

Truyền thông hình ảnh về Tổng Bí thư Tô Lâm trên báo Nhân Dân điện tử

Ngày nhận bài: 29/06/2025 | Ngày phản biện: 02/07/2025 | Ngày xuất bản: 08/07/2025

Tác giả: Dương Quốc Bình (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Truyền thông hình ảnh giữ vai trò đặc biệt quan trọng trong công tác tuyên truyền, góp phần thể hiện sinh động uy tín, phong cách và hoạt động lãnh đạo của các đồng chí lãnh đạo cấp cao, qua đó tăng cường niềm tin của nhân dân, củng cố sự thống nhất trong Đảng và sự đồng thuận trong xã hội. Trong giai đoạn từ tháng 8 đến tháng 12 năm 2024, hình ảnh Tổng Bí thư Tô Lâm được thể hiện trên báo Nhân Dân điện tử một cách trang trọng, nhất quán, phù hợp với định hướng chính trị – tư tưởng, phản ánh đầy đủ các mặt công tác lãnh đạo, chỉ đạo của đồng chí Tổng Bí thư trong nước và đối ngoại. Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ, việc nâng cao chất lượng truyền thông hình ảnh về lãnh đạo cấp cao cần tiếp tục được quan tâm toàn diện cả về nội dung, hình thức, đồng thời tăng cường phối hợp giữa các cơ quan quản lý báo chí, cơ quan báo chí và các cơ sở đào tạo báo chí – truyền thông nhằm phát huy vai trò của báo chí trong việc lan tỏa hình ảnh lãnh đạo, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và đáp ứng yêu cầu tuyên truyền trong tình hình mới.

1. Một số vấn đề lý luận

1.1. Vai trò của hình ảnh trong truyền thông chính trị

Truyền thông có thể định khung các vấn đề chính trị, tức là lựa chọn góc nhìn, nội dung, hình ảnh và cách nhấn mạnh thông tin, góp phần xây dựng hình tượng các nhà lãnh đạo và định hướng dư luận xã hội⁽¹⁾. Trong truyền thông chính trị hiện đại, hình ảnh giữ vị trí đặc biệt quan trọng, không chỉ trong việc thu hút sự chú ý của công chúng mà còn trong quá trình truyền tải thông điệp và định hình nhận thức xã hội về các giá trị chính trị. Nhờ đặc tính trực quan và khả năng khơi gợi cảm xúc mạnh mẽ,

hình ảnh có thể tạo ra tác động tức thời, góp phần củng cố uy tín và tăng cường niềm tin của nhân dân đối với các nhà lãnh đạo. Theo Lilleker (2019), hình ảnh chính trị đóng vai trò trung tâm trong việc tạo dựng sự chú ý và cảm xúc tích cực từ phía công chúng, qua đó nâng cao hiệu quả truyền thông và lan tỏa thông điệp một cách sâu rộng⁽²⁾.

Bên cạnh chức năng thông tin và tư tưởng, hình ảnh có vai trò tăng cường tính xác thực và mức độ tin cậy của các nội dung truyền thông chính trị. Hariman và Lucaites (2007) cho rằng, những hình ảnh mang tính biểu tượng không chỉ thể hiện hệ tư tưởng mà còn truyền tải tri thức xã hội, giúp thông điệp chính trị trở nên dễ tiếp cận và có sức thuyết phục sâu sắc⁽³⁾.

Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ, khi thông tin trên mạng xã hội có nguy cơ bị bóp méo, xuyên tạc, thì hình ảnh chính trị tiếp tục phát huy vai trò quan trọng trong việc định hướng dư luận, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và củng cố niềm tin của nhân dân đối với sự lãnh đạo của Đảng và Nhà nước.

1.2. Đặc điểm của truyền thông hình ảnh trong chính trị

Truyền thông hình ảnh trong lĩnh vực chính trị mang những đặc điểm riêng biệt, gắn liền với tính định hướng, tính biểu tượng và tính nhạy cảm cao của thông tin chính trị - xã hội. Đây là một bộ phận quan trọng trong hệ thống truyền thông đại chúng, có chức năng phục vụ tuyên truyền đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, góp phần nâng cao nhận thức chính trị và tạo dựng sự đồng thuận xã hội.

Thứ nhất, truyền thông hình ảnh chính trị mang tính chính thống và định hướng rõ nét. Hình ảnh của các đồng chí lãnh đạo được truyền tải trên các cơ quan báo chí phản ánh lập trường tư tưởng, quan điểm chính trị của Đảng. Tại Việt Nam, báo chí là tiếng nói của Đảng, Nhà nước và các tổ chức chính trị - xã hội, đồng thời là diễn đàn tin cậy của nhân dân. Do đó, truyền thông hình ảnh về các đồng chí lãnh đạo cấp cao, đặc biệt là Tổng Bí thư, có tính định hướng cao, góp phần khẳng định vai trò trung tâm của người đứng đầu Đảng trong việc hoạch định chiến lược phát triển và dẫn dắt đất nước.

