng và tận dụng triệt để sức mạnh của mọi nền tảng mạng xã hội hiện đại, ông Trump đã đạt được lợi thế lớn và nó dẫn đến chiến thắng giúp ông trở thành Tổng thống thứ 47 của nước Mỹ trong năm 2024. Dựa trên số liệu được cung cấp ở bảng dưới đây, có thể thấy, ông Trump đã bỏ xa đối thủ chính trị của mình khi đạt được 312 phiếu đại cử tri để trở thành Tổng thống.

 Donald Trump Republican Party	312 phiếu đại cử tri 74.708.855 phiếu (50,5%)
 Kamala Harris Democratic Party	226 phiếu đại cử tri 70.980.347 phiếu (48%)
 Jill Stein Green Party	0 phiếu đại cử tri 699.200 phiếu (0,5%)
 Robert Kennedy Độc lập	0 phiếu đại cử tri 677.062 phiếu (0,5%)
 Chase Oliver Libertarian Party	0 phiếu đại cử tri 608.793 phiếu (0,4%)
 Ứng viên khác	0 phiếu đại cử tri 1.000.000 phiếu (0,7%)

Bảng thể hiện kết quả bầu cử Tổng thống Hoa Kỳ năm 2024. Nguồn: Hãng tin Associated Press (AP)

2. Khuyến nghị cho truyền thông chính trị ở Việt Nam

Truyền thông chính trị qua mạng xã hội hiện nay đã trở thành xu hướng tại một số quốc gia trên thế giới. Trong trường hợp Việt Nam, không gian này cũng có ảnh hưởng nhất định trong việc định hướng dư luận tích cực, tuyên truyền và phổ biến pháp luật đến nhân dân. Chính vì vậy, thông qua những phân tích về truyền thông chính trị ở Mỹ trong các nội dung trước, để đảm bảo phát huy vai trò tích cực của truyền thông mạng xã hội trong thời gian tới, Đảng và Nhà nước Việt Nam cần hết sức lưu ý một số nội dung sau:

Thứ nhất, truyền thông chính trị trên mạng xã hội ở Mỹ gặp rất nhiều thách thức khi tình trạng tin giả, tin sai sự thật, đặc biệt là các chiến dịch xuyên tạc từ những nguồn không rõ ràng xuất hiện và có xu hướng gia tăng. Để giữ vững môi trường truyền thông chính trị lành mạnh, việc xây dựng cơ chế để giám sát, kiểm duyệt và ứng phó nhanh, hiệu quả với các thông tin này rất quan trọng. Việt Nam cũng có thể học hỏi từ Mỹ về cách ngăn chặn và xử lý thông tin sai lệch để giữ gìn tính chính xác trong các hoạt động chính trị.

Để làm được điều đó, trước hết cần nâng cao nhận thức của người dân đặc biệt đối tượng trẻ vì đây là đối tượng tiếp cận dễ dàng và nhanh nhất với các nền tảng truyền thông xã hội. Theo số liệu thống kê: Tính đến năm 2024, Việt Nam có 78,44 triệu người dùng Internet. Ngoài ra, số lượng người dùng mạng xã hội cũng đạt con số 72,70 triệu, tương đương với 73,3% tổng dân số. Tổng số kết nối di động đang hoạt động là 168,5 triệu kết nối, tương đương với 169,8% tổng dân số. Các ứng dụng điển hình như Facebook có 72,7 triệu người dùng, YouTube có 63,00 triệu người dùng, Instagram có 10,90 triệu người dùng, TikTok có 67,72 triệu người dùng từ 18 tuổi trở lên tại Việt Nam^[47]. Bên cạnh đó, theo khảo sát cũng cho thấy, 82% trẻ em Việt Nam từ 12-13 tuổi sử dụng Internet hàng ngày, con số này ở lứa tuổi 14-15 là 93%⁽¹⁸⁾. Thực tế chứng minh, những người trẻ hiện đang sử dụng mạng xã hội thường xuyên hơn, đồng thời nhu cầu tìm kiếm và xử lý thông tin trên mạng xã hội ở đối tượng này cũng tương đối lớn. Chính vì thế, nhiệm vụ kiểm duyệt nội dung chính xác từ các nguồn chính thống trước khi tiếp cận đối tượng trẻ là vô cùng cần thiết. Bởi nếu không làm tốt, để thông tin sai lệch lan truyền sẽ rất dễ khiến cho một bộ phận người trẻ thiếu kiến thức, chưa vững vàng về tư tưởng và lập trường chính trị bị sa ngã, cuốn theo những luồng thông tin xuyên tạc, bịa đặt của các thế lực thù địch, phản động. Nếu điều này xảy ra, có thể gây nên những tác hại lớn đến sự phát triển của đất nước.

