

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

DƯƠNG QUỐC BÌNH

**ẢNH BÁO CHÍ VỀ TỔNG THỐNG HOA KỲ
TRÊN BÁO WASHINGTON POST**

Chuyên ngành: Báo chí học

Mã số: 9 32 01 01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

HÀ NỘI - 2024

**Công trình đã hoàn thành
tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS,TS. Phạm Minh Sơn
2. TS. Vũ Huyền Nga

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Phản biện 3:

**Luận án sẽ được trình bày trước Hội đồng chấm luận án
cấp Học viện, họp tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền
*Vào hồi.....giờ..... ngày..... tháng..... năm 20....***

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền

MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài

Đối với truyền thông và dư luận thế giới, hình ảnh của nhà lãnh đạo Hoa Kỳ, cụ thể là tổng thống được quan tâm đặc biệt bởi vị thế và tầm ảnh hưởng của Quốc gia này. Các bức ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ không chỉ mang lại thông tin cần thiết cho công chúng, trở thành nguồn sử liệu sinh động, mà còn là phương tiện khởi nguồn dư luận xã hội. Hệ thống báo chí Hoa Kỳ có truyền thống lâu đời, tiên tiến với nhiều ứng dụng hiện đại. Trong đó, Washington Post là một trong những tờ báo chính trị xã hội uy tín hàng đầu, gắn liền với hoạt động thông tin về Tổng thống Hoa Kỳ. Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post không chỉ được độc giả đón nhận mà còn nhận được sự quan tâm của giới nghiên cứu báo chí – truyền thông và chính trị. Tại Việt Nam, hoạt động thông tin về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước luôn được chú trọng bởi các cơ quan quản lý báo chí, các cơ quan báo chí và nhận được sự quan tâm đặc biệt của quần chúng nhân dân. Bối cảnh chuyển đổi số và xã hội thông tin đang đặt ra một số yêu cầu mới trong việc thông tin về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước qua các bức ảnh báo chí. Thị hiếu của công chúng về hình ảnh được nâng cao. Những đòi hỏi liên quan đến ảnh báo chí về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước trở nên cấp thiết hơn, cả về số lượng, nội dung và hình thức.

Từ cách đặt vấn đề như trên, luận án Tiến sĩ đề tài ***“Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post”*** mong muốn góp phần bổ sung vào khoảng trống lý thuyết tại cơ sở nghiên cứu, đào tạo, luận giải các vấn đề liên quan đến ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia nói chung và Tổng thống Hoa Kỳ nói riêng, cung cấp cơ sở lý luận và thực tiễn để khảo sát ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ, từ đó, đề xuất những gợi mở cho Việt Nam để thể hiện tốt hơn nữa hình ảnh các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn, luận án khảo sát, phân tích thực trạng ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post, từ đó, đánh giá ưu điểm,

hạn chế, đồng thời đề xuất các gợi mở cho các cơ quan lãnh đạo, quản lý báo chí, các cơ quan báo chí và cơ sở đào tạo báo chí tại Việt Nam.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

- *Một là*, làm rõ tình hình nghiên cứu ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia nói chung và Tổng thống Hoa Kỳ nói riêng.

- *Hai là*, làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn của ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia.

- *Ba là*, tiến hành khảo sát, phân tích làm rõ thực trạng ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2023.

- *Bốn là*, đánh giá ưu điểm, hạn chế của ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post.

- *Năm là*, đề xuất các gợi mở cho các cơ quan lãnh đạo, quản lý báo chí, các cơ quan báo chí và cơ sở đào tạo báo chí tại Việt Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Luận án tập trung vào tìm hiểu các bức ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post phiên bản báo in.

Luận án giới hạn phạm vi khảo sát từ ngày 1 tháng 1 năm 2012 đến ngày 31 tháng 12 năm 2023. Đây là giai đoạn bao gồm nhiệm kỳ thứ hai của Tổng thống Barack Obama, toàn bộ nhiệm kỳ Tổng thống Donald Trump và nhiệm kỳ hiện tại của Tổng thống Joe Biden.

4. Giả thuyết và câu hỏi nghiên cứu

4.2. Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi 1: Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ có tần suất và hiển thị như thế nào trên báo Washington Post ?

Câu hỏi 2: Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post phản ánh chủ yếu những nội dung gì ?

Câu hỏi 3: Tổng thống Hoa Kỳ thuộc các Đảng khác nhau được thể hiện khác nhau như thế nào trên ảnh báo chí của Washington Post ?

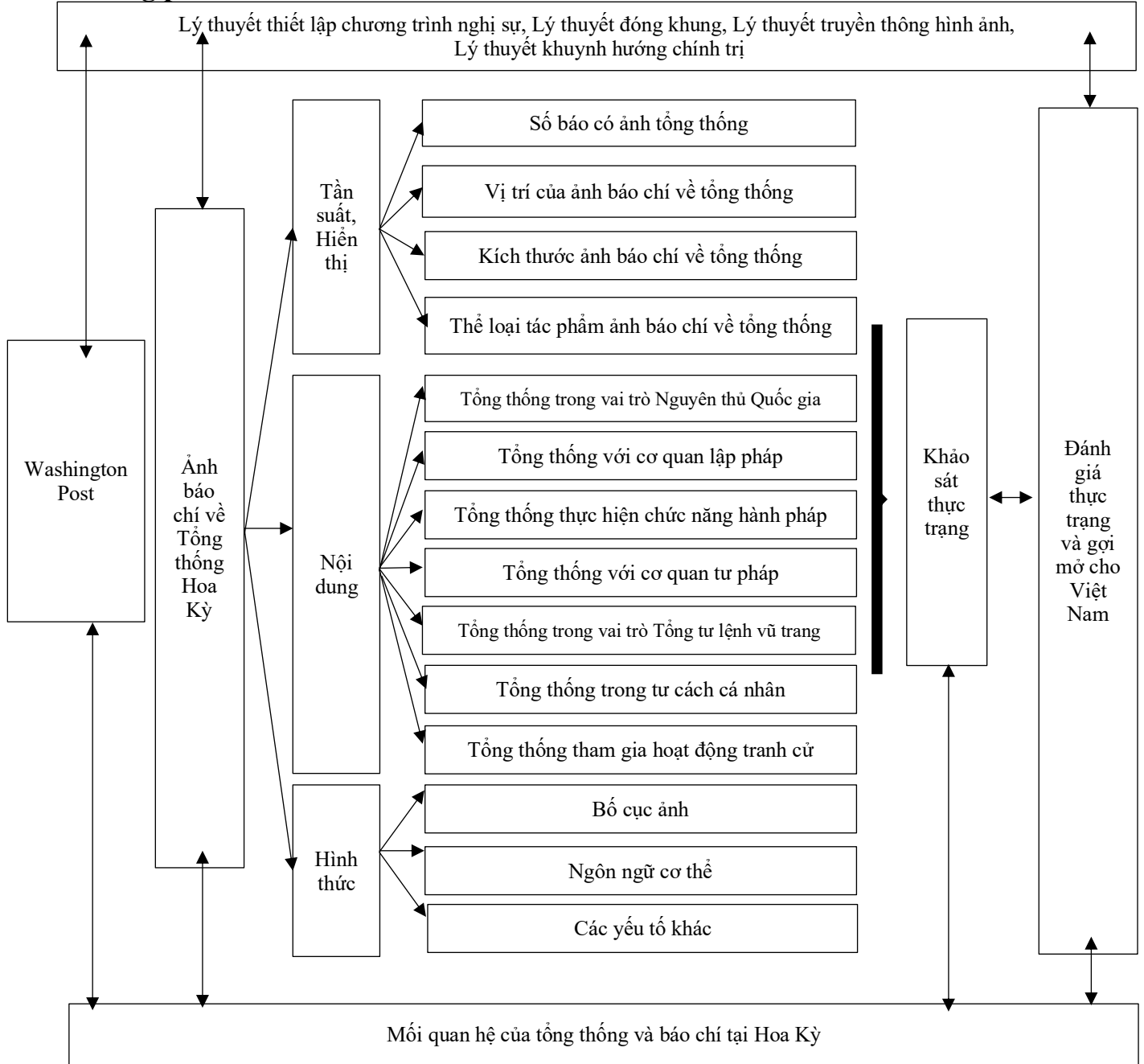
4.1. Giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết nghiên cứu thứ nhất: Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ có vị trí nổi bật trên báo Washington Post.

