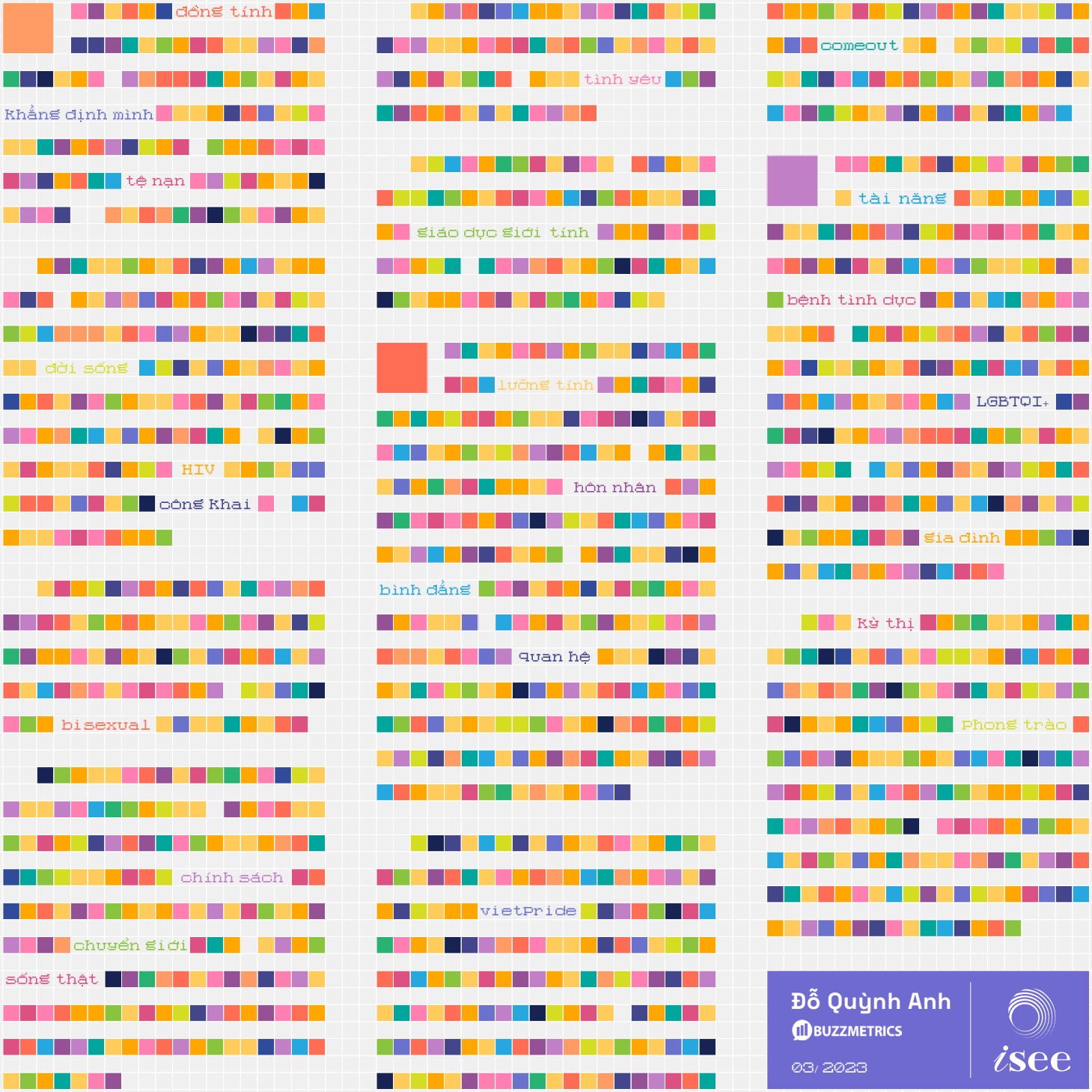
Báo cáo

Nghiên cứu Hình ảnh của người LGBTIQ+ trên truyền thông Việt Nam 2020-2022



Đỗ Quỳnh Anh

BUZZMETRICS

03/ 2023

isee

Bản quyền: Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường (iSEE)
Địa chỉ: Tầng 3, HB Building, 1C11, Ngõ 140 Giảng Võ, Giảng Võ,
Ba Đình, Hà Nội
Điện thoại: +8424 6273 7933
Email: lgbt@isee.org.vn
Website: www.isee.org.vn/vi

Quy định sao chép: Có thể sao chép, trích dẫn cuốn sách này nhằm phục vụ hoạt động giáo dục hoặc vì các mục đích phi thương mại khác mà không cần xin phép đơn vị giữ bản quyền. Tuy nhiên cần ghi rõ nguồn tài liệu khi sao chép hay trích dẫn.