Thứ hai, ở một số quốc gia trên thế giới, việc chính trị gia và đảng phái chính trị tận dụng các nền tảng mạng xã hội để gia tăng tương tác trực tiếp với cử tri và quần chúng nhân dân đã trở thành xu thế. Ở Mỹ, các ứng viên thường sử dụng một số nền tảng mạng xã hội như Facebook, X (trước là Twitter), Instagram và TikTok để kết nối với công chúng. Thông qua các nền tảng này, họ có thể tạo dựng dễ dàng nội dung thảo luận gần gũi, có tính tương tác cao giúp thông điệp dễ tiếp cận và gần gũi với cử tri hơn. Đứng trước thực tiễn này, trong môi trường chính trị Việt Nam, Đảng và Nhà nước có thể vận dụng cách làm này để định hướng dư luận tích cực trong và ngoài nước, tuyên truyền về thành quả xây dựng, bảo vệ, phát triển đất nước và phổ

biến pháp luật, chính sách nhanh hơn, dễ tiếp cận hơn tới quần chúng nhân dân.

Thứ ba, để có thể làm tốt những nhiệm vụ kể trên, việc tăng cường sử dụng các nền tảng truyền thông mạng xã hội để tuyên truyền chính trị, củng cố niềm tin trong nhân dân cũng cần phải được thực hiện nhất quán. Thực tế, nội dung này đã được đề cập trong Văn kiện Đại hội XIII của Đảng, trong đó chỉ rõ phải: "Tăng cường quản lý và phát triển các loại hình truyền thông, thông tin trên Internet. Kiên quyết đấu tranh, loại bỏ các sản phẩm thông tin độc hại, xuyên tạc, phản động làm ảnh hưởng xấu đến chính trị - xã hội, thuần phong mỹ tục"^[49]. Trong bối cảnh cuộc cách mạng thông tin diễn ra nhanh chóng hiện nay, các cơ quan nhà nước cần cần nhắc thay đổi cách tuyên truyền và nghiên cứu về nhu cầu cập nhật thông tin của người dân như: sử dụng hình ảnh, video trực quan sinh động để có thể nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền chính trị - xã hội. Làm tốt điều đó sẽ tạo ra được nhiều thuận lợi trong việc truyền tải và lan tỏa thông tin tích cực đến với nhân dân.

Thứ tư, cần phải xây dựng khung pháp lý chặt chẽ đối với lĩnh vực truyền thông nói chung và truyền thông mạng xã hội nói riêng. Trong đó, cần phải chú trọng đến việc đầu tư vào phát triển công nghệ và nguồn nhân lực để nâng cao hiệu quả kiểm soát thông tin trên mạng xã hội, chọn lọc, kiểm duyệt và không để những thông tin sai lệch lan truyền mất kiểm soát ra bên ngoài. Ngoài ra, cũng cần phải phối hợp với các nền tảng mạng xã hội quốc tế như: Facebook, Youtube, Tiktok,... để thuyết phục, quy định các nền tảng này và người sử dụng phải tuân thủ các quy định về lĩnh vực thông tin theo đúng pháp luật Việt Nam.

Thứ năm, liên quan đến nhân lực truyền thông. Hiện nay môi trường việc làm liên quan đến truyền thông đang rất được ưa chuộng và phát triển ở Việt Nam. Chính vì vậy, việc nâng cao năng lực chuyên môn của những người làm truyền thông cũng cần phải được quan tâm. Trong đó, cần tích hợp, bổ sung đầy đủ kiến thức về giáo dục chính trị - xã hội vào các chương trình đào tạo truyền thông, việc này giúp người làm truyền thông hiểu rõ hơn bối cảnh

chính trị, lịch sử văn hóa và các yếu tố ảnh hưởng đến sự kiện để có thể đưa tin chính xác và khách quan. Bên cạnh đó, việc tổ chức các sự kiện, hội thảo chuyên sâu về truyền thông để trang bị kiến thức, kỹ năng phân tích vấn đề phức tạp, phản bác những thông tin sai lệch, từ đó, truyền tải thông tin tích cực, có chiều sâu và trách nhiệm hơn cũng cần được thực hiện thường xuyên.

Nhờ khéo léo sử dụng truyền thông chính trị trên mạng xã hội, Trump đã đạt được nhiều thành công vang dội trong chiến dịch tranh cử Tổng thống năm 2024. Ông đã thành công trong việc sử dụng truyền thông để khơi dậy sự bất mãn và cảm giác bị bỏ lại của một bộ phận cử tri, đặc biệt là những người lao động và những người cảm thấy bị bỏ rơi trong xã hội. Các chủ đề như nhập cư, chủ nghĩa dân túy đã tạo ra sự phân cực sâu sắc, tuy nhiên cũng đồng thời giúp ông thu hút sự hỗ trợ tối đa từ nhiều nhóm cử tri. Các chiến dịch của Trump đã giúp ông tạo ra một cộng đồng vững chắc trên mạng xã hội, nơi các thông điệp và nội dung thảo luận mà ông và cử tri quan tâm được chia sẻ và lan tỏa rộng rãi. Những điều đó đã giúp Trump thành công giao tiếp trực tiếp với người dân, tránh việc thông điệp của ông bị chỉnh sửa hay bóp méo qua các trung gian truyền thông./

(1) Robert K. Merton (1968), *Social Theory and Social Structure*, The Free Press, 1968.