Giả thuyết nghiên cứu thứ hai: Tổng thống Hoa Kỳ vừa là con người công vụ, vừa là con người đời thường trên các bức ảnh báo chí của Washington Post.

Giả thuyết nghiên cứu thứ ba: Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post có xu hướng ủng hộ tổng thống đảng Dân chủ nhiều hơn tổng thống đảng Cộng hoà.

5. Khung phân tích



6. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

6.1. Cơ sở lý luận

Luận án sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, dựa trên cơ sở lý luận báo chí về chức năng, nguyên tắc hoạt động của báo chí. Luận án còn dựa trên cơ sở lý thuyết của các khoa học liên ngành như triết học, chính trị học, báo chí học, tâm lý học và nhiếp ảnh.

6.2. Phương pháp nghiên cứu

Dựa trên nền tảng phương pháp tư duy logic và biện chứng, luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu như sau để nghiên cứu ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ:

**** Phương pháp nghiên cứu tài liệu***

Phương pháp này dùng để: (i) Tập hợp, hệ thống, nghiên cứu các tài liệu của Việt Nam và trên thế giới như sách, bài báo khoa học, luận án tiến sĩ có liên quan đến ảnh báo chí và ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ; (ii) Nghiên cứu các tài liệu liên quan đến chính trị Hoa Kỳ, mối quan hệ giữa tổng thống và báo chí tại Hoa Kỳ.

**** Phương pháp chọn mẫu***

Phương pháp này thực hiện bằng cách đăng ký và mua tài khoản của PressReader, công ty công nghệ và phân phối báo chí kỹ thuật số. Trên trang web của công ty (www.pressreader.com), luận án tiếp cận được toàn bộ ấn phẩm báo in của Washington Post theo từng ngày, từ ngày 1/1/2012 đến 31/12/2023.

**** Phương pháp phân tích tác phẩm***

Phương pháp này dùng để phân tích tần suất, hiển thị, nội dung, hình thức các bức ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ.

**** Phương pháp tổng hợp***

Phương pháp này dùng để (i) Tổng hợp số liệu các kết quả khảo sát, nghiên cứu thực trạng Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post; (ii) So sánh, đối chiếu số liệu hàng năm và giữa các tổng thống để tìm ra sự tương đồng và những khác biệt. Luận án nhập số liệu vào phần mềm Microsoft Excel theo từng số báo và tính theo tỷ lệ phần trăm mỗi năm.

**** Phương pháp nghiên cứu trường hợp***

Phương pháp này dùng để phân tích tần suất, hiển thị, nội dung và hình thức của các tác phẩm ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ tại các sự kiện quan trọng như Lễ

Nhậm chức, Bài phát biểu Thông điệp Liên bang, ... của cả ba tổng thống để đối chiếu, so sánh nhằm tìm ra khuynh hướng chính trị.

Phương pháp chuyên gia

Phương pháp này được sử dụng để thu thập ý kiến của các chuyên gia về báo chí chính trị, bao gồm lãnh đạo các đơn vị phụ trách ảnh báo chí của báo Nhân dân, Thông tấn xã Việt Nam, phóng viên báo Việt Nam & Thế giới, nhà khoa học Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

7. Đóng góp mới của luận án

Đây là công trình nghiên cứu đầu tiên ở cấp độ luận án tiến sĩ ngành báo chí học nghiên cứu chuyên biệt, chuyên sâu, có tính chất liên ngành về ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post. Những đóng góp mới của luận án bao gồm:

- Hệ thống hoá, kế thừa, phát huy, hệ thống hoá và đưa ra cách tiếp cận mới những vấn đề lý luận về ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia.

- Kết quả khảo sát, phân tích, đánh giá những kết luận khoa học về thực trạng ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post là những bằng chứng mới, xác thực, được luận án tổng hợp, khái quát từ kết quả nghiên cứu thực tiễn hiện nay.

- Luận án đặt ra, phân tích những vấn đề hiện nay liên quan đến nghiên cứu lý luận và hoạt động thực tiễn ảnh báo chí về các nguyên thủ quốc gia, đồng thời đề xuất những khuyến nghị khoa học làm kinh nghiệm tham chiếu cho các cơ quan báo chí và cơ sở đào tạo báo chí – truyền thông tại Việt Nam. Đây là những đề xuất *có giá trị lý luận và thực tiễn hoàn toàn mới theo nội dung nghiên cứu*, đặt trong bối cảnh chính trị, xã hội, khoa học công nghệ hiện nay, chưa từng được công bố trong bất cứ công trình nào.

8. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận án

8.1. Ý nghĩa lý luận

Những luận chứng, luận cứ có giá trị khoa học của luận án không những làm nền tảng quan trọng để kết luận vấn đề ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post mà còn có giá trị là tư liệu khoa học về lý luận và thực tiễn, đóng góp vào hệ thống lý luận báo chí – truyền thông hiện nay. Luận án mang đến một cái nhìn khoa học như một phương pháp luận tiếp cận nghiên cứu ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia.

Việc nghiên cứu, phân tích, chứng minh để làm sáng tỏ vai trò của ảnh báo chí trong hoạt động truyền thông nguyên thủ quốc gia, khẳng định ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia nói chung, tổng thống nói riêng có tính khuynh hướng chính trị cụ thể. Từ đó, có thể làm cơ sở cho việc nghiên cứu báo chí cho các đề tài khác. Kết quả thu nhận được *có tính khai mở cho những đề tài nghiên cứu khoa học tiếp theo*, đồng thời có giá trị tham khảo cho công tác đào tạo và đào tạo lại đội ngũ nhà báo theo dõi lĩnh vực chính trị.

8.2. Ý nghĩa thực tiễn

Kết quả nghiên cứu của luận án có giá trị thực tiễn, là tài liệu tham khảo cho cơ quan quản lý báo chí và cơ quan báo chí trong công tác thông tin về đề tài chính trị và các nhà lãnh đạo chính trị, đánh giá những ưu điểm và hạn chế để tiếp tục cải thiện, làm mới chính mình, đóng góp cho sự phát triển của báo chí Việt Nam trong tương lai.

Luận án là tài liệu khoa học thiết thực, có thể sử dụng tại các viện nghiên cứu, cơ sở đào tạo, cho những người làm công tác nghiên cứu và giảng dạy về lĩnh vực báo chí, truyền thông và chính trị.

9. Kết cấu của luận án

Bên cạnh phần Mở đầu, Tổng quan tình hình nghiên cứu, luận án gồm 3 chương, 8 tiết, các công trình khoa học đã công bố của luận án có liên quan đến đề tài luận án; Tài liệu tham khảo và Phụ lục.

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Khái quát tình hình nghiên cứu

Luận án đã tìm kiếm, thống kê, nghiên cứu các tài liệu của nước ngoài và của Việt Nam theo hai hướng: (i) *Hướng nghiên cứu về nhiếp ảnh và ảnh báo chí*; (ii) *Hướng nghiên cứu ảnh báo chí về các nhà lãnh đạo chính trị*.

1.1. Hướng nghiên cứu về nhiếp ảnh và ảnh báo chí

* Những công trình nghiên cứu của Việt Nam

Các công trình *Nhiếp ảnh và Hiện thực – Nghiên cứu và Tiểu luận* của tác giả Lê Phúc (1987) *Ảnh – nguồn sử liệu để nghiên cứu lịch sử (qua tài liệu ảnh về kháng chiến chống thực dân Pháp)* (1995) của tác giả Đào Xuân Chúc, *Lịch sử Nhiếp ảnh thế giới* (1999) của tác giả Trần Mạnh Thường, *Cơ sở lý luận Ảnh báo chí* (2005) của tác giả Nguyễn Tiến Mão soi chiếu nhiếp ảnh và ảnh báo chí dưới lăng kính của chủ nghĩa Mác – Lênin, làm rõ vai trò, ý nghĩa xã hội cũng như tính khách quan, chủ quan của ảnh và yếu tố khoảnh khắc của ảnh báo chí. Các công trình *Ảnh báo chí – Khó lắm thay!* (2007), *Bàn về công việc lựa chọn, biên tập ảnh sử dụng trên báo in* (2007) và “*10 tác dụng của việc thông tin bằng hình ảnh trên báo in*” (2008) của tác giả Hà Huy Phương, *Giáo trình Tâm lý học Báo chí* (2015) của tác giả Đỗ Thị Thu Hằng, *Ảnh tin* (2016), *Giáo trình Phóng sự Ảnh* (2022) của tác giả Vũ Huyền Nga và *Lịch sử Nhiếp ảnh Báo chí Việt Nam* của tác giả Đỗ Phan Ái (2020) chỉ ra thực trạng của ảnh báo chí tại Việt Nam, các yếu tố tác động đến sự hiệu quả trong tâm lý tiếp nhận của công chúng trong lĩnh vực hình ảnh, thống kê và phân tích các tác phẩm để khẳng định vai trò chính trị của ảnh báo chí, đồng thời, cung cấp khung lý thuyết và hướng dẫn thực hiện hai thể loại chủ lực của ảnh báo chí là ảnh tin và phóng sự ảnh.