Thứ hai, truyền thông hình ảnh chính trị có tính biểu tượng. Hình ảnh của nhà lãnh đạo không chỉ phản ánh hoạt động công vụ, mà còn được xây dựng như một biểu tượng của thể chế, của quốc gia và của lý tưởng phát triển dân tộc. Theo Corner và Pels (2003), hình ảnh chính trị hiện đại được thể hiện bằng cách tích hợp các yếu tố cảm xúc, biểu tượng và thẩm mỹ, qua đó giúp nhà lãnh đạo trở nên gần gũi hơn với công chúng⁽⁴⁾. Chính vì vậy, các yếu tố thị giác như trang phục, cử chỉ, bối cảnh, bố cục khung hình... thường được lựa chọn, sắp đặt một cách có chủ đích, nhằm bảo đảm sự phù hợp với thông điệp chính trị và góp phần định hình hình ảnh lãnh đạo trong nhận thức công chúng.

Thứ ba, truyền thông hình ảnh chính trị đòi hỏi tính nhất quán và duy trì dài hạn. Hình tượng lãnh đạo không thể tách rời quá trình truyền thông có chiến lược. Theo Lilleker (2006), một hình ảnh lãnh đạo ổn định và nhất quán góp phần củng cố niềm tin của công chúng, đồng thời gia tăng khả năng nhận diện thương hiệu chính trị⁽⁵⁾. Hình ảnh như vậy không chỉ khiến thông điệp chính trị dễ ghi nhớ mà còn tạo nền tảng vững chắc cho việc xây dựng sự ủng hộ lâu dài trong xã hội. Trong quá trình này, sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan lãnh đạo, quản lý báo chí - truyền thông, các cơ quan báo chí và đội ngũ những người làm báo đóng vai trò then chốt nhằm bảo đảm sự đồng bộ về thông điệp và hình ảnh của nhà lãnh đạo.

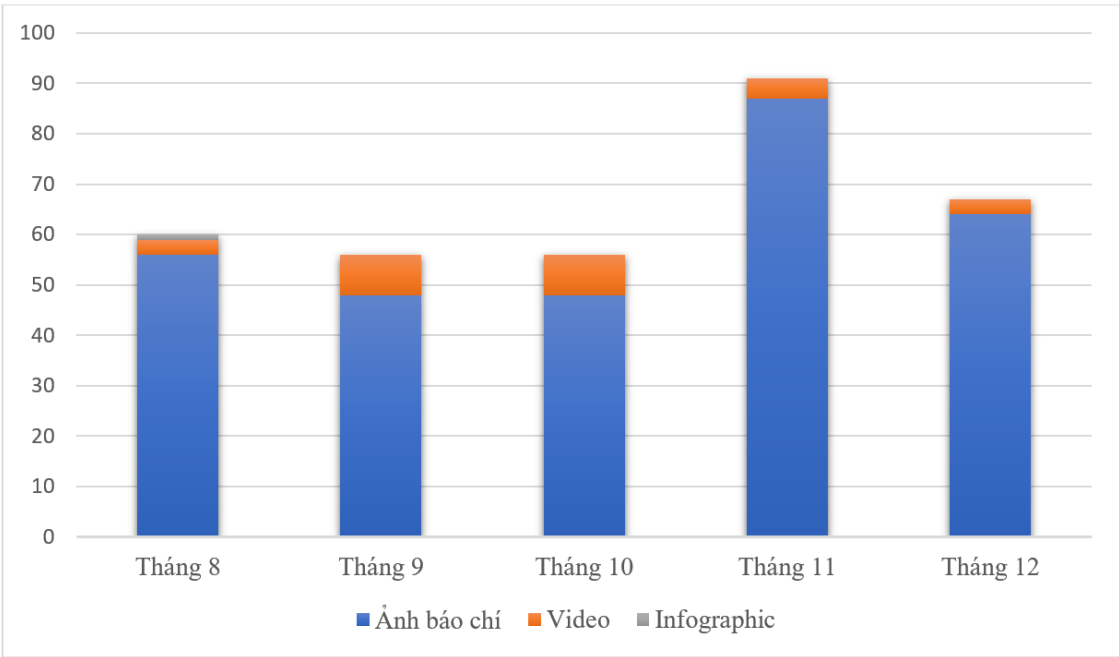
Thứ tư, truyền thông hình ảnh chính trị cần phát huy tính kịp thời, linh hoạt và khả năng tích hợp đa phương tiện trong môi trường truyền thông số. Việc kết hợp các hình thức như ảnh báo chí, video và infographic nâng cao hiệu quả truyền tải thông tin, giúp mở rộng mức độ lan tỏa, tạo điều kiện để hình ảnh nhà lãnh đạo đến gần hơn với các tầng lớp nhân dân.