Thiết kế bìa và dàn trang: Nguyệt Minh Lê

MỤC LỤC

Danh mục từ viết tắt 4

Danh mục bảng biểu 5

1. Bối cảnh và câu hỏi nghiên cứu 6

2. Phương pháp nghiên cứu 8

3. Thông điệp truyền thông và hình ảnh về người LGBTIQ+ được mô tả trên báo chí 26

3.1. Tổng quan về tin tức báo chí đề cập tới chủ đề LGBTIQ+ giai đoạn 2020 – 2022 26

Tỷ trọng nội dung trong Nhóm Chủ đề Nghệ thuật – Giải trí 28

Tỷ trọng nội dung trong Nhóm Chủ đề Đời sống 29

Tỷ trọng nội dung trong Nhóm Chủ đề Pháp luật 30

Tỷ trọng nội dung trong Nhóm Chủ đề Sức khỏe 31

Tỷ trọng nội dung trong Nhóm chủ đề Giáo dục và Nhóm chủ đề Thể thao 32

3.2. Phân tích thông điệp và hình ảnh về người LGBTIQ+ 32

3.2.1. Hiện tượng sử dụng nhầm lẫn hoặc không chính xác các khái niệm vẫn phổ biến 32

3.2.2. Chân dung người LGBTIQ+ vẫn còn bị bó hẹp trong các khuôn mẫu về nghề nghiệp và ngoại hình 34

3.2.3. Khuôn mẫu giới và nan đề 'bình thường hóa' người LGBTIQ+ 37

3.2.4. Các chiều cạnh trong đời sống thiếu đa dạng và vẫn thiếu hụt lồng ghép thảo luận về quyền 38

4. Kết luận và khuyến nghị 40

5. Tài liệu tham khảo 43

6. Phụ lục 44

7. Khuyến nghị báo cáo LGBT News Media 46

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

AJC	Học Viện báo chí và Tuyên truyền
iSEE	Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường
LGBTIQ+	Người đồng tính, song tính, chuyển giới, liên giới tính, và những người có bản dạng giới và xu hướng tính dục khác.
LGBT	Người đồng tính, song tính, và chuyển giới

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng

Bảng 1. Tỷ trọng nội dung tin bài trong Nhóm chủ đề Đời sống 29

Biểu đồ

Biểu đồ 1. Tỷ trọng bài viết theo từng Nhóm chủ đề 27

Biểu đồ 2. Tỷ lệ bình luận theo Nhóm chủ đề 27

Biểu đồ 3. Tỷ trọng nội dung tin bài trong Nhóm chủ đề Nghệ thuật – Giải trí 28

Biểu đồ 4. Tỷ trọng nội dung trong Nhóm chủ đề Pháp luật 30

Hình

Hình 1. Các từ có tần suất xuất hiện cao trong Nhóm chủ đề Sức khỏe 31

Hình 2. Các từ được sử dụng phổ biến nhất trong các bài báo thuộc Nhóm chủ đề Nghệ thuật – Giải trí 36

Hộp

Hộp 1. Ví dụ về việc sử dụng từ 'giới tính' và 'giới tính thứ ba' trên báo chí 33

Hộp 2. Ví dụ về việc sử dụng và giải thích sai các khái niệm 34

Hộp 3. Ví dụ về việc diễn giải xu hướng tính dục như một lựa chọn trong lối sống của cá nhân 35

Hộp 4. Ví dụ về hình ảnh người đồng tính và chuyển giới trong so sánh với các khuôn mẫu phổ biến về giới 37

1.

Bối cảnh và câu hỏi nghiên cứu

Trong một thập niên vừa qua, xã hội Việt Nam đã chứng kiến nhiều bước tiến đáng kể của phong trào vận đồng quyền cho cộng đồng người đồng tính, song tính, chuyển giới, và những người có bản dạng giới và xu hướng tính dục thiểu số khác (LGBTIQ+). Công cuộc vận động sâu rộng từ nghị trường cho tới các thảo luận xã hội đã thúc đẩy những thay đổi trong thái độ và nhận thức của công chúng về cộng đồng nay. Những dấu mốc trong những năm gần đây như sự kiện Viet Pride đầu tiên năm 2012, việc xóa bỏ điều cấm hôn nhân đồng giới trong Luật Hôn nhân và gia đình năm 2013, và việc thông qua điều luật cho phép người chuyển giới được chuyển đổi theo giới tính tự xác định trong Bộ luật Dân sự sửa đổi năm 2015. Sự hiện diện cũng như tiếng nói của cộng đồng LGBTIQ+ ngày càng trở nên rõ nét hơn trong nhiều chiều cạnh khác nhau của đời sống cùng với những bước tiến của phong trào vận đồng quyền.

Hình ảnh truyền thông là một mảnh ghép quan trọng trong bức tranh tổng thể về cách công chúng Việt Nam nhìn nhận về người LGBTIQ+. Nó không chỉ phản ánh những hình mẫu phổ biến trong xã hội mà còn góp phần định hướng và xây dựng cách người dân hình dung và hiểu về cộng đồng này. Năm 2011, Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường (iSEE) và Khoa Xã hội học, Học viện Báo chí Tuyên truyền (AJC) phối hợp thực hiện một nghiên cứu thông điệp truyền thông về người đồng tính trên báo mạng và báo in những năm 2000 cho thấy các bài viết liên quan đến đồng tính đã khắc họa về họ như những người có hành vi và đời sống tình dục khác thường, tiềm tàng nhiều hiểm họa với tư cách đạo đức không đúng đắn thông qua cách sử dụng ngôn ngữ làm tăng định kiến và nhấn mạnh khuôn mẫu giới. Trong khi đó những vấn đề nhu cầu, quyền, và quan hệ xã hội của họ thì ít được quan tâm tới. Dữ liệu trong các năm 2004, 2006 và 2008 chỉ ra rằng tỷ lệ các bài báo mang định kiến và kỳ thị vẫn ở mức cao mặc dù có xu hướng giảm qua các năm.