* Những công trình trên thế giới

Các công trình *Problems of Philosophy (Những vấn đề của Triết học)* (1912) của Bertrand Russell, *The Photographer’s Eye (Con mắt của Nhiếp ảnh gia)* (1966) của John Szarkowski, *Ways of Seeing (Những cách thấy)*, (1972) của John Berger, *On Photography (Bàn về Nhiếp ảnh)* (1977) của Susan Sontag, *Camera Lucida: Reflections on Photography (Máy ảnh: Những phản chiếu của nhiếp ảnh)* (1979) của triết gia người Pháp Roland Barthes, *Towards a Philosophy of Photography (Hướng tới Triết lý về Nhiếp ảnh)* (1983) của Vilem Flusser, *In, Around and Afterthoughts (Bên trong, Xung quanh và Hồi tưởng)* của Martha Rosler trong cuốn sách *The Contest of Meaning (Cuộc thi của Ý nghĩa)* (1992) do Richard Bolton làm chủ biên, *Inside/Out (Bên trong/Ngoài)* của tác giả Abigail Solomon-Godeau trong cuốn sách *Public*

Information Desire, Disaster, Document (Mong muốn Thông tin Công cộng, Thảm họa, Tư liệu) (1994) của Bảo tàng Nghệ thuật Đương đại San Francisco tiếp cận nhiếp ảnh và ảnh báo chí dưới góc độ triết học, chính trị học, bàn về phương thức tác động của nhiếp ảnh, mối liên hệ của các bức ảnh với thế giới và cả những hạn chế của nhiếp ảnh. Các công trình “*Reading Images: The Grammar of Visual Design*” (Đọc hình ảnh: Ngữ pháp thiết kế thị giác) (1996) của Gunther Kress và Theo van Leeuwen, *The Nature of Photographs* (Bản chất của các Bức ảnh) (1998) của Stephen Shore, *The Spoken Image: Photography and Language* (Hình ảnh biết nói: Nhiếp ảnh và Ngôn ngữ) (1999) của Clive Scott, *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials* (Phương pháp Thị giác: Giới thiệu về diễn giải các tài liệu trực quan) (2011) của Gillian Rose phân tích các phương thức truyền tải thông điệp của nhiếp ảnh, cấu trúc của các bức ảnh và đưa ra các phương pháp phân tích hình ảnh.

Các công trình *The relevance of attention for selecting news content: An eye-tracking study on attention patterns in the reception of print and online media* (Mức độ liên quan của sự chú ý đối với việc lựa chọn tin tức: Nghiên cứu theo dõi ánh mắt trong việc tiếp nhận báo in và báo điện tử) (2006) của Hans-Juergen Bucher và Peter Schumacher, *Impact of Images in Print Media* (Tác động của ảnh đối với báo in) (2006) của Jay Cope, *Effects of Photojournalism on Reader’s Exposure and Retention* (Tác động của Ảnh báo chí đối với việc níu giữ và thu hút độc giả) (2007) của Aqsa Khan và Bilal, *The Effects of News Photographs on Reader’s Retention* (Ảnh hưởng của ảnh báo chí đối với việc níu giữ độc giả) (2007) của Katherine Bruder, *Reality and Fiction: How defined realness affects cognitive and emotional responses to photograph* (Thực tại và hư cấu: Sự thật được xác định ảnh hưởng đến phản ứng nhận thức và cảm xúc đối với bức ảnh) (2007) của Andrew Mendelson và Zizi Papacharissi, *Reception of Press Photography in the Context of the Theory of Visual Literacy* (Tiếp nhận Ảnh báo chí dưới góc nhìn Lý thuyết Truyền thông Thị giác) (2019) của Joanna Szytko-Kwas chứng minh khả năng thu hút, níu giữ và tác động đến tâm lý độc giả của các bức ảnh.

Các công trình *Photojournalism and Today’s News: Creating Visual Reality* (Ảnh Báo chí và Thông tin Hiện nay: Xây dựng Thực tế Trực quan) (2009) của Loup Langton, *Visual Journalism: Fresh Approaches and New Business Strategies for the Multimedia Age* (Báo chí Thị giác: Phương pháp tiếp cận mới và Chiến lược kinh doanh mới cho thời đại đa phương tiện), (2010) của Bob Giles, *Selection and impact of press photography* (Lựa chọn và Tác động của Ảnh Báo chí) (2011) của Patrick Rössler, *Telling stories to a different beat: Photojournalism as a “Way of Life”* (Kể chuyện theo một nhịp điệu khác: Ảnh Báo chí như “Một lối sống”) (2012) của Naomi Verity Busst,

Photographic Psychology: Image and Psyche (Tâm lý học Nhiếp ảnh: Hình ảnh và Tâm lý) (2012) của John Suler và *Visual Communication: Images with Messages (Truyền thông Thị giác: Hình ảnh cùng Thông điệp)* (2013) của Paul Martin Lester và *Guide to Photojournalism (Hướng dẫn Ảnh báo chí)* (2021) của Asemah và Ottah bàn về các vấn đề thực tiễn của ảnh báo chí với trọng tâm là các phóng viên ảnh, quy trình, kỹ năng tác nghiệp và tâm lý tiếp nhận của độc giả.

Bàn về các thể loại của ảnh báo chí, các công trình *Taxonomy of Journalistic Photographic Genres (Phân loại các Thể loại Ảnh báo chí)* (2011) của Kazimierz Wolny-Zmorzyński, *The Critical Interpretation of Photographs as Media Literacy and Genre Typologisation as a Tool for its Development (Phân tích các bức ảnh dưới góc độ lý thuyết truyền thông và phân chia thể loại)* (2013) của Mari Pienimäki, *Enhancing visual literacy through interpretation of photo-genres: toward a genre typology of journalistic photographs (Nâng cao hiểu biết về thị giác thông qua diễn giải các thể loại ảnh báo chí)* (2016) của Joanna Kedra, *Photojournalism: The Professionals' Approach (Ảnh Báo chí: Cách tiếp cận chuyên nghiệp)* (2017) của Kenneth Kobre phân chia ảnh báo chí thành các thể loại khác nhau dựa trên các tiêu chí và mục đích khác nhau.

Các công trình *A Public Theology for Peace Photography: A Critical Analysis of the Roles of Photojournalism in Peacebuilding, with the Special Reference to the Gwangju Uprising in South Korea (Thần học đại chúng về nhiếp ảnh hoà bình: Phân tích phê bình vai trò của ảnh báo chí trong việc xây dựng hoà bình, nghiên cứu trường hợp cuộc nổi dậy Gwangju ở Hàn Quốc)* (2018) của Sangduk Kim, *Photography as a statement of journalism – variety of genre (Nhiếp ảnh như một thông điệp của báo chí – đa dạng các thể loại)* (2019) của Joanna Szyłko, *Photography: As a political tool (Nhiếp ảnh: Như một công cụ chính trị)* (2020) của Kangkana Roy, *The Politics of Documentary Photography: Three Theoretical Perspectives (Chính trị của Ảnh tài liệu: Ba Quan điểm lý thuyết)* (2021) của Dermot Hodson, *Political Photography in the 20th Century (Nhiếp ảnh Chính trị trong thế kỷ 20)* của Annette Vowinckel (2021) và *Appearance and photographs of people in flight: A qualitative study of photojournalistic practices in spaces of (forced) migration (Hiện thị và các bức ảnh của người di cư: Nghiên cứu định tính về tác nghiệp ảnh báo chí trong bối cảnh di cư)* (2021) của Rebecca Bengtsson Lundin nghiên cứu về vai trò chính trị và các chức năng của ảnh báo chí thông qua khảo sát các trường hợp điển hình.