2. Thực trạng truyền thông hình ảnh về Tổng Bí thư Tô Lâm

2.1. Tần suất xuất hiện

Từ tháng 8 đến tháng 12 năm 2024, báo Nhân Dân điện tử đăng tải tổng cộng 330 tin, bài có sử dụng hình ảnh Tổng Bí thư Tô Lâm, chiếm khoảng 1,3% trên tổng số hơn 25.000 bài viết trong cùng kỳ. Tháng 11 ghi nhận tần suất cao nhất với 91 bài, gắn với nhiều sự kiện chính trị – xã hội quan trọng.

Hình ảnh Tổng Bí thư xuất hiện chủ yếu dưới dạng ảnh báo chí, bên cạnh 26 video clip và 1 infographic. Trong đó, ảnh báo chí chiếm số lượng , được chia thành hai nguồn chính: ảnh từ Thông tấn xã Việt Nam và ảnh do báo Nhân Dân trực tiếp thực hiện.



Biểu đồ: Số lượng tác phẩm báo chí sử dụng hình ảnh Tổng Bí thư Tô Lâm từ tháng 8 đến tháng 12 năm 2024

Về cách thức trình bày, hình ảnh Tổng Bí thư thường được đặt ở vị trí trang trọng, nổi bật ngay đầu bài viết nhằm tạo điểm nhấn thị giác và thu hút sự chú ý của độc giả. Một số bài viết dạng eMagazine sử dụng ảnh toàn màn hình, kết hợp với bố cục hiện đại và hiệu ứng thị giác, góp phần nâng cao trải nghiệm tiếp nhận thông tin. Mặc dù không xuất hiện với mật độ dày đặc, nhưng hình ảnh luôn được tuyển chọn kỹ lưỡng, bảo đảm tính biểu tượng, độ chính xác và phù hợp với định hướng chính trị - tư tưởng của báo Nhân dân.

2.2. Nội dung truyền tải

Kết quả khảo sát cho thấy, hình ảnh Tổng Bí thư Tô Lâm trên báo Nhân Dân điện tử được sử dụng để phản ánh sáu nhóm nội dung chính: (1) Thực hiện chức năng lãnh đạo Đảng; (2) Thực hiện hoạt động đối ngoại; (3) Trong vai trò Bí thư Quân ủy Trung ương; (4) Trong vai trò Trưởng Ban Chỉ đạo Trung ương về phòng, chống tham nhũng, tiêu cực; (5) Trong vai trò Đại biểu Quốc hội; và (6) Trên tư cách cá nhân.

Trong đó, hai nhóm nội dung chiếm tỷ trọng lớn nhất là Lãnh đạo Đảng (51,52%) và Hoạt động đối ngoại (36,67%). Bốn nhóm nội dung còn lại chỉ chiếm tổng cộng khoảng 11% số tin, bài có sử dụng hình ảnh Tổng Bí thư.

- Thực hiện chức năng lãnh đạo Đảng: Hình ảnh thường ghi lại Tổng Bí thư trong các cuộc họp quan trọng của Bộ Chính trị, Ban Chấp hành Trung ương và trong các chuyến công tác tại các địa phương. Hình ảnh chủ yếu thể hiện Tổng Bí thư đang phát biểu, chỉ đạo tại hội trường, qua đó nhấn mạnh vai trò lãnh đạo cao nhất của Đảng, đồng thời thể hiện sự quyết đoán và tầm nhìn chiến lược trong điều hành đất nước của Tổng Bí thư.