Một nghiên cứu khác của Faludi (2016) đã phân tích nội dung các bài báo về người LGBT từ tháng Năm 2012 đến tháng Sáu 2014 cho thấy đã có những thay đổi tích cực trong thông điệp truyền thông. Nếu như các diễn ngôn trước đó thường gắn cho người LGBT những nhãn dán tiêu cực như "bệnh hoạn", "tệ nạn xã hội" thì đến giai đoạn này đã không còn hiện tượng miêu tả đồng tính và chuyển giới như các loại bệnh lý hay tệ nạn nữa. Mặc dù vậy, vẫn còn một số bài sử dụng từ "bị" (đồng tính) với hàm ý rằng đây là một hiện tượng không được mong muốn xảy ra ở cá nhân. Tuy không còn bị bệnh lý hóa, đồng tính và chuyển giới vẫn được một số bài báo xây dựng như một "lối sống" hay "trào lưu" của giới trẻ dưới sự ảnh hưởng của văn hóa phương Tây, không phù hợp với "truyền thống" và "thuần phong mỹ tục" Việt Nam.

Đã hơn mười năm kể từ khi nghiên cứu tiên phong tìm hiểu thông điệp truyền thông về người đồng tính được thực hiện, đã có nhiều thay đổi đáng kể trong bối cảnh xã hội, chính trị và văn hóa tại Việt Nam. Kể từ đó phong trào vận động quyền của cộng đồng LGBTIQ+ đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng, bao gồm nâng cao nhận thức và thái độ của công chúng. Trong tiến trình kể trên, các đơn vị truyền thông luôn đóng một vai trò quan trọng trong việc truyền tải kiến thức và tạo dựng hình ảnh về người LGBTIQ+ đưa tới cộng đồng, xã hội. Việc thường xuyên tìm hiểu thông điệp và hình ảnh truyền thông về người LGBQTI+ là vô cùng thiết yếu nhằm quan sát những xu hướng phổ biến trong cách báo chí khắc họa cộng đồng này. Vì vậy, nghiên cứu này hướng tới mục tiêu cập nhật hiện trạng của thông điệp truyền thông về người LGBTIQ+ trên báo chí Việt Nam hiện nay, cụ thể trong giai đoạn 2020 – 2022. Các câu hỏi nghiên cứu bao gồm:

Các thông điệp truyền thông phổ biến về người LGBTIQ+ trên báo chí từ 2020 đến 2022 là gì?

Cách thức đưa tin của báo chí (ngôn ngữ và hình ảnh) về họ ra sao?

Các chương tiếp theo của báo cáo sẽ lần lượt trình bày phương pháp nghiên cứu, các kết quả chính, kết luận và khuyến nghị từ nhóm nghiên cứu.

2.

Phương pháp nghiên cứu

So với các nghiên cứu trước đây, bối cảnh văn hóa – xã hội Việt Nam đã có những thay đổi, đặc biệt trong lĩnh vực truyền thông. Ở thời điểm nghiên cứu thông điệp truyền thông về người đồng tính năm 2011 được thực hiện, báo chí (được hiểu là các tờ báo được đăng ký hoạt động với Nhà nước, bao gồm cả báo giấy/in và báo mạng) là những kênh truyền tin chủ yếu tới công chúng. Sau hơn mười năm, mặc dù các tòa báo vẫn được coi là những nguồn sản xuất nội dung chính, đáng tin cậy nhưng cách người đọc tiếp cận với thông tin đã thay đổi. Nếu như trước đây người đọc chủ động truy cập vào website của các báo để đọc tin thì giờ đây một lượng lớn công chúng tiếp nhận thông tin một cách thụ động thông qua các mạng xã hội. Cụ thể, người đọc có thể cập nhật các tin tức nổi bật thông qua các fanpage, nhóm (group) trên Facebook hay Zalo. Tính đến năm 2022, có khoảng 76,1 triệu người dùng mạng xã hội, chiếm 78,1% tổng dân số Việt Nam (OOSGA, 2023). Mạng xã hội đã làm thay đổi bối cảnh truyền thông với những kênh truyền tin mới, không gian thảo luận công cộng đa dạng với số lượng người tiếp cận vô cùng lớn. Ngoài việc làm thay đổi thói quan tiếp cận thông tin của người đọc, mạng xã hội cũng khiến báo chí phải tích cực cập nhật các xu hướng và sự kiện nổi bật của xã hội để cạnh tranh với các đơn vị và cá nhân sáng tạo truyền thông ngày một đông đảo. Mặc dù vậy, báo chí nhìn chung vẫn được coi là những đơn vị sản xuất thông tin ‘chính thống’, được người dân tin cậy nên vẫn giữ vai trò quan trọng trong việc định hình các thông điệp truyền thông đến với công chúng.