1.2. Hướng nghiên cứu ảnh báo chí về các nhà lãnh đạo chính trị

*** Những công trình nghiên cứu của Việt Nam**

Hiện nay, tại Việt Nam có rất ít các tài liệu nghiên cứu liên quan đến ảnh báo chí

về các nhà lãnh đạo chính trị nói chung và tổng thống nói riêng. Các công trình *Ảnh tin* (2016), *Hình ảnh chân dung chính trị gia trong truyền thông hình ảnh quốc gia* (2021) của tác giả Vũ Huyền Nga của tác giả Vũ Huyền Nga, *Lịch sử Nhiếp ảnh Báo chí Việt Nam* (2020) của tác giả Phan Ái và. *Sáng tạo tác phẩm ảnh báo chí chính trị* (2021) của tác giả Dương Quốc Bình (2021) chỉ ra các nguyên tắc, vai trò, quy trình tác nghiệp của ảnh báo chí về các nhà lãnh đạo chính trị. Nghiên cứu thực trạng ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ có các công trình *Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo chí Việt Nam* (2023), *Hình ảnh Tổng thống Hoa Kỳ qua ảnh (tham chiếu trường hợp Tổng thống Obama và Tổng thống Trump)* (2023) và *Mối quan hệ giữa Tổng thống và báo chí tại Hoa Kỳ trong thế kỷ XX* (2024) của tác giả Dương Quốc Bình.

** Những công trình nghiên cứu trên thế giới*

Trên thế giới, nhiều học giả nghiên cứu ảnh báo chí về các nhà lãnh đạo chính trị ở các góc độ khác nhau. Nghiên cứu thực trạng chiếm đa số, có thể kể đến các công trình *Newsmagazine Visuals and the 1988 Presidential Election (Hình ảnh tạp chí và cuộc bầu cử tổng thống 1988)* (1991) của Sandra Moriaty, *American Politicians: Photographs from 1843 to 1993 (Chính trị gia Hoa Kỳ: Các bức ảnh từ 1843 đến 1993)* (1994) của Susan Kismaric, *Mythe & Presidential Campaign Photographs (Quan niệm truyền thống và các bức ảnh tranh cử tổng thống)* (1994) của Carl Glassman, *The President's Visual Image from 1945 to 1974: An Analysis of Spatial Configuration in News Magazine Photographs (Hình ảnh Tổng thống từ 1945 đến 1974: Phân tích Cấu hình Không gian các Bức ảnh Tạp chí)* (1997) của Lawrence J. Mullen, *Looking Presidential: A Comparison of Newspaper Photographs of Candidates in the United States and Taiwan (Hình ảnh Tổng thống: So sánh các bức ảnh báo chí của các ứng cử viên tại Hoa Kỳ và Đài Loan)* (2004) của Tien-Tsung Lee, *Looking like a winner: Candidate Appearance and Electoral Success in New Democracies (Trông giống người chiến thắng: Ngoại hình của Ứng cử viên và Thành công trong bầu cử ở các nền dân chủ mới)* (2010) của Chappell Lawson, *Visual Bias in Time's "The Great Divide": A Semiotic Analysis of Clinton and Obama Photographs (Thiên vị hình ảnh trong Phóng sự ảnh "Sự chia rẽ vĩ đại" của tạp chí Time: Phân tích ký hiệu học các bức ảnh của Clinton và Obama)* (2010) của Trischa Goodnow, *The Obama Mass: Barack Obama, Image and Fear of the Crowd (Quần chúng của Obama: Barack Obama, Hình ảnh và Nỗi sợ đám đông)* (2010) của Robert Spicer, *Political Photography, Journalism, and Framing in the Digital Age: The Management of Visual Media by the Prime Minister of Canada (Nhiếp ảnh Chính trị, Báo chí và Đóng khung trong kỷ nguyên kỹ thuật số: Vấn đề quản lý hình ảnh của Thủ tướng Canada)* (2012) của Alex Marland, *Image Control: The Visual Rhetoric of President Obama (Kiểm soát Hình ảnh: Diễn ngôn*

bằng hình ảnh của Tổng thống Obama) (2015) của Timothy R. Gleason, *Presidents' visual presentations in their official photos: A cross-cultural analysis of the US and South Korea* (Hình ảnh trực quan của Tổng thống trong các bức ảnh chính thức: phân tích đa văn hoá về Hoa Kỳ và Hàn Quốc) (2016) của Jayeon Lee, *Obama and Romney photos receive equal treatment* (Ảnh Obama và Romney được đối xử công bằng) (2016) của Nicole S. Dahmen, *Ultimate Insiders: White House Photographers and how they shape history* (Người trong cuộc cuối cùng: Các Nhiếp ảnh gia Nhà trắng và cách thức định hình lịch sử) (2018) của tác giả Kenneth T. Walsh, *The visual presidency of Donald Trump's first hundred days: Political image making and digital media* (Hình ảnh Tổng thống của Donald Trump trong 100 ngày đầu tiên: Sáng tạo hình ảnh chính trị và truyền thông kỹ thuật số) (2019) của Ryan T. Strand, *The Photo Network: Visual Communication in the Media of the People's Republic of China* (Mạng lưới Ảnh: Truyền thông hình ảnh trên các phương tiện truyền thông của Cộng hoà Nhân dân Trung Hoa 1942 – 1981) (2020) của Bernd Spyra, *Photographic Presidents: Making history from Daguerreotype to Digital* (Hình ảnh Tổng thống: Viết nên lịch sử từ cổ điển đến kỹ thuật số) (2021) của Cara A. Finnegan, *Visual Politics and North Korea: Seeing is believing* (Chính trị Trực quan và Triều Tiên: Thấy là Tin) (2022) của David Shim. Các công trình này đều khảo sát, phân tích thực trạng, chỉ ra các tiêu chí, quy trình biên tập và tác động của ảnh báo chí về các nhà lãnh đạo chính trị tại Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Triều Tiên và Canada.

Một số tài liệu thiên về nghiên cứu lý luận như các công trình *Politics in Photography* (Chính trị trong Nhiếp ảnh) (1995) của John Stathatos, *Public Image and Reputation Management: Retrospective and Actualities* (Quản lý Danh tiếng và Hình ảnh công chúng: Hồi tưởng và Thực tại) (2007) của Petras Oržekauska, *Visual Global Politics* (Chính trị toàn cầu trực quan) (2018) của Roland Bleiker bàn về tính chất, thể loại và chức năng của ảnh báo chí về các nhà lãnh đạo chính trị nói chung, Tổng thống Hoa Kỳ nói riêng.

Nghiên cứu ở góc độ tâm lý tiếp nhận có các công trình *Judging people in the news — unconsciously: Effect of camera angle and bodily activity* (Đánh giá tổng thống báo chí – vô thức: Ảnh hưởng của góc máy và tư thế) (1973) của Lee M. Mandell, *Presidential Physiognomies: Altered Images, Altered Perceptions* (Ngoại hình của Tổng thống: Hình ảnh bị thay đổi, Nhận thức bị thay đổi) (1999) của Caroline F. Keating, *The Images of Donald Trump on Online News Media in Indonesia Through Photojournalism: Media Construction and Readers' Perception* (Ảnh báo chí về Donald Trump trên báo điện tử ở Indonesia: Xây dựng truyền thông và Cảm nhận của độc giả) (2020) của Muhammad Makmun, *The Role of Image in the Political Campaigns* (Vai trò của Hình ảnh trong các Chiến dịch Bầu cử) (2021) của Kire Sharlamanov.

2. Đánh giá về các công trình nghiên cứu trong Tổng quan tình hình nghiên cứu và những vấn đề sẽ giải quyết trong luận án

2.1. Đánh giá những vấn đề đã được đề cập trong các công trình nghiên cứu ở Tổng quan

Số lượng các tài liệu liên quan đến nhiếp ảnh tương đối nhiều, đặc biệt là trên thế giới, với các góc độ tiếp cận khác nhau, để lại những luận cứ khoa học có giá trị mà luận án có thể kế thừa. Tuy nhiên, các tài liệu liên quan đến ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia nói chung, tổng thống nói riêng lại rất khiêm tốn.