(2) Bignell, Jonathan (2007), *Postmodern Media Culture*, pp 21-2.

(3) The New York times (2017), *2016 Presidential Election Results* / Kết quả bầu cử Tổng thống năm 2016, Sources: Election results from The Associated Press, Dave Leip's Atlas of U.S. Presidential Elections and David Wasserman of the Cook Political Repor, URL: <https://www.nytimes.com/elections/2016/results/president>, truy cập ngày 10/11/2024.

(4) CBS New (2016), *Trump says his social media power key to victory* / Trump nói sức mạnh truyền thông xã hội là chìa khóa chiến thắng, <http://www.cbsnews.com/news/president-elect-trump-says-social-media-played-a-key-role-in-his-victory/>, truy cập ngày 10/11/2024.

(5) Pew, Research Center (2016), *Campaigns as a Live News Source* / Chiến dịch như một nguồn tin tức trực tiếp, URL: http://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2016/07/PJ_2016.07.18_election-2016_FINAL.pdf, truy cập ngày 10/11/2024.

(6) Lee, Jayeon và Weiai Xu (2018), *More Attacks, More Retweets: Trump and Clinton's Agendas on Twitter* / Nhiều cuộc tấn

công hơn, nhiều lượt chia sẻ lại hơn: Chương trình Nghị sự của Trump và Clinton trên Twitter, *Journal of Public Relations*, p201-213.

(7) Oh, Chong (2013), *Customer Engagement, Word-of-Mouth and Box Office: The Case of Movie Tweets* / Tương tác với khách hàng, truyền miệng và phòng vé: Trường hợp của các dòng Tweets trong phim, *International Journal of Information Systems and Change Management*, p.338-352.

(8) Graham, Chris (2016), *Telegraph Media Group* / Nhóm mạng xã hội Telegram, www.telegraph.co.uk/news/2017/07/01/modern-day-presidential-donald-trump-defends-use-social-media/, truy cập ngày 10/11/2024.

(9) #MoveMe, a guide to social movements social media, <https://move.me.studentorg.berkeley.edu/project/maga/>, University of California, Berkeley, truy cập ngày 10/11/2024.

(10) White, J. K. (1988), *The new politics of old values*, Hanover: University Press of New England, p. 60

(11) Vũ Hoàng (2024), *Barron - cô gái 18 tuổi giúp ông Trump chinh phục giới trẻ* / <https://vnexpress.net/barron-co-gai-18-tuoi-giup-ong-trump-chinh-phuc-gioi-tre-4813913.html>, Báo điện tử Việt Nam Vnexpress, truy cập ngày 11/11/2024.

(12) Statista (2023), *Favorability of Donald Trump in the United States as of January 2023* / Mức độ ủng hộ Donald Trump tại Hoa Kỳ tính đến tháng 1/2023, <https://www.statista.com/statistics/1441232/donald-trump-favorability-us/>, truy cập ngày 12/11/2024.

(13) Linh Đan (2024), *Quốc tế nổi bật: Ông Donald Trump quay xe ủng hộ TikTok*, Tạp chí Công thương điện tử, <https://tapchicongthuong.vn/quoc-te-noi-bat-ong-donald-trump-quay-xe-ung-ho-tiktok-123747.htm>, truy cập ngày 11/11/2024.

(14) Pew Research Center (2024), *More Americans especially young adults are regularly getting news on TikTok* / Ngày càng nhiều người Mỹ, đặc biệt là thanh thiếu niên, thường xuyên nhận tin trên Tiktok, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/09/17/more-americans-regularly-get-news-on-tiktok-especially-young-adults/>, truy cập ngày 11/11/2024.

(15) Nhật Tường (2024), *Ông Trump thất thế trên TikTok* / Tạp chí Tri thức, <https://znnews.vn/ong-trump-that-the-tren-tiktok-post1505679.html>, truy cập ngày 11/11/2024.

(16) Tiểu Minh (2024), *Chiến thắng của ông Donald Trump có thể là phao cứu sinh cho TikTok?* / Chuyên mục công nghệ báo pháp luật Tp. Hồ Chí Minh, <https://plo.vn/ky-nguyen-so/chien-thang-cua-ong-donald-trump-co-the-la-phao-cuu-sinh-cho-tiktok-post819024.html>, truy cập ngày 11/11/2024.

(17) Datareportal (2024), *Digital 2024: Viet Nam* / Datareportal, <https://drive.google.com/file/d/1nLZkxqpZWPzCOFJaPkY-dzs59knS22AAX/view>, truy cập ngày 22/03/2025.

(18) Nam Phương (2024), *Trẻ em Việt Nam sử dụng mạng xã hội 5-7 giờ mỗi ngày* / Báo Dân trí điện tử, <https://dantri.com.vn/suc-khoe/tre-em-viet-nam-su-dung-mang-xa-hoi-5-7-gio-moi-ngay-20241004122731784.htm>, truy cập ngày 22/03/2025.

(19) Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII* / Nxb. Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội, tr.146.