Nghiên cứu này sử dụng kết hợp hai phương pháp nghiên cứu định lượng và định tính. Phân tích định lượng trên một số lượng bài báo lớn từ 40 tờ báo trong khoảng thời gian từ tháng Chín năm 2020 tới tháng Tám năm 2022 giúp phác họa tổng thể hình ảnh truyền thông về người LGBTIQ+. Phương pháp này có thể chỉ ra những hình mẫu phổ biến cũng như những góc cạnh còn thiết hụt trong cách báo chí miêu tả về cộng đồng này. Trong khi đó, phương pháp định tính đi sâu vào phân tích ngôn ngữ và những ý niệm ẩn chứa đằng sau những thông điệp truyền thông của báo chí.

PHƯƠNG PHÁP THU THẬP THÔNG TIN

Với sự mở ra các kênh truyền tin mới thông qua mạng xã hội và sự chuyển dịch trong hành vi tiếp cận thông tin của người đọc, việc thiết kế phương pháp nghiên cứu phù hợp với thay đổi của bối cảnh là cần thiết. Thiết kế này nhằm mục đích quan sát những chủ đề, nội dung liên quan đến người LGBTIQ+ có khả năng tiếp cận người đọc cao nhất. Quan sát thấy việc sao chép bài viết để đăng tải lại là một hiện tượng phổ biến, nhóm nghiên cứu quyết định chọn ra 40 đầu báo lớn để tiến hành nghiên cứu. Những tờ báo được lựa chọn là những đơn vị tự sản xuất nội dung và có lượng truy cập cao. Điều này sẽ giúp loại bỏ một khối lượng không nhỏ các bài viết trùng lặp được sao chép bởi các cá nhân và đơn vị truyền thông, giúp dữ liệu phản ánh chính xác hơn tỷ lệ bài viết với từng nhóm chủ đề. Ngoài việc thu thập bài viết trực tiếp từ website của các tờ báo, nhóm nghiên cứu cũng thực hiện trích xuất dữ liệu từ các bài đăng được chia sẻ thông qua fanpage của các báo trên mạng xã hội Facebook. Các bài báo được thu thập được đăng tải trong khoảng thời gian từ tháng Chín năm 2020 đến tháng Tám năm 2022. Sau khi được trích xuất, khối dữ liệu này sẽ được làm sạch (loại bỏ các bài spam) trước khi được đưa vào phân tích sâu. Bên cạnh bài viết, các bình luận cũng được thu thập để phân tích về mức độ quan tâm của công chúng đối với các Nhóm chủ đề và Chủ đề cụ thể. Khác với dữ liệu bài viết được thu thập trên cả nền tảng Facebook và website của báo, nhóm nghiên cứu chỉ thu thập các bình luận được đăng tải trên website bên dưới mỗi bài viết.

PHÂN TÍCH ĐỊNH LƯỢNG

Quá trình phân tích định lượng được tiến hành qua bốn bước. Ở bước đầu tiên, các bài báo được phân loại theo sáu Nhóm chủ đề lớn, bao gồm: Đời sống, Pháp luật, Giáo dục, Giải trí, Sức khỏe, và Thể thao. Việc phân loại được tiến hành lọc theo danh sách từ khóa đã được xác định trước cho từng nhóm chủ đề trên cơ sở xác định các từ xuất hiện phổ biến nhiều nhất (word frequencies) của từng Nhóm chủ đề và đọc sâu ngẫu nhiên các bài viết. Ngoài ra, danh sách từ khóa cũng được xây dựng dựa trên việc tham khảo các báo cáo và nghiên cứu trước đó liên quan tới thông điệp truyền thông về người LGBTIQ+. Vì được lọc theo từ khóa nên sẽ có một số lượng bài viết cùng lúc được phân loại vào nhiều hơn một nhóm chủ đề. Điều này là phù hợp vì trên thực tế, xu hướng lồng ghép nhiều chủ đề vào một bài báo là phổ biến (ví dụ, bài phóng sự về đời sống có thể thảo luận về chính sách, pháp luật). Tiếp đó, dữ liệu tiếp tục được phân loại theo các Chủ đề cụ thể hơn dựa theo nội dung của bài viết. Việc phân loại ở bước này tiếp tục được thực hiện thông qua phương pháp chọn lọc theo từ khóa tương như ở bước thứ hai. Cách định nghĩa Nhóm chủ đề và danh sách các từ khóa được sử dụng để phân loại dữ liệu được trình bày cụ thể sau đây.

Bước 1:

Thu thập theme thảo luận và phân loại các Nhóm chủ đề trên các bài đăng báo đưa

Nhóm chủ đề	Định nghĩa
Giải trí	• Đời tư, hoạt động của người nổi tiếng trong cộng đồng/có liên quan tới cộng đồng LGBTIQ+ (chuyện tình cảm, cuộc sống, sức khỏe,...) • Sự kiện giải trí (hoa hậu chuyển giới,...)
Đời sống	Cuộc sống của người trong cộng đồng LGBTIQ+ (không phải người nổi tiếng), bao gồm: • Chuyện tình cảm • Các mối quan hệ (không bao gồm mối quan hệ cặp đôi, vd: cha mẹ, người thân, con cái,...) • Cuộc sống cá nhân,... • Sự kiện/phong trào ủng hộ cộng đồng LGBTIQ+ (viet pride, run for pride,...)
Sức khỏe	Các vấn đề về sức khỏe, khám chữa bệnh liên quan đến cộng đồng LGBTIQ+
Pháp luật	• Luật pháp, hiến pháp, qui định của luật pháp về những quyền và nghĩa vụ cho cộng đồng LGBTIQ+ • Case tệ nạn xã hội
Giáo dục	• Định nghĩa về LGBTIQ+ và các vấn đề liên quan đến giáo dục giới tính • Vấn đề học đường trong cộng đồng LGBTIQ+
Thể thao	• Những quy định về thi đấu thể thao cho vận động viên thuộc cộng đồng LGBTIQ+ • Cuộc sống, đời tư của vận động viên thuộc cộng đồng LGBTIQ+