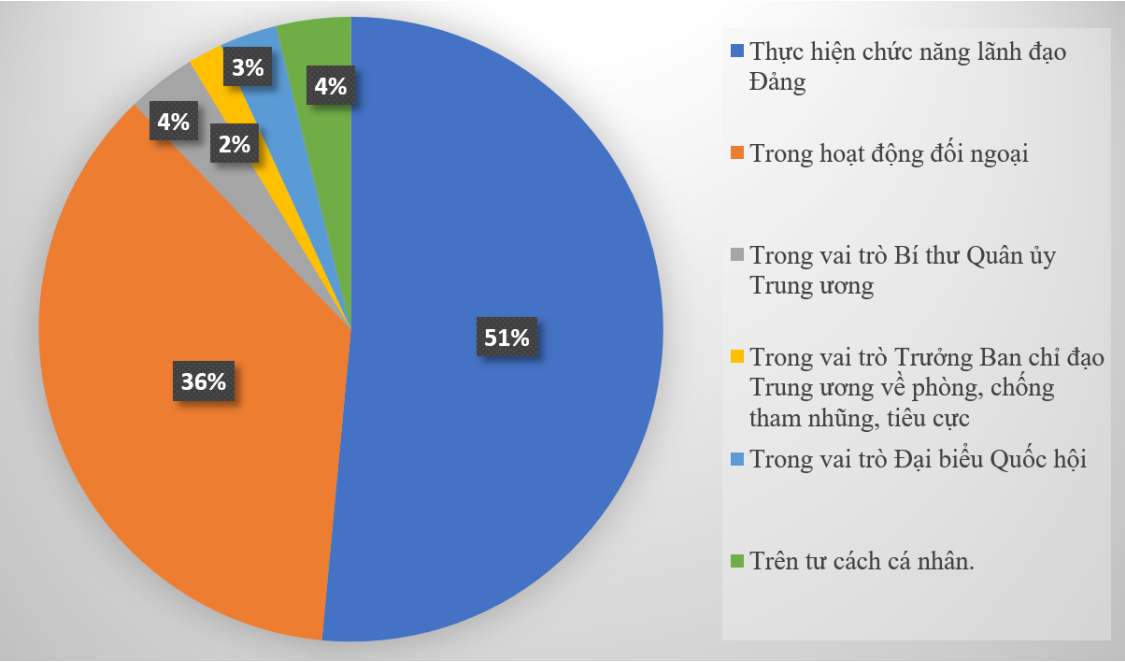
- Thực hiện hoạt động đối ngoại: Hình ảnh thể hiện Tổng Bí thư tham dự các sự kiện đối ngoại cấp cao như tiếp nguyên thủ các quốc gia, ký kết hợp tác quốc tế, hội đàm song phương, hoặc thực hiện các chuyến thăm chính thức nước ngoài. Cách bố cục hình ảnh thể hiện sự cân bằng ngoại giao, đặt Tổng Bí thư ở vị trí trung tâm, ngang tầm với lãnh đạo các quốc gia đối tác, qua đó phản ánh vị thế và thiện chí của Việt Nam trên trường quốc tế.

- Trong vai trò Bí thư Quân ủy Trung ương: Hình ảnh thể hiện Tổng Bí thư tại các hội nghị quân sự, các cuộc làm việc với Bộ Quốc phòng hoặc trong các chuyến thăm đơn vị quân đội, qua đó khẳng định vị trí chỉ huy tối cao của Tổng Bí thư về mặt chính trị đối với Quân đội nhân dân Việt Nam.

- Trong vai trò Trưởng Ban Chỉ đạo Trung ương về phòng, chống tham nhũng, tiêu cực: Hình ảnh thường gắn với phát biểu mạnh mẽ, quyết liệt tại các cuộc họp của Ban Chỉ đạo Trung ương, thể hiện thông điệp nhất quán của Đảng về quyết tâm phòng, chống tham nhũng "không có vùng cấm, không có ngoại lệ". Những khung hình này góp phần củng cố niềm tin của nhân dân đối với công cuộc chỉnh đốn Đảng và xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa.

- Vai trò Đại biểu Quốc hội: Hình ảnh phản ánh Tổng Bí thư trong các hoạt động giám sát, tiếp xúc cử tri, khảo sát thực tế tại các địa phương, khu công nghiệp, trung tâm văn hóa – xã hội; qua đó thể hiện tinh thần sâu sát cơ sở, lắng nghe nguyện vọng nhân dân và thể hiện trách nhiệm trước cử tri, dù ở cương vị lãnh đạo cao nhất.

- Trên tư cách cá nhân: Hình ảnh ở nhóm này xuất hiện rất ít, chủ yếu là ảnh chân dung đi kèm các bài viết chính luận hoặc thư ngỏ do Tổng Bí thư gửi tới cán bộ, đảng viên. Không xuất hiện hình ảnh đời thường theo lối tiếp cận cá nhân hóa phổ biến ở truyền thông phương Tây, phù hợp với truyền thống báo chí chính trị Việt Nam lấy chính thể làm trung tâm thay vì cá nhân.



