

"VŨ KHÍ" INTERNET TRONG CHIẾN DỊCH CHẠY ĐUA VÀO NHÀ TRẮNG

Những

Những "phát súng" đầu tiên của chiến dịch tranh cử vào Nhà Trắng năm 2008 đã "nổ" trên "mặt trận" Internet. Đây là nét rất mới trong đợt bầu cử tổng thống Mỹ nhiệm kỳ 2008 tới, khi các ứng cử viên bên cạnh những phương thức truyền thông kiểu cũ đều được trang bị thêm một "vũ khí" cực kỳ hiệu quả là Internet.

Từ những blog, mạng xã hội ảo hay trang web chia sẻ video trực tuyến tới những thế giới ảo kiểu như Second Life, tất cả đã được các chính trị gia vận dụng triệt để trong chiến lược tranh cử của mình. Với những công cụ đó, có thể khẳng định, chưa bao giờ không gian "ảo" lại có giá trị thực tiễn đến thế trong cuộc đua nóng bỏng tại chính trường nước Mỹ.

Cuối tuần qua, cựu phu nhân tổng thống Mỹ Hillary Clinton đã là ứng cử viên tổng thống đầu tiên tuyên bố chiến dịch tranh cử qua một video được tải lên mạng. Từ thứ hai tuần này, bà Hillary đã bắt đầu tiếp nhận các cuộc "chat" với cử tri cả nước. Cùng thời gian đó, "ngôi sao đang lên" của Đảng Dân chủ, nghị sĩ Barack Obama đã tải lên mạng đoạn video cho biết ông chính thức bước vào lộ trình hướng tới Nhà Trắng.

Không tỏ ra kém cạnh, ứng cử viên phó tổng thống Đảng Dân chủ bị thất cử năm 2004 John Edwards lại sử dụng khung cảnh New Orleans tan tác sau cơn bão để làm nền cho đoạn video khởi tranh chiếc ghế tổng thống năm 2008.

Một phụ nữ đang xem thông điệp tranh cử trên đoạn video của nghị sĩ Barack Obama trên website Presidential Exploratory Committee của ông này tại Washington, ngày 16/1/2007. (Nguồn AFP).

Trong khi đó, trên website Second Life, thế giới ảo của khoảng 2 triệu cư dân mạng, các chính trị gia còn tung tin sẽ tổ chức một cuộc họp báo và phỏng vấn với những phóng viên ảo.

Nhận định về tình hình trên, ông Joe Trippi, người điều hành chiến dịch tranh cử tổng thống năm 2004 của ứng cử viên Howard Dean Đảng Dân chủ và cũng là người tiên phong trong việc dùng Internet gây quỹ và tập hợp cử tri, nói: “Web đang có vai trò ngày càng quan trọng trong cuộc đua giành ngôi tổng thống năm 2008, vai trò đó lớn tới mức, lần đầu tiên nó sẽ làm thay đổi thực sự kết quả cuộc bầu cử”.

Cũng theo ông Trippi, với xu thế đó, những vụ việc rắc rối kiểu như đã xảy ra với ngài nghị sĩ vùng Virginia, ứng cử viên tổng thống đảng Cộng hoà George Allen sẽ bùng phát trở lại trong chiến dịch tranh cử năm 2008 lần này.

Ý ông Trippi là muốn nhắc tới scandal của ngài Allen khi ông này bị quay trộm cảnh gọi một nhân viên điều hành chiến dịch tranh cử của đối thủ là “macaca” (con khỉ nâu), một từ đầy vẻ nhục mạ sắc tộc. Khi đoạn băng tai tiếng đó được tải lên trang chia sẻ video trực tuyến lớn nhất YouTube (có hơn 20 triệu lượt khách ghé thăm) thì số phiếu ủng hộ ông George Allen đã tụt dốc thảm hại.

Trippi bình luận: “Web đang ngày càng có tác động mạnh hơn khi số dân Mỹ truy cập mạng ngày một đông”.

Cũng theo một điều tra gần đây của Dự án Pew về Internet và đời sống người Mỹ, số người Mỹ coi Internet là nguồn tin chủ yếu về chiến dịch bầu cử trong suốt tháng 11 vừa qua đã tăng gấp đôi so với đợt bầu cử năm 2002.

Chủ nhiệm dự án Pew, ông Lee Rainie cho rằng, vai trò của Internet sẽ còn lớn hơn rất nhiều khi chiến dịch bầu cử 2008 cận kề và các ứng cử viên có xu hướng truyền tải thông điệp tranh cử qua mạng.

Ông Rainie nói: “Năm 2008, theo dự kiến của chúng tôi sẽ có một số lượng kỷ lục người dùng Internet và dựa vào Internet để tìm kiếm tin tức chính trị cũng như trao đổi về chính trị. Ngày càng có nhiều người sử dụng kết nối băng thông rộng, có kỹ năng truy cập mạng và được tiếp cận thoải mái hơn với các blog và website video”.

Còn theo cô Julie Germany, phó giám đốc Viện nghiên cứu Internet và Dân chủ Chính trị, lý do khiến các ứng cử viên đua nhau “náo nức” tham gia chiến dịch tranh cử trên mạng cũng là để chứng tỏ khả năng am hiểu công nghệ và “thức thời” với những công nghệ tân tiến nhất.

Tuy nhiên, cô Germany cho rằng, sức lôi cuốn mạnh mẽ của Internet là sự thật song không có nghĩa các phương thức tranh cử khác bị lãng quên, cô nói: “Một chiến dịch tranh cử hiệu quả năm 2008 sẽ phải dùng tới mọi phương thức truyền thông khác nhau, công nghệ thông tin, các sự kiện và cả đối thoại trực tiếp với cử tri. Do đó, công nghệ không phải là tất cả”.