Bước 2:

Xác định từ khóa thảo luận và lượng thảo luận cho từng theme được xác định ở bước 1

Nhóm chủ đề	Từ khóa	Tương tác			%
		Bài viết	Bình luận	Tổng	
Giải trí	người nổi tiếng • diễn viên • nghệ sĩ • nghệ sỹ • ca sĩ • ca sỹ • diễn viên • người mẫu • hoa hậu • sao việt • tiktoker • hot girl • hotgirl • hot boy • hotboy • mỹ nữ • mỹ nhân • mỹ nam • người đẹp • hoa hậu • tiktoker • drag queen • dragqueen • lô tô • QUEER's Got Talent • Miss International Queen • hoa hậu chuyển giới • Alcazar Show • lô tô	38,692	562	39,254	42.0%
Đời sống	tình yêu • cặp đôi • đám cưới • couple • người yêu • người iu • bạn trai • bạn gái • mối quan hệ • gia đình • cha mẹ • bố mẹ • người thân • đời sống • cộng đồng • cuộc sống • đồng nghiệp • môi trường làm việc • come out • comeout • là chính mình • khẳng định bản thân • khẳng định mình • công khai giới tính • sống thật • viet pride • run for pride • vietpride • hanoi pride • hà nội pride • diễu hành cầu vồng • #vietpride • #hanoipride • #runforpride • tôi đồng ý • #toidongy	16,270	7,996	24,266	25.9%

Nhóm chủ đề	Từ khóa	Tương tác			%
		Bài viết	Bình luận	Tổng	
Sức khỏe	khám bệnh • chữa bệnh • bộ y tế • sở y tế • cán bộ y tế • bệnh tình dục • STI • sùi mào gà • smg • lậu • giang mai • chlamydia • HIV • đậu mùa khỉ • herpes • STD HPV HIV • viêm âm đạo • viêm gan B • tệ nạn • trộm • cướp • gạ gẫm • hiếp • giết • sát hại • mua dâm	14,505	2,787	17,292	18.5%
Pháp luật	luật • nghị định • dự thảo • đề xuất • qui định • quy định • tệ nạn • hiếp • cướp tài sản • giết người • sát hại • trộm cắp • mua dâm	8,748	300	9,048	9.7%
Giáo dục	giáo dục giới tính • giáo dục về giới • giáo dục về xu hướng tình dục • kiến thức về giới • định nghĩa • điều cần biết • thuật ngữ • khái niệm	2,530	932	3,462	3.7%
Thể thao	vận động viên • olympic • vđv	103	143	222	0.2%
TỔNG LƯỢNG THẢO LUẬN		**80,848**	**12,720**	**93,544**	100.0%

Bước 3:

Phân loại bài viết theo từng Nhóm chủ đề bằng từ khóa của các từ khóa được xác định ở bước 2

Nhóm chủ đề	Chủ đề
Giải trí	Người nổi tiếng/showbiz
	Sự kiện giải trí cho cộng đồng LGBTIQ+ (hoa hậu chuyển giới, Alcazar Show...)
Đời sống	Tình yêu của cộng đồng LGBTIQ+
	Các mối quan hệ của cộng đồng LGBTIQ+
	Suy nghĩ, trải nghiệm cuộc sống của cộng đồng LGBTIQ+
	Phong trào ủng hộ cộng đồng LGBTIQ+
Sức khỏe	Những vấn đề sức khỏe của cộng đồng LGBTIQ+
	Những vấn đề khi đi khám chữa bệnh của cộng đồng LGBTIQ+
Pháp luật	Vận động chính sách cho quyền của LGBTIQ+ (tôi đồng ý,...)
	Dự thảo, soạn thảo luật
	Thi hành luật liên quan tới quyền LGBTIQ+
	Các vấn đề tệ nạn xã hội liên quan tới cộng đồng LGBTIQ+
Giáo dục	Các vấn đề giáo dục giới tính
	Định nghĩa các khái niệm trong LGBTIQ+
	Vấn đề học đường
Thể thao	Quy định hiện hành cho người LGBTIQ+ tham dự giải thi đấu thể thao
	Vận động viên thuộc LGBTIQ+

Bước 4:

Xác định bộ từ khóa cho các Chủ đề và lượng thảo luận của từng Chủ đề được xác định ở bước 3