Dù tiếp cận ở các góc độ khác nhau, nhưng các tác giả trên thế giới và tại Việt Nam đều thể hiện sự nghiêm túc trong nghiên cứu khoa học. Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia nói chung, tổng thống nói riêng là biểu hiện của thể chế chính trị, do đó, một số tác giả nước ngoài có sự khác biệt với tác giả trong nước về nội dung và quan điểm tiếp cận. Khi kế thừa tri thức khoa học, luận án cần chú trọng đến lập trường chính trị và quan điểm nghiên cứu của các tác giả.

Trong số 79 tài liệu được luận án chốt lọc (31 cuốn sách, 41 bài báo khoa học và 7 luận án tiến sĩ), không nhiều tài liệu đề cập đến đề tài *Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post*, nhưng đó là những luận điểm, phương pháp, kết quả nghiên cứu rất quý báu giúp định hướng triển khai nghiên cứu luận án.

2.2. Những vấn đề luận án sẽ tiếp tục nghiên cứu

*** Về mặt lý luận**

Luận án sẽ làm rõ khái niệm, đặc điểm, vai trò ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia. Ngoài ra, luận án cần xây dựng được cơ sở lý thuyết để nghiên cứu *Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post*: (i) xác lập các khái niệm công cụ theo quan niệm riêng: ảnh báo chí - ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ; (ii) tiếp cận, phân tích, kế thừa và đưa ra quan điểm nghiên cứu mới cho nghiên cứu *Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post*; (iii) xây dựng các chỉ báo nghiên cứu thực trạng ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ.

*** Về mặt thực tiễn**

Luận án sẽ khảo sát, nghiên cứu, phân tích, đánh giá thực trạng *Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post* từ năm 2012 đến năm 2023, làm cơ sở để đưa ra một số gợi mở liên quan đến ảnh báo chí về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước tại Việt Nam cho các cơ quan quản lý báo chí, các cơ quan báo chí và cơ sở đào tạo báo chí – truyền thông.

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CỦA ẢNH BÁO CHÍ VỀ NGUYÊN THỦ QUỐC GIA

1.1. Các khái niệm, thuật ngữ liên quan đến đề tài

1.1.1. Ảnh báo chí

1.1.1.1. Khái niệm ảnh báo chí

Luận án nhận thấy cách tiếp cận liên ngành nhiếp ảnh và báo chí là phù hợp nhất để xây dựng khái niệm ảnh báo chí vì cách tiếp cận này bao hàm được vai trò, tính chất của cả nhiếp ảnh và báo chí. Từ đó, luận án đưa ra *khái niệm ảnh báo chí* như sau:

Ảnh báo chí là hình thức thông tin, biểu đạt bằng một hoặc nhiều bức ảnh để phản ánh hiện thực khách quan, có ý nghĩa xã hội về các lĩnh vực trong đời sống xã hội.

1.1.1.2. Các thể loại ảnh báo chí

Luận án nhận thấy tiêu chí phương thức biểu đạt là phù hợp để phân chia các thể loại ảnh báo chí vì tiêu chí này có thể bao quát và tổng hợp được nhiều yếu tố cấu thành tác phẩm ảnh báo chí. *Ảnh tin* và *Phóng sự ảnh* là hai thể loại của ảnh báo chí được xây dựng dựa trên tiêu chí này.

1.1.1.3. Ảnh báo chí trên Báo in

Ảnh báo chí có thể xuất hiện trên nhiều loại hình báo chí nhưng dường như đạt độ uy tín và có tính thuyết phục cao nhất khi xuất hiện trên các ấn phẩm báo chí. Ngoài ra, tính hiển thị và khả năng truyền tay của các bức ảnh báo chí trên báo in có giá trị nhất định. Ảnh báo chí trên báo in chuyên tải thông tin thời sự, được phát hành định kỳ, thông qua kỹ thuật in ấn, có thể truyền tay và có uy tín cao.

1.1.2. Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia

1.1.2.1. Khái niệm nguyên thủ quốc gia

Một là, nguyên thủ quốc gia là thiết chế được quy định trong Hiến pháp.

Hai là, nguyên thủ quốc gia là người đứng đầu nhà nước, đại diện quốc gia, dân tộc.

Như vậy, có thể hiểu, *Nguyên thủ quốc gia là người đứng đầu nhà nước, đại diện cho quốc gia, dân tộc, được quy định trong Hiến pháp.*

1.1.2.2. Quan niệm ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia

Dựa trên nội hàm của các quan niệm mà luận án đã làm rõ và nghiên cứu các công trình khoa học ở các góc độ khác nhau, từ đó khái quát thành một quan niệm chính, lấy quan điểm báo chí học và chính trị học làm chủ đạo, với mục tiêu thu tóm toàn bộ nội hàm vấn đề nghiên cứu của đề tài luận án *Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post* như sau:

“Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia” là loại hình thông tin, mang đến cảm xúc cho công chúng về chân dung và hoạt động của người đứng đầu nhà nước.

1.1.3. Đặc điểm của ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia

1.1.3.1. Xuất hiện trên các sản phẩm báo chí

Để được coi là một tác phẩm ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia thì bức ảnh đó phải được đăng tải trên ấn phẩm của các cơ quan thông tấn - báo chí bất kể là loại hình báo in, báo điện tử hay truyền hình.

1.1.3.2. Thể hiện chân dung hoặc đặc điểm cơ thể của nguyên thủ quốc gia

Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia có thể ghi lại chân dung đặc tả của nguyên thủ hoặc một hành động cụ thể của nguyên thủ. Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ có thể chỉ ghi lại đặc điểm cơ thể của nguyên thủ như bàn tay, mái tóc, dáng người ...

1.1.3.3. Là biểu hiện của thể chế chính trị

Các thể chế chính trị khác nhau tạo ra các bức ảnh báo chí về nguyên thủ khác nhau. Một số quốc gia lại thể hiện vai trò cá nhân của vị nguyên thủ trong khi một số quốc gia khác lại đề cao tính tập thể của các nhà lãnh đạo.

1.1.3.4. Là vũ khí trên mặt trận tư tưởng

Là phương thức thực hiện chức năng tư tưởng hiệu quả, ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia kích hoạt cảm xúc của người xem, tạo ra sự kết nối giữa công chúng với nhân vật và sự kiện, giúp nguyên thủ xây dựng, củng cố niềm tin, sự ủng hộ của cử tri.

1.1.3.5. Thể hiện khuynh hướng chính trị

Khuynh hướng chính trị được thể hiện ở khoảnh khắc bấm máy, độ cao máy ảnh, kỹ thuật lấy nét và hậu kỳ. Ngoài ra, khuynh hướng chính trị còn được thể hiện thông qua chú thích ảnh.

1.1.4. Vai trò của ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia

1.1.4.1. Truyền thông hình ảnh quốc gia, dân tộc

Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia truyền thông hình ảnh quốc gia, dân tộc bằng cách thể hiện sức mạnh quốc gia, dân tộc và tăng cường sự đoàn kết và niềm tự hào dân tộc.

1.1.4.2. Truyền thông hình ảnh cá nhân nguyên thủ quốc gia

Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia truyền thông hình ảnh cá nhân nguyên thủ quốc gia bằng cách xây dựng niềm tin, ủng hộ từ công chúng, đồng thời, hỗ trợ thực hiện các chính sách của nguyên thủ quốc gia.

1.2. Các lý thuyết tiếp cận ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia

1.2.1. Lý thuyết Chức năng báo chí

Là một loại hình thông tin đại chúng, ảnh báo chí sở hữu nhiều chức năng. Trong đó, có hai chức năng nổi bật nhất của ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ là: (i) chức năng thông tin và (ii) chức năng tư tưởng.

1.2.2. Lý thuyết Thiết lập chương trình nghị sự

Ba phương thức để thiết lập chương trình nghị sự về Tổng thống Hoa Kỳ thông qua các bức ảnh báo chí bao gồm: (i) Tần suất; (ii) Kích thước ảnh; (iii) Vị trí đăng tải.

1.2.3. Lý thuyết Đóng khung

Áp dụng lý thuyết này để phân tích Washington Post mô tả các tổng thống như thế nào và làm rõ sự khác biệt trong việc mô tả tổng thống Đảng Dân chủ với tổng thống Đảng Cộng hoà.