Biểu đồ: Tỷ lệ các nội dung của hình ảnh Tổng Bí thư Tô Lâm trên báo Nhân dân điện tử từ tháng 8 đến tháng 12 năm 2024

Nhìn chung, nội dung hình ảnh Tổng Bí thư Tô Lâm trên báo Nhân Dân điện tử phản ánh đầy đủ các mặt công tác, được lựa chọn một cách chủ đích, nhất quán với định hướng chính trị - tư tưởng. Hình tượng nhà lãnh đạo được xây dựng vừa thể hiện rõ uy tín, bản lĩnh, quyết tâm lãnh đạo đất nước, vừa toát lên phong cách gần gũi, giản dị, gắn bó với nhân dân và có tầm ảnh hưởng quốc tế.

2.3. Hình thức thể hiện

2.3.1. Ảnh báo chí

Hình ảnh Tổng Bí thư Tô Lâm đăng trên báo Nhân Dân điện tử phần lớn thuộc thể loại ảnh báo chí, với bố cục và ngôn ngữ thị giác tuân theo chuẩn mực truyền thông chính trị. Trong số 330 bài viết được khảo sát, ảnh chân dung và ảnh minh họa sự kiện chiếm phần lớn, thể hiện qua ba đặc điểm chính:

- **Bố cục:** Trung cảnh là cỡ cảnh phổ biến nhất (47,13%), cho phép thể hiện cả biểu cảm nhân vật và một phần không gian bối cảnh. Tiếp theo là toàn cảnh (33,67%) nhằm nhấn mạnh tính trang trọng, và cận cảnh (16,21%) để đặc tả biểu cảm hoặc khoảnh khắc quan trọng. Góc máy chủ yếu là **góc trực diện** (80,8%) với độ cao ngang tầm mắt (91,27%), tạo cảm giác chính trực, gần gũi nhưng không làm giảm đi sự trang nghiêm. Vị trí nhân vật trong khung hình thường là trung tâm (61,6%), đôi khi lệch phải, theo quy tắc thị giác tự nhiên.

Cỡ cảnh	Số lượng	Tỷ lệ
Cận cảnh	65	16,21%
Trung cảnh	201	47,13%
Toàn cảnh	135	33,67%
Vị trí máy ảnh	Số lượng	Tỷ lệ
Trực diện	324	80,80%
Bên lề	77	19,20%
Sau lưng	0	0%
Độ cao máy ảnh	Số lượng	Tỷ lệ
Thấp	16	3,99%
Ngang	366	91,27%
Cao	19	4,74%
Vị trí Tổng Bí thư	Số lượng	Tỷ lệ
Bên trái	63	15,71%
Trung tâm	247	61,60%
Bên phải	91	22,69%

Bảng: Bố cục ảnh báo chí về Tổng Bí thư Tô Lâm

- **Ngôn ngữ cơ thể:** Tổng Bí thư thường được ghi lại trong trạng thái đang phát biểu hoặc tương tác. Có tới 64,59% hình ảnh thể hiện khẩu hình mở (nói hoặc cười), 51,87% ghi nhận có cử chỉ tay, và 66,83% trong tư thế đứng hoặc di chuyển. Các yếu tố này góp phần tạo nên hình ảnh một nhà lãnh đạo chủ động, thân thiện, và giàu

năng lượng.

Ánh mắt	Số lượng	Tỷ lệ
Nhìn vào ống kính	114	16,21%
Không nhìn ống kính	287	47,13%
Khẩu hình	Số lượng	Tỷ lệ
Mở	259	64,59%
Đóng	142	35,41%
Cánh tay	Số lượng	Tỷ lệ
Có cử chỉ	208	51,87%
Không có cử chỉ	193	48,13%
Cơ thể	Số lượng	Tỷ lệ
Đứng/Đi lại	268	66,83%
Ngồi	133	33,17%

Bảng: Ngôn ngữ cơ thể của Tổng Bí thư Tô Lâm trên ảnh báo chí

2.3.2. Video

Video không phải là hình thức thể hiện chủ đạo trong truyền thông hình ảnh Tổng Bí thư trên báo Nhân Dân điện tử. Chỉ có 26/330 bài viết sử dụng video, chủ yếu mang tính chất tường thuật sự kiện hoặc trích đoạn phát biểu.