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Từ khóa	Tương tác			%
			Bài viết	Bình luận	Tổng	
Giải trí	Người nổi tiếng/ show biz	người nổi tiếng • diễn viên • nghệ sĩ • nghệ sỹ • ca sĩ • ca sỹ • diễn viên • người mẫu • hoa hậu • sao việt • tiktoker • hot girl • hotgirl • hot boy • hotboy • mỹ nữ • mỹ nhân • mỹ nam • người đẹp • hoa hậu • tiktoker	36,820	393	37,213	94.8%
	Sự kiện giải trí cho cộng đồng LGBTIQ+ (hoa hậu chuyển giới, Alcazar Show...)	drag queen • dragqueen • lô tô • viet pride • QUEER's Got Talent • Miss International Queen • hoa hậu chuyển giới • Alcazar Show • lô tô	1,872	169	2,041	5.2%
	TỔNG		**38,692**	**562**	**39,254**	100.0%

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Từ khóa	Tương tác			%
			Bài viết	Bình luận	Tổng	
Đời sống	Tình yêu của cộng đồng LGBTIQ+	tình yêu • cặp đôi • đám cưới • couple • người yêu • người iu • bạn gái • bạn trai	5,581	2,913	8,494	35.0%
	Các mối quan hệ của cộng đồng LGBTIQ+	mối quan hệ • gia đình • cha mẹ • bố mẹ • mẹ mình • bố mình • phụ huynh • người thân • vợ • chồng • bạn bè • đồng nghiệp • môi trường làm việc • văn phòng • công sở	6,948	1,241	8,189	33.7%
	Suy nghĩ, trải nghiệm cuộc sống của cộng đồng LGBTIQ+	trải nghiệm • cuộc sống • đời sống • come out • comeout • kết hôn • sinh con • mang thai • là chính mình • khẳng định bản thân • khẳng định mình • sống thật • công khai giới tính	2,672	3,806	6,478	26.7%
	Phong trào/sự kiện ủng hộ cộng đồng LGBTIQ+	pride month • #pridemonth • pridemonth • tháng tự hào • tôi đồng ý • #toidongy • run for pride • vietpride • hanoi pride • hà nội pride • diễu hành cầu vồng • #vietpride • #hanoipride • #runforpride	1,069	36	1,105	4.6%
	TỔNG		**16,270**	**7,996**	**24,266**	100.0%

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Từ khóa	Tương tác			%
			Bài viết	Bình luận	Tổng	
Sức khỏe	Những vấn đề sức khỏe của cộng đồng LGBTIQ+	bệnh tình dục • STI • sùi mào gà • lậu • giang mai • chlamydia • HIV • đậu mùa khỉ • viêm âm đạo • viêm gan B • herpes STD HPV HIV	8,477	1,998	10,475	60.6%
	Những vấn đề khi đi khám chữa bệnh của cộng đồng LGBTIQ+	chữa bệnh • khám bệnh • cán bộ y tế • bác sĩ • bác sỹ • bộ y tế • sở y tế	6,028	789	6,817	39.4%
	TỔNG		**14,505**	**2,787**	**17,292**	100.0%

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Từ khóa	Tương tác			%
			Bài viết	Bình luận	Tổng	
Pháp luật	Dự thảo, soạn thảo luật	(dự thảo • soạn thảo • đề xuất) + (chuyển giới • chuyển đổi giới tính • chế độ thai sản • hôn nhân đồng giới • hôn nhân đồng tính • hôn nhân không khuôn mẫu • quy định • nghị định • luật)	3,288	179	3,467	38.3%
	Các vấn đề tệ nạn xã hội liên quan tới cộng đồng LGBTIQ+	tệ nạn • trộm • cướp • gạ gẫm • hiếp • giết • sát hại • mua dâm	3,271	113	3,384	37.4%
	Thi hành luật liên quan tới quyền LGBTIQ+	(thực thi • thi hành • bãi bỏ • phạt) + (chuyển giới • chuyển đổi giới tính • chế độ thai sản • hôn nhân đồng giới • hôn nhân đồng tính • hôn nhân không khuôn mẫu • quy định • nghị định • luật)	1,248	1	1,249	13.8%
	Vận động chính sách cho quyền của LGBTIQ+ (tôi đồng ý,...)	(kêu gọi • chiến dịch • lấy ý kiến • trưng cầu dân ý • tôi đồng ý • #toidongy) + (chuyển giới • chuyển đổi giới tính • chế độ thai sản • hôn nhân đồng giới • hôn nhân đồng tính • hôn nhân không khuôn mẫu • quy định • nghị định • luật)	947	7	948	10.5%
	TỔNG		**8,754**	**300**	**9,048**	100.0%

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Từ khóa	Tương tác			%
			Bài viết	Bình luận	Tổng	
Giáo dục	Định nghĩa các khái niệm trong LGBTIQ+	định nghĩa • điều cần biết • thuật ngữ • khái niệm	1,923	775	2,698	77.9%
	Các vấn đề giáo dục giới tính	giáo dục giới tính • giáo dục về giới • xu hướng tình dục • khuynh hướng tính dục • kiến thức về giới	604	157	761	22.0%
	Vấn đề học đường liên quan tới cộng đồng LGBTIQ+	(học sinh • trường học • học đường • nhà trường • thầy cô) + (bạo lực • kỳ thị • kì thị • cô lập • bắt nạt)	3	0	3	0.1%
	TỔNG		**2,530**	**932**	**3,462**	100.0%