1.2.4. Lý thuyết Khuynh hướng Chính trị

Trong hoạt động báo chí, khuynh hướng chính trị được chi phối bởi những yếu tố sau: chủ sở hữu, nhà báo, công chúng, mối quan hệ kinh tế và mối quan hệ chính trị của cơ quan báo chí. Đối với tác phẩm ảnh báo chí, khuynh hướng chính trị được biểu hiện ở đề tài được lựa chọn, tần suất đăng tải và cách mô tả, thể hiện của ảnh. .

1.2.5. Lý thuyết Truyền thông Hình ảnh

Lý thuyết truyền thông hình ảnh giải mã ngôn ngữ hình ảnh, chỉ ra thông điệp, ý nghĩa của các bức ảnh thông qua bố cục hình ảnh và ngôn ngữ cơ thể của nhân vật, là cơ sở để xây dựng các chỉ báo nghiên cứu.

1.3. Chỉ báo nghiên cứu ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post

1.3.1. Cơ sở để xây dựng chỉ báo nghiên cứu

- Cơ sở lý luận: dựa trên (i) Cơ sở lý luận báo chí về chức năng của ảnh báo chí – chủ thể thực hiện mô tả, cung cấp thông tin về tổng thống; (ii) Cơ sở lý thuyết về báo chí, truyền thông, ảnh báo chí, truyền thông thị giác.

- Cơ sở thực tiễn: dựa trên (i) Tình hình thực tế ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post từ năm 2012 đến năm 2023; (ii) Dựa vào thực tiễn tình hình chính trị tại Hoa Kỳ, mối quan hệ giữa chính trị và báo chí tại Hoa Kỳ trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2023.

1.3.2. Chỉ báo nghiên cứu và đánh giá ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post

- Chỉ báo 1: Tần suất xuất hiện ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ.
- Chỉ báo 2: Hiện thị ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ
- Chỉ báo 3: Nội dung của ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ.
- Chỉ báo 4: Bố cục của ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ.

- Chi báo 5: Ngôn ngữ cơ thể của tổng thống.
- Chi báo 6: Độ nét của tổng thống
- Chi báo 7: Nhân vật phụ ủng hộ tổng thống

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG ẢNH BÁO CHÍ VỀ TỔNG THỐNG HOA KỲ TRÊN BÁO WASHINGTON POST

2.1. Khái quát về báo Washington Post

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Báo Washington Post được thành lập vào năm 1877 bởi Stilson Hutchins, chính trị gia của Đảng Dân chủ với mục tiêu phổ biến quan điểm và chính sách của Đảng Dân chủ, Bước sang thế kỷ 20, tờ báo rơi vào tình trạng phá sản và bị mua lại bởi Eugene Meyer, cựu Chủ tịch Cục Dự trữ Liên bang. Danh tiếng và uy tín của Washington Post dần được hồi phục. Washington Post là toà soạn của hơn 1000 nhà báo hoạt động không chỉ trong lãnh thổ Hoa Kỳ mà còn ở 21 văn phòng đại diện tại nhiều nơi trên thế giới.

2.1.2. Ấn phẩm báo in Washington Post

Washington Post phát hành ấn phẩm báo in 6 ngày mỗi tuần, từ thứ hai đến thứ bảy. Giá bìa là 1,25 đô-la. Khổ báo có kích thước 32cm * 56cm khi mở. Tờ báo được trình bày thiết kế theo hình thức sáu cột. Số trang không cố định mà dao động từ 46 đến 64 trang. Ấn phẩm phát hành vào thứ Bảy thường có số lượng trang ít hơn các ngày khác trong tuần. Tờ báo được chia thành các khu vực A – B – C – D – E. Mỗi khu vực bao gồm các chuyên mục khác nhau và mỗi chuyên mục cũng không cố định số lượng trang cụ thể.

2.1.3. Khuynh hướng chính trị

Dù đôi lúc có những sự thay đổi trong quá trình phát triển nhưng Washington Post vẫn là tờ báo mang xu hướng thiên tả, phù hợp với các giá trị của Đảng Dân chủ, ủng hộ công đoàn, nâng cao mức lương cơ bản, hệ thống thuế lũy tiến, các chính sách an sinh xã hội, thúc đẩy quyền lợi cho các nhóm thiểu số, người nhập cư, người đồng tính, cho phép phá thai, bảo vệ môi trường, thúc đẩy chính sách kiểm soát súng đạn và loại bỏ án tử hình.

2.1.4. Mối quan hệ với Tổng thống Hoa Kỳ

2.1.4.1. Tổng thống của Đảng Dân chủ

Kể từ cuộc bầu cử năm 1976, Washington Post thường xuyên đăng bài cổ vũ các ứng viên tổng thống thuộc Đảng Dân chủ. Ở cấp độ mối quan hệ cá nhân, nhiều nhà

báo ở Washington Post rất thân thiết với tổng thống và thường xuyên ủng hộ các chính sách của các tổng thống Đảng Dân chủ.

2.1.4.2. Tổng thống của Đảng Cộng hoà

Mối quan hệ của Washington Post với các tổng thống của Đảng Cộng hoà càng thẳng hơn rất nhiều so với các tổng thống của Đảng Dân chủ. Có thể kể đến trường hợp Tổng thống Richard Nixon, người đã mất chức vì chính Washington Post. Washington Post thường xuyên đăng bài chỉ trích Tổng thống Donald Trump.

2.2. Kết quả khảo sát thực trạng ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post

2.2.1. Tần suất và hiển thị

2.2.1.1. Giai đoạn 2012 - 2023

Washington Post phát hành tổng cộng 3.766 số báo trong giai đoạn 12 năm, từ năm 2012 đến năm 2023, có 2662 số báo có đăng ít nhất một ảnh tổng thống, chiếm 70,69% tổng số báo. Washington Post đăng tải tổng cộng 402.446 bức ảnh báo chí, trong đó có 5.666 bức ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ, chiếm 1,41% tổng số các bức ảnh báo chí.

Về vị trí đăng tải, 8,68% tại trang nhất, 24,96% tại trang 2-5 và 66,36% ở các trang còn lại. Trong tổng số 5.666 bức ảnh về tổng thống, có 2.200 bức ảnh có kích thước lớn, chiếm tỷ lệ 38,83%. Về thể loại, ảnh tin chiếm 98,58% và phóng sự ảnh chiếm 1,42%.

2.2.1.2. So sánh giữa các tổng thống

Tỷ lệ số báo đăng ảnh Tổng thống Donald Trump nhiều nhất (82,80%), đứng thứ hai là Tổng thống Joe Biden (61,84%) và cuối cùng là Tổng thống Barack Obama (53,13%). Về tỷ lệ số lượng ảnh tổng thống trên tổng số ảnh báo chí, Tổng thống Donald Trump cũng chiếm cao số cao nhất với 1,74% trong khi Tổng thống Barack Obama và Joe Biden có con số thấp hơn đáng kể, 0,92% và 0,97%.

Về vị trí đăng tải, Tổng thống Barack Obama có xu hướng xuất hiện tại trang nhất và các trang còn lại (không phải mục chính trị) trong khi Tổng thống Joe Biden lại xuất hiện nhiều hơn ở mục chính trị.

Về kích thước, Tổng thống Barack Obama có tỷ lệ ảnh kích thước lớn ít nhất trong ba tổng thống (27,13%). Tổng thống Joe Biden có tỷ lệ ảnh kích thước lớn nhiều nhất (47,85%).

Về thể loại, tỷ lệ phóng sự ảnh của Tổng thống Barack Obama cao hơn Tổng thống Donald Trump và Tổng thống Joe Biden, 2,02% với 1,02% và 1,58%.

2.2.2. Nội dung phản ánh

2.2.2.1. Giai đoạn 2012 - 2023

Cao nhất là nội dung tổng thống thực hiện chức năng hành pháp (24,00%) và thấp nhất là nội dung tổng thống thực hiện chức năng tư pháp (1,55%).

2.2.2.2. So sánh giữa các tổng thống

- Tổng thống trong vai trò Nguyên thủ Quốc gia

Cao nhất là Tổng thống Barack Obama với 25,84% và thấp nhất là Tổng thống Donald Trump với 19,55%, Tổng thống Joe Biden có tỷ lệ là 21,47%.