- **Bố cục:** trung cảnh chiếm ưu thế, thường là các cảnh “cận cảnh đến ngực” quen thuộc trong tin tức truyền hình, vừa đảm bảo thể hiện rõ nhân vật chính vừa giữ được bối cảnh xung quanh. Cảnh toàn được sử dụng khi cần giới thiệu không gian sự kiện, như tại các hội nghị quốc tế hoặc lễ đón chính thức. Góc máy chủ yếu là ngang tầm mắt, tạo cảm giác gần gũi và trang nghiêm, trong khi góc thấp chỉ xuất hiện hạn chế ở các bối cảnh đặc biệt như phát biểu từ bục. Góc cao gần như không dùng khi tập trung vào Tổng Bí thư, nhưng có thể xuất hiện trong các cảnh quay toàn cảnh có đông người tham dự. Về vị trí trong khung hình, Tổng Bí thư thường được đặt ở trung tâm trong các cảnh trang trọng. Một số cảnh sử dụng quy tắc 1/3 hoặc bố cục đối thoại,

nhằm đảm bảo sự cân đối và tôn vinh vai trò trung tâm của nhà lãnh đạo trong khung hình.

- **Ngôn ngữ cơ thể:** Ánh mắt thường trực diện khi phát biểu trước công chúng, hoặc chăm chú khi lắng nghe trong các cuộc họp, thể hiện sự gắn kết và tôn trọng. Khẩu hình giữ nét nghiêm túc, chỉ nở nụ cười trong các tình huống ngoại giao hoặc tương tác thân thiện. Cử chỉ được kiểm soát, chủ yếu để nhấn mạnh thông điệp hoặc thể hiện sự thân thiện như bắt tay. Tư thế luôn thẳng và đỉnh đạc, tạo cảm giác uy nghiêm và tự tin, đôi khi hơi nghiêng người về phía trước khi lắng nghe để thể hiện sự chú ý và tham gia tích cực.

2.3.3. Infographic

Infographic chỉ xuất hiện trong 1/330 bài khảo sát, cụ thể là bài viết giới thiệu tiểu sử Tổng Bí thư sau khi nhậm chức. Điều này cho thấy hình thức đồ họa vẫn chưa được khai thác thường xuyên trong truyền thông hình ảnh về lãnh đạo cấp cao. Nguyên nhân có thể đến từ yêu cầu chính trị về độ chuẩn xác, sự trang trọng và tính thống nhất hình tượng, khiến các thể nghiệm thị giác mới mẻ như infographic chưa được ưu tiên áp dụng tại báo Nhân dân.

2.4. Đánh giá thực trạng truyền thông hình ảnh về Tổng Bí thư Tô Lâm

2.4.1. Ưu điểm

Báo Nhân Dân điện tử đã thể hiện hình ảnh Tổng Bí thư Tô Lâm một cách nhất quán, toàn diện và có định hướng chiến lược. Việc xây dựng hình ảnh lãnh đạo cao nhất của Đảng gắn liền với thông tin chính thống, đảm bảo tính biểu tượng và định hướng tư tưởng, qua đó góp phần củng cố vai trò lãnh đạo của Đảng và Nhà nước, đồng thời tạo sự đồng thuận trong xã hội.

Về nội dung, báo phản ánh đầy đủ các hoạt động đối nội, đối ngoại, công tác xây dựng Đảng và tiếp xúc với nhân dân, thể hiện một nhà lãnh đạo sâu sát thực tiễn, tận tâm với sự phát triển đất nước. Hình ảnh Tổng Bí thư luôn gắn với những vấn đề lớn của quốc gia, mang tính tư tưởng rõ nét và cho thấy một tầm nhìn chiến lược. Các thông tin được chọn lọc kỹ, kết hợp bài viết với hình ảnh, video và đồ họa, giúp truyền

thông trở nên sống động và dễ tiếp cận.

Về hình thức, các tác phẩm báo chí có bố cục rõ ràng, trình bày hiện đại và phù hợp với xu hướng tiếp cận đa phương tiện. Hình ảnh và video được sử dụng hiệu quả để truyền tải cảm xúc, thái độ, phong cách lãnh đạo của Tổng Bí thư, tạo nên trải nghiệm chân thực và tin cậy cho người xem. Tính trang trọng, chính xác và thẩm mỹ luôn được bảo đảm trong từng khung hình và cách bố trí trên giao diện số.

Những kết quả này có được nhờ sự phối hợp hiệu quả giữa các cấp quản lý báo chí, cơ chế kiểm duyệt chặt chẽ và đội ngũ phóng viên, biên tập viên có năng lực. Ban biên tập báo Nhân Dân điện tử cũng linh hoạt trong tổ chức nội dung, phát huy sáng tạo và ý thức chính trị của đội ngũ. Đây là nền tảng quan trọng giúp truyền thông hình ảnh Tổng Bí thư đạt hiệu quả cao cả về mặt chính trị và truyền thông đại chúng.