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Từ khóa	Tương tác			%
			Bài viết	Bình luận	Tổng	
Thể thao	Quy định hiện hành cho người LGBTIQ+ tham dự giải thi đấu thể thao	(vận động viên chuyển giới • vđv chuyển giới • vđv đồng tính • vận động viên đồng tính • olympic) + (cấp phép • tranh cãi • quyền • quy định • qui định • chính sách)	67	135	202	91.0%
	Đời tư động viên thuộc LGBTIQ+	(vận động viên • vđv • cầu thủ) + (là gay • chuyển giới • công khai giới tính • đồng tính • song tính • lưỡng tính • liên giới tính • bisexual • bisex • intersex • LGBTI • LGBT • LGBTIQA • LGBTIQ+ • LGBTQ • LGBTQ+)	20	0	20	9.0%
	TỔNG		87	135	222	100.0%

PHÂN TÍCH ĐỊNH TÍNH

Mục tiêu của phương pháp định tính là nhằm phân tích sâu về những thông điệp và ý niệm đằng sau những hình ảnh về người LGBTIQ+ được báo chí khắc họa trên truyền thông. Việc phân tích được dựa trên phương pháp ngữ nghĩa học (semantic) trong đối chiếu tương quan với những diễn ngôn và hình mẫu phổ biến đã được đúc rút từ các nghiên cứu trước đó. Trước tiên, nhóm nghiên cứu trích xuất một bài viết có lượng tương tác (bình luận) cao nhất của từng Chủ đề theo từng năm từ bộ dữ liệu đã được phân loại. Đối với những năm mà các bài viết trong cùng một Chủ đề không có sự khác biệt về mức độ tương tác với người đọc (số lượng bình luận bằng nhau hoặc không có bình luận), nhóm nghiên cứu sẽ chọn ra 3 bài viết ngẫu nhiên từ bộ dữ liệu. Số lượng các bài báo được trích xuất theo Nội dung chính được thống kê như bảng sau đây.

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Nội dung chính của bài báo	2020 (1/9/2020 - 31/12/2020)	2021 (1/1/2021 - 31/12/2021)	2022 (1/1/2022 - 30/8/2022)
Giải trí	Người nổi tiếng/ show biz	Người nổi tiếng được hâm mộ	1	1	1
			1		
			1		
		Người nổi tiếng là người thành công	1	1	1
			1		
			1		
		Người nổi tiếng trong cộng đồng được chú ý bởi nhan sắc của họ	1	1	1
			1		
			1		
		Cuộc sống của người nổi tiếng trong cộng đồng hạnh phúc	1	1	1
			1		
			1		
		Người nổi tiếng trong cộng đồng có ảnh hưởng tích cực tới cộng đồng	1	1	1
			1		1
			1		1
	Sự kiện giải trí cho cộng đồng LGBT (hoa hậu chuyển giới, Alcazar Show...)	Hoa hậu chuyển giới	1	1	1
		Alcazar Show		1	1
					1
					1
		Drag queen	1	1	1
				1	1
				1	1

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Nội dung chính của bài báo	2020 (1/9/2020 - 31/12/2020)	2021 (1/1/2021 - 31/12/2021)	2022 (1/1/2022 - 30/8/2022)
Đời sống	Tình yêu của cộng đồng LGBTIQ+	Tình yêu trong cộng đồng được đánh giá là hạnh phúc	1	1	1
			1	1	
			1	1	
		Tuy nhiên, vẫn có những trường hợp không chung thủy	1	1	1
	Các mối quan hệ của cộng đồng LGBTIQ+	Cộng đồng LGBTIQ+ đối diện với sự xấu hổ/buồn bã/khó chia sẻ từ gia đình khi đề cập đến giới tính của bản thân	1	1	1
		Tuy nhiên, gia đình vẫn có phần chấp nhận và mong con cái hạnh phúc	1	1	1
			1	1	
			1	1	
		Mối quan hệ công sở ít được đề cập và thường nhắc tới việc chống kì thị ở nơi công sở	1	1	1
			1	1	1
			1	1	1
	Suy nghĩ, trải nghiệm cuộc sống của cộng đồng LGBTIQ+	Mong muốn được sống thật/thoải mái là chính mình	1	1	1
				1	
				1	
		Cố gắng, nỗ lực để được nhìn nhận 1 cách bình thường như những người dị tính khác	1	1	1

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Nội dung chính của bài báo	2020 (1/9/2020 - 31/12/2020)	2021 (1/1/2021 - 31/12/2021)	2022 (1/1/2022 - 30/8/2022)
Đời sống	Phong trào ủng hộ cộng đồng LGBTIQ+	Những phong trào ủng hộ cộng đồng nhận được sự thu hút từ người có sức ảnh hưởng	1	1	1
			1	1	1
			1	1	1
		Phong trào đã nhận được sự ủng hộ/tham gia từ các thương hiệu		1	1
				1	1
				1	1
Sức khỏe	Những vấn đề sức khỏe của cộng đồng LGBTIQ+	Bệnh tình dục đang gia tăng nhanh chóng ở nhóm người quan hệ đồng tính	1	1	1
			1		
			1		
		Bệnh đậu mùa khỉ là do cộng đồng LGBTIQ+ gây ra/cảnh báo sự kì thị cộng đồng			1
					1
					1
	Những vấn đề khi đi khám chữa bệnh của cộng đồng LGBTIQ+	Người chuyển giới đi khám chữa bệnh còn gặp kì thị và phân biệt đối xử	1	1	1
				1	
				1	
		Đồng tính được chính thức công nhận không phải là bệnh từ bộ y tế	1		1