- Tổng thống trong vai trò Tổng Tư lệnh lực lượng vũ trang

Tỷ lệ của Tổng thống Barack Obama cao nhất (5,71%), tiếp theo là Tổng thống Donald Trump (3,41%) và thấp nhất là Tổng thống Joe Biden (1,38%).

- Tổng thống với cơ quan lập pháp

Tỷ lệ của Tổng thống Barack Obama cao nhất (7,24% so với 4,62% và 5,98% của Tổng thống Donald Trump và Joe Biden).

- Tổng thống thực hiện chức năng hành pháp

Tổng thống Joe Biden chiếm tỷ lệ cao nhất với 27,15% so với Tổng thống Barack Obama (22,74%) và Donald Trump (23,24%).

- Tổng thống với cơ quan tư pháp

Tổng thống Barack Obama và Joe Biden có tỷ lệ tương đồng nhau (1,16% và 1,07%) trong khi Tổng thống Donald Trump cao gần gấp đôi (1,99%).

- Tổng thống tham gia hoạt động tranh cử

Tổng thống Joe Biden chiếm tỷ lệ cao nhất với 29,91% so với Tổng thống Donald Trump (23,38%) và Tổng thống Barack Obama (16,15%).

- Tổng thống trên tư cách cá nhân

Tổng thống Barack Obama cao nhất (20,93%) so với Tổng thống Donald Trump (19,90%) và Tổng thống Joe Biden (11,20%).

- Không xác định

Tổng thống Donald Trump cao nhất với 3,91%, gấp năm lần con số 0,78% của Tổng thống Barack Obama và cao hơn đáng kể so với con số 1,84% của Tổng thống Joe Biden.

2.2.3. Hình thức thể hiện

2.2.3.1. Giai đoạn 2012 - 2023

Về bố cục, các yếu tố sau có tỷ lệ cao nhất: trung cảnh, bên lề, góc ngang tầm mắt và tổng thống ở vị trí trung tâm khung hình.. Về ngôn ngữ cơ thể, Tổng thống Hoa

Kỳ có xu hướng xuất hiện trên ảnh với ánh mắt không nhìn vào ống kính, có khẩu hình nói hoặc cười, cánh tay có cử chỉ, đứng hoặc đang đi lại.

Tuyệt đại đa số các bức ảnh trên báo Washington Post đều rõ nét nhân vật chính là Tổng thống và phần lớn các bức ảnh không xuất hiện nhân vật phụ có hành động bày tỏ sự ủng hộ đối với tổng thống.

2.2.3.2. So sánh giữa các tổng thống

Về bố cục, đối với cỡ cảnh, tỷ lệ ảnh cận cảnh của Tổng thống Barack Obama (20,93%), gấp đôi so với Tổng thống Donald Trump (10,02%) và gấp gần sáu lần so với Tổng thống Joe Biden. Tỷ lệ số lượng đại cảnh của Tổng thống Joe Biden lại cao nhất, 31,13% so với 27,26% của Tổng thống Barack Obama và 26,15% của Tổng thống Donald Trump.

Đối với góc máy, cả ba tổng thống đều được thể hiện qua các bức ảnh trực diện và bên lề với tỷ lệ số lượng tương đồng, còn các bức ảnh được chụp từ sau lưng chiếm tỷ lệ thấp nhất.

Đối với độ cao máy ảnh, tỷ lệ các bức ảnh được chụp ở góc thấp của Tổng thống Joe Biden nhiều nhất, 34,02% so với 31,40% của Tổng thống Barack Obama và 32,20% của Tổng thống Donald Trump. Các bức ảnh được chụp từ trên cao của Tổng thống Donald Trump có tỷ lệ cao nhất, 19,47% so với 17,05% của Tổng thống Barack Obama và 19,17% của Tổng thống Joe Biden..

Đối với vị trí tổng thống trong ảnh, cả ba tổng thống đều có tỷ lệ xuất hiện tại trung tâm khung hình lớn nhất, tiếp theo là vị trí bên phải khung hình và cuối cùng là vị trí bên trái.

Về ngôn ngữ cơ thể, đối với ánh mắt, cả ba tổng thống đều có xu hướng không nhìn ống kính với tỷ lệ vượt trội. Tuy nhiên, tỷ lệ số lượng các bức ảnh với ánh mắt nhìn ống kính của Tổng thống Donald Trump cao nhất, 7,89% so với 4,65% của Tổng thống Barack Obama và 6,60% của Tổng thống Joe Biden.

Đối với khẩu hình, cả ba tổng thống đều có tỷ lệ các bức ảnh có khẩu hình lớn hơn tỷ lệ các bức ảnh không có khẩu hình.

Đối với cử chỉ của cánh tay, cả ba tổng thống đều có tỷ lệ các bức ảnh có cử chỉ lớn hơn tỷ lệ các bức ảnh không có cử chỉ.

Đối với tư thế, cả ba tổng thống đều có tỷ lệ các bức ảnh đứng hoặc đi lại chiếm đa số.

Về các tiêu chí khác của hình thức, đối với độ nét của tổng thống, cả ba tổng thống đều có số lượng ảnh rõ nét với tỷ lệ đa số.

Đối với yếu tố các nhân vật phụ bày tỏ sự ủng hộ với tổng thống, dù không quá khác biệt nhưng tỷ lệ của Tổng thống Donald Trump cao nhất, 17,34% so với 16,67% của Tổng thống Barack Obama và 13,96% của Tổng thống Joe Biden.

2.3. Đánh giá thực trạng ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post

2.3.1. Ưu điểm và nguyên nhân của ưu điểm

2.3.1.1 Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ được thể hiện nổi bật trên báo Washington Post

Ưu điểm này thể hiện qua tần suất và hiển thị ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post và xuất phát từ các nguyên nhân: tôn chỉ, mục đích của tờ báo; mối quan hệ với các tổng thống; chú trọng thực hiện các chức năng báo chí; khả năng thu hút công chúng của Tổng thống Hoa Kỳ.

2.3.1.2. Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post đa dạng về nội dung

Washington Post phản ánh Tổng thống Hoa Kỳ với các vai trò và chức năng khác nhau, trên cả khía cạnh công vụ lẫn cá nhân. Nguyên nhân từ phía chủ quan của Washington Post và khách quan do hoạt động thực tiễn của thiết chế Tổng thống Hoa Kỳ.

2.3.1.3. Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post thể hiện khuynh hướng chính trị rõ ràng

Washington Post thể hiện sự nhất quán tương đối trong việc thông tin về Tổng thống Hoa Kỳ qua ảnh ở các chỉ báo và thể hiện xu hướng ủng hộ tổng thống Đảng Dân chủ nhiều hơn tổng thống Đảng Cộng hoà.

2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân của hạn chế

2.3.2.1. Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ chiếm tỷ lệ quá nhỏ so với tổng số lượng ảnh báo chí trên Washington Post

Nguyên nhân chủ yếu đến từ việc Washington Post sử dụng rất nhiều ảnh báo chí, trung bình 107 bức ảnh cho mỗi số báo. Trung bình mỗi số báo có ảnh tổng thống thì số lượng ảnh tổng thống là 2 ảnh; 105 bức ảnh còn lại về các nội dung khác nhau

2.3.2.2. Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post không đa dạng về thể loại

Tuyệt đại đa số các tác phẩm thuộc thể loại ảnh tin và rất hiếm các tác phẩm phóng sự ảnh. Nguyên nhân do đặc thù của đối tượng phản ánh nên khả năng tiếp cận của các nhà báo là vô cùng hạn chế.