2.4.2. Hạn chế

Báo Nhân Dân đã phát huy vai trò là kênh thông tin chính thống, thể hiện nhất quán hình ảnh Tổng Bí thư Tô Lâm với tinh thần chuẩn mực, trang trọng và chặt chẽ về mặt chính trị - tư tưởng. Tuy nhiên, từ góc nhìn phân tích truyền thông, có thể ghi nhận một số điểm còn hạn chế nhất định về sự đa dạng và chiều sâu hình ảnh.

Về nội dung, hình ảnh Tổng Bí thư chủ yếu xuất hiện trong các bối cảnh chính trị - ngoại giao cấp cao như hội nghị, lễ đón, họp Bộ Chính trị, tiếp xúc cử tri... Các dạng bài và hình ảnh tập trung nhấn mạnh vai trò lãnh đạo, tầm vóc quốc tế và phong cách chỉ đạo kiên quyết. Mặc dù đây là lựa chọn hợp lý về mặt định hướng, nhưng do thiếu các khung hình mang tính đời thường hoặc biểu cảm giàu cảm xúc, việc tiếp cận hình ảnh lãnh đạo đối với một bộ phận công chúng, đặc biệt là giới trẻ, vẫn còn khoảng cách.

Về hình thức, phần lớn hình ảnh và video sử dụng các góc máy truyền thống như trung cảnh, toàn cảnh, góc trực diện... bảo đảm tính nghi lễ và an toàn hình ảnh. Tuy nhiên, điều này khiến một số bài chưa tạo được sự đột phá về mặt thị giác. Các loại hình đa phương tiện như infographic, video tương tác, ảnh động... chưa được sử dụng hoặc sử dụng với tỷ lệ chưa cao, chưa thể hiện đầy đủ tiềm năng của báo chí số.

Một số nguyên nhân dẫn đến các hạn chế trên bao gồm: điều kiện tác nghiệp ảnh hưởng trong các sự kiện chính trị cao cấp còn hạn chế về không gian và thời gian; việc tiếp cận Tổng Bí thư luôn gắn với quy trình kiểm soát nghiêm ngặt nhằm bảo đảm an ninh; số lượng phóng viên hình ảnh chuyên sâu về chính trị chưa nhiều, trong khi yêu cầu về phẩm chất chính trị và kỹ năng nghiệp vụ lại rất cao. Bên cạnh đó, đặc thù của báo chí chính luận khiến việc đổi mới hình ảnh luôn phải cân nhắc kỹ lưỡng để bảo đảm tính chuẩn mực, an toàn và đảm bảo định hướng.

Việc khảo sát thị hiếu công chúng trong các tuyến bài về lãnh đạo chưa được triển khai thường xuyên cũng ảnh hưởng đến khả năng điều chỉnh hình thức thể hiện cho phù hợp với từng nhóm độc giả. Đặc biệt, trong bối cảnh truyền thông hiện đại đang đòi hỏi ngày càng cao về tính tương tác, sinh động và cá nhân hóa nội dung, thì những yêu cầu truyền thống trong báo chí chính trị đôi khi trở thành thách thức trong việc tạo dựng chiều sâu hình ảnh.

Những điểm nêu trên không phản ánh sự yếu kém về mặt chuyên môn, mà cho thấy những giới hạn mang tính đặc thù của báo chí khi thực hiện nhiệm vụ chính trị đặc biệt. Việc nhìn nhận một cách khoa học, cầu thị và khách quan những điểm còn chưa toàn diện là điều cần thiết để tiếp tục hoàn thiện công tác truyền thông hình ảnh lãnh đạo trong thời gian tới.

3. Khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông hình ảnh Tổng Bí thư

3.1. Đối với các cơ quan quản lý nhà nước về báo chí

Các cơ quan quản lý nhà nước về báo chí cần tiếp tục rà soát, sửa đổi và hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến công tác truyền thông hình ảnh lãnh đạo cấp cao. Trong đó, các quy định về việc sử dụng, lan truyền, chỉnh sửa hình ảnh – nhất là trên không gian mạng – cần được bổ sung một cách đầy đủ, rõ ràng và có tính hệ thống, nhằm chủ động phòng ngừa và xử lý các hành vi xuyên tạc, cắt ghép sai lệch hoặc lợi dụng hình ảnh lãnh đạo với mục đích tiêu cực. Song song với đó, cần củng cố cơ chế phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan chức năng, cơ quan báo chí và các đơn vị cung cấp thông tin như Văn phòng Trung ương Đảng, Văn phòng Chủ tịch nước, Chính phủ, các bộ, ngành, địa phương... để bảo đảm thông tin được xác thực, đầy đủ và thống nhất, đặc biệt trong các tình huống đột xuất hoặc nhạy cảm.