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Nội dung chính của bài báo	2020 (1/9/2020 - 31/12/2020)	2021 (1/1/2021 - 31/12/2021)	2022 (1/1/2022 - 30/8/2022)
Pháp luật	Dự thảo, soạn thảo luật	Dự thảo luật chuyển giới là bước tiến mới trong việc bình đẳng giới	1	1	1
				1	
				1	
	Thi hành luật liên quan tới quyền LGBTIQ+	Luật chống LGBTIQ+ đã được thực thi ở một số nước để tiến gần hơn với bình đẳng giới	1	1	1
			1	1	
			1	1	
	Vận động chính sách cho quyền của LGBTIQ+ (ví dụ, Chiến dịch "Tôi đồng ý")	Việc vận động chính sách được hưởng ứng tích cực và thu hút sự quan tâm	1	1	1
			1	1	
			1	1	
	Các vấn đề tệ nạn xã hội liên quan tới cộng đồng LGBTIQ+	Tệ nạn xã hội ở nhóm người đồng tính vẫn là một vấn đề được đề cập nhiều	1	1	1
			1		
			1		

Nhóm chủ đề	Chủ đề	Nội dung chính của bài báo	2020 (1/9/2020 - 31/12/2020)	2021 (1/1/2021 - 31/12/2021)	2022 (1/1/2022 - 30/8/2022)
Giáo dục	Định nghĩa các khái niệm trong LGBTIQ+	Đồng tính và chuyển giới là hai khái niệm khác nhau và được tách thành 2 từ khóa riêng biệt	1	1	1
					1
					1
		Liên giới tính mới chỉ được đề cập ở mức sơ khai và còn sự nhầm lẫn giữa khái niệm "liên giới tính", "lưỡng tính" và "song tính"	1	1	1
			1		1
			1		1
		Nhận định đúng lưỡng tính là liên giới tính	1		1
					1
	Các vấn đề giáo dục giới tính	Giáo dục giới tính là điều cần thiết và cần được phổ cập		1	1
					1
					1
	Vấn đề học đường liên quan tới cộng đồng LGBTIQ+	Sự phân biệt đối xử cộng đồng LGBTIQ+ vẫn gặp trong bối cảnh nhà trường	1	1	1
Thể thao	Quy định hiện hành cho người LGBTIQ+ tham dự giải thi đấu thể thao	VĐV chuyển giới nam bị cấm thi đấu do lo ngại về vấn đề công bằng trong thể lực	1	1	1
	Đời tư động viên thuộc LGBTIQ+	Cuộc sống đời tư của những vận động viên thuộc cộng đồng LGBTIQ+ chưa được đề cập nhiều			1
					1
					1
TỔNG SỐ BÀI VIẾT			56	51	55

Không có bài báo liên quan

Các bài báo sẽ được ghi lại toàn bộ (bao gồm chữ và hình ảnh) bằng Ncapture rồi được đưa vào phần mềm Nvivo để phân tích. Đầu tiên, nghiên cứu viên tiến hành đọc sâu tất cả các bài báo. Tiếp đó, các từ ngữ, cụm từ, câu, hoặc đoạn văn miêu tả về người LGBTIQ+ được mã hóa (coding) theo hướng diễn dịch ngữ nghĩa (semantic analysis). Các hình ảnh đăng tải kèm trong bài viết cũng được mã hóa theo nội dung, màu sắc, thông điệp mà chúng truyền tải. Các đoạn mã này được phân loại vào các nhóm thông điệp theo phương pháp quy nạp (inductive). Cuối cùng, nghiên cứu viên sẽ phân tích tổng thể của từng nhóm mã để xác định được quan điểm, thông điệp, tình thái, và hàm ý được truyền tải.

ĐẠO ĐỨC NGHIÊN CỨU

Bảo đảm sự riêng tư và an toàn danh tính là một trong những vấn đề được chú trọng hàng đầu trong quá trình thiết kế phương pháp nghiên cứu. Trong không gian mạng xã hội (cụ thể là nền tảng Facebook), ranh giới của không gian riêng tư và không gian công cộng khó có thể xác định và đôi khi những không gian này có thể chồng lấn lẫn nhau. Ví dụ, khi người dùng để lại bình luận trên các fanpage và nhóm mở (public group), được xem là những không gian công cộng, thì những bình luận này có thể được thu thập để phân tích trong nghiên cứu. Một số lập luận cho rằng khi một người để lại bình luận trong các không gian công cộng, họ đã chấp nhận tham gia vào một không gian nơi hành vi và phát ngôn của họ có thể bị quan sát. Tuy nhiên trên thực tế không phải ai cũng nhận thức được điều này. Ngoài ra, một rủi ro có thể xảy ra đó là những bình luận này có thể dẫn đến việc tiết lộ các thông tin cá nhân của người dùng vì bất cứ ai cũng có thể tìm kiếm tài khoản của chủ nhân các bình luận này thông qua các đường link kết nối trực tiếp đến tài khoản của họ. Vì vậy nhóm nghiên cứu không thu thập các bình luận của người dùng trên nền tảng Facebook để giảm rủi ro tiết lộ danh tính của cá nhân.