2.3.2.3. Không có sự tương đồng giữa văn tự và hình ảnh trong một số tác phẩm báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post

Nguyên nhân chủ quan do phóng viên có thể không nắm được hết các thông tin hậu trường và tính chất của sự kiện nên không thể khai thác được toàn bộ các khoảnh khắc có thể đại diện cho các sắc thái khác nhau của sự kiện. Nguyên nhân khách quan có thể do giới hạn của thời gian và không gian tác nghiệp.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ NHẬN ĐỊNH VÀ ĐỀ XUẤT VỚI BÁO CHÍ VIỆT NAM

3.1. Một số tương đồng và khác biệt của ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia giữa Hoa Kỳ và Việt Nam

3.1.1. Tương đồng

3.1.1.1. Ảnh báo chí là tấm gương phản ánh đời sống mang màu sắc chính trị của các nguyên thủ quốc gia

Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia tại Hoa Kỳ và Việt Nam đều phản ánh quyền lực, tầm ảnh hưởng chính trị, phong cách, cá tính của nhà lãnh đạo; đều dựa trên nguyên tắc tôn trọng và tuân thủ thể chế chính trị

3.1.1.2. Ảnh báo chí có xu hướng bảo vệ hình ảnh nguyên thủ quốc gia

Hoa Kỳ và Việt Nam đều sử dụng các yếu tố bố cục và khoảnh khắc ghi lại ngôn ngữ cơ thể mang tính tích cực của các nguyên thủ quốc gia, thể hiện sự mạnh mẽ, nhân văn, gần gũi. Tôn chỉ, mục đích của cơ quan báo chí, ý thức công dân, trách nhiệm của nhà báo và thị hiếu của nhà báo là những động lực thúc đẩy xu hướng này.

3.1.1.3. Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia góp phần định hướng dư luận xã hội

Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia có khả năng truyền đạt thông điệp hiệu quả, thúc đẩy nhận thức, định hình nhìn nhận của công chúng. Cả Hoa Kỳ và Việt Nam đều có tần suất cao và chú trọng hiển thị trong việc sử dụng ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia.

3.1.2. Khác biệt

3.1.2.1. Tư cách pháp nhân của cơ quan báo chí tác nghiệp ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia

Sự khác biệt về tư cách pháp nhân của cơ quan báo chí phản ánh hoạt động của các nguyên thủ quốc gia giữa Hoa Kỳ và Việt Nam dẫn đến sự khác biệt trong mối quan hệ giữa nguyên thủ quốc gia và báo chí.

3.1.2.2. Phạm vi đối tượng phản ánh của ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia tại Hoa Kỳ là tổng thống, tại Việt Nam là các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước

Khác biệt về thể chế và hệ thống chính trị dẫn đến khác biệt về phạm vi đối tượng phản ánh và phân nào đó là cả nội dung phản ánh của ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia giữa Hoa Kỳ và Việt Nam.

3.1.2.3. Nhà báo ở Hoa Kỳ và Việt Nam thể hiện rõ sự khác biệt về văn hoá thị giác

Ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia của Hoa Kỳ sử dụng cỡ cảnh cận cảnh, góc máy sau lưng, đa dạng độ cao máy ảnh còn Việt Nam không sử dụng cỡ cảnh cận cảnh, góc máy sau lưng và chủ yếu chỉ sử dụng độ cao máy ảnh ngang tầm mắt nhân vật.

3.2. Đề xuất một số gợi mở cho Việt Nam

3.2.1. Đối với cơ quan lãnh đạo, quản lý báo chí tại Việt Nam

3.2.1.1. Tính tất yếu phải lãnh đạo, quản lý hoạt động báo chí

Xuất phát từ bản chất chế độ xã hội chủ nghĩa, vai trò xã hội ngày càng to lớn của báo chí, kinh nghiệm trong quá trình đấu tranh cách mạng và thực tiễn của thời đại.

3.2.1.2. Tăng cường định hướng chính trị và định hướng thông tin

Định hướng chính trị bằng cách coi trọng, chăm lo công tác xây dựng Đảng trong cơ quan báo chí; thường xuyên kiểm tra, giám sát các tổ chức Đảng; tăng cường quản lý hoạt động báo chí của báo chí nước ngoài. Định hướng thông tin bằng cách tăng cường nâng cao nhận thức cho người dân về các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước; tiếp tục nắm bắt dư luận xã hội; đa dạng hoá các nền tảng phát hành các tác phẩm ảnh báo chí; chủ động phản bác các quan điểm sai trái thù địch; thông tin kịp thời về kế hoạch tổ chức các sự kiện chính trị.

3.2.1.3. Phát triển đội ngũ nhà báo chuyên trách

Xây dựng cơ chế tuyển dụng các nhà báo có khả năng tác nghiệp ảnh báo chí về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước; rà soát lại cơ chế nhuận bút, nhuận ảnh; xây dựng chương trình đào tạo, bồi dưỡng và chú trọng công tác khen thưởng.

3.2.2. Đối với cơ quan báo chí

3.2.2.1. Xây dựng bộ chỉ báo ảnh báo chí về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước

Bao gồm tần suất, hiển thị, nội dung, hình thức phù hợp với tôn chỉ, mục đích của cơ quan báo chí.

3.2.2.2. Xây dựng quy trình biên tập ảnh báo chí về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước

Bao gồm ba giai đoạn: tiền kỳ, khai thác, hậu kỳ và quy trình biên tập.

3.2.2.3. Chú trọng đầu tư trang thiết bị

Bao gồm máy ảnh, ống kính chuyên nghiệp, máy tính và hệ thống lưu trữ.

3.2.3. Đối với cơ sở đào tạo báo chí

3.2.3.1. Thời cơ và thuận lợi

Không nhiều cơ sở đào tạo chuyên sâu về ảnh báo chí. Nhu cầu của xã hội tiếp tục phát triển.

3.2.3.2. Thách thức và khó khăn

Mức độ cạnh tranh có thể tăng lên trong thời gian tới; vẫn còn định kiến xã hội với nghề ảnh; cơ sở vật chất chưa tối ưu.

3.2.3.3. Tăng cường công tác nghiên cứu khoa học về ảnh báo chí về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước

Các cơ sở đào tạo phải coi nghiên cứu khoa học về ảnh báo chí nói chung, ảnh báo chí về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước nói riêng là một trong những định hướng nghiên cứu trọng tâm.

3.2.3.4. Xây dựng môn học ảnh báo chí về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước

Cơ sở đào tạo cần chú trọng nội dung *Phẩm chất chính trị*; định vị môn học *Ảnh báo chí về các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước* được định vị nằm trong nhóm các môn tác nghiệp của chuyên ngành; cập nhật, nâng cấp trang thiết bị thường xuyên.

KẾT LUẬN

Với nhiệm vụ nghiên cứu ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post, luận án đã chất lọc 79 tài liệu và nhận thấy chưa có công trình nào nghiên cứu chuyên sâu ở tầm luận án tiến sĩ về *Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post*.

Luận án xây dựng khung lý thuyết, làm rõ các khái niệm thuật ngữ, liên quan đến đề tài. Dựa trên góc độ tiếp cận liên ngành, luận án xây dựng bộ chỉ báo nghiên cứu ảnh báo chí về tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post.

Luận án tiến hành khảo sát ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post trong giai đoạn 12 năm (từ năm 2012 đến năm 2023) và chứng minh được các giả thuyết nghiên cứu *Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ có vị trí nổi bật trên báo Washington Post; Tổng thống Hoa Kỳ vừa là con người công vụ, vừa là con người đời thường trên các bức ảnh báo chí của Washington Post; Ảnh báo chí về Tổng thống Hoa Kỳ trên báo Washington Post có xu hướng ủng hộ tổng thống đảng Dân chủ nhiều hơn tổng thống đảng Cộng hoà*.

Luận án nhận định một số tương đồng và khác biệt của ảnh báo chí về nguyên thủ quốc gia giữa Hoa Kỳ và Việt Nam, đồng thời, dựa trên kết quả nghiên cứu trường hợp Washington Post đề đề xuất một số gợi mở cho Việt Nam đối với cơ quan lãnh đạo, quản lý báo chí; cơ quan báo chí và cơ sở đào tạo.

**CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ
LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI**

1. Dương Quốc Bình (2021), *Một số biện pháp nhận diện ảnh giả mạo trên không gian mạng hiện nay*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, Chuyên đề số 3 (4-2021).
2. Dương Quốc Bình (2022), *Một số vấn đề đặt ra với chuyên ngành Báo ảnh tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, 12/2022.
3. Dương Quốc Bình (2023), *Hình ảnh Tổng thống Hoa Kỳ qua ảnh (tham chiếu trường hợp Tổng thống Obama và Tổng thống Trump)*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, 9/2023.
4. Dương Quốc Bình (2024), *Mối quan hệ giữa Tổng thống và báo chí tại Hoa Kỳ trong thế kỷ XX*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, 3/2024.