3.2. Đối với báo Nhân Dân

Báo Nhân Dân có thể cân nhắc xây dựng một chiến lược truyền thông hình ảnh dài hạn, mang tính chủ động và có chiều sâu, nhằm gia tăng sự đa dạng trong cách thể hiện hình ảnh Tổng Bí thư. Bên cạnh những bức ảnh mang tính chính thức và nghi lễ vốn là đặc trưng của báo chí chính trị, việc mở rộng cách tiếp cận để ghi nhận các khoảnh khắc đời thường, gần gũi, trong những bối cảnh sinh động, cũng có thể góp phần làm phong phú hình ảnh lãnh đạo, đồng thời tạo hiệu ứng truyền thông tích cực. Việc lựa chọn góc máy, thời điểm, bối cảnh cần được cân nhắc thận trọng để bảo đảm tính trang trọng, đúng định hướng chính trị, nhưng đồng thời vẫn phù hợp với xu hướng truyền thông hiện đại.

Ngoài ra, để nâng cao hiệu quả truyền tải thông điệp qua hình ảnh, báo Nhân dân cần tiếp tục chú trọng phát triển đội ngũ phóng viên ảnh, biên tập viên hình ảnh với năng lực chuyên môn vững vàng, tư duy sáng tạo và khả năng ứng dụng công nghệ mới. Việc tổ chức các khóa bồi dưỡng kỹ năng kể chuyện bằng hình ảnh, quan sát chính trị gia trong các sự kiện khác nhau, hoặc cập nhật các xu hướng nhiếp ảnh báo chí quốc tế có thể là những giải pháp phù hợp. Bên cạnh đó, việc bảo đảm cơ sở vật chất, thiết bị kỹ thuật và phần mềm phục vụ tác nghiệp cũng là điều kiện quan trọng giúp nâng cao chất lượng sản phẩm báo chí đa phương tiện.

3.3. Đối với các cơ sở đào tạo báo chí – truyền thông

Các cơ sở đào tạo báo chí – truyền thông nên tiếp tục tăng cường giảng dạy các kiến thức nền tảng về chính trị học, lý luận truyền thông và pháp luật báo chí, kết hợp chặt chẽ giữa lý thuyết và thực hành, đặc biệt trong lĩnh vực truyền thông hình ảnh chính trị. Việc trang bị tư duy phản biện, kỹ năng làm việc nhóm, khả năng thích ứng nhanh với công nghệ mới sẽ giúp sinh viên đáp ứng tốt hơn yêu cầu nghề nghiệp trong môi trường truyền thông số.

Bên cạnh đó, các chương trình đào tạo cần chú trọng phát triển năng lực sản xuất nội dung đa phương tiện cho sinh viên, bao gồm kỹ thuật nhiếp ảnh báo chí, dựng video, thiết kế đồ họa thông tin và kể chuyện bằng hình ảnh. Những học phần chuyên sâu như phân tích hình ảnh truyền thông, xây dựng hình ảnh lãnh đạo, chiến lược truyền

thông cá nhân cũng nên được tích hợp vào chương trình để sinh viên có thể hiểu và vận dụng tốt trong thực tiễn.

Để thực hiện hiệu quả các mục tiêu này, nhà trường cần có đội ngũ giảng viên vững lý luận, giàu kinh nghiệm thực tiễn; đồng thời đầu tư cơ sở vật chất hiện đại và cập nhật giáo trình theo hướng thực hành, ứng dụng. Mỗi liên hệ thường xuyên với các cơ quan báo chí, thông qua hoạt động thực tập, kiến tập, mời chuyên gia giảng dạy, cũng sẽ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và giúp người học tiếp cận thực tiễn nghề nghiệp một cách sâu sắc hơn./.

Tài liệu tham khảo

- (1) Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. University of Chicago Press.
- (2) Lilleker, D. G. (2019). The power of visual political communication: Pictorial politics through the lens of communication psychology. Trong A. Veneti, D. Jackson & D. G. Lilleker (Eds.), *Visual Political Communication* (Chương 3: 37–51). Springer.
- (3) Hariman, R., & Lucaites, J. L. (2007). *No Caption Needed: Iconic Photographs, Public Culture, and Liberal Democracy*. University of Chicago Press.
- (4) Corner, J., & Pels, D. (2003). *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism*. SAGE Publications.
- (5) Lilleker, D. G. (2006). *Key Concepts in Political Communication*. SAGE Publications.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Công Huân (2025), Khoá luận tốt nghiệp “Truyền thông Hình ảnh về Tổng Bí thư Tô Lâm trên báo Nhân Dân điện tử”, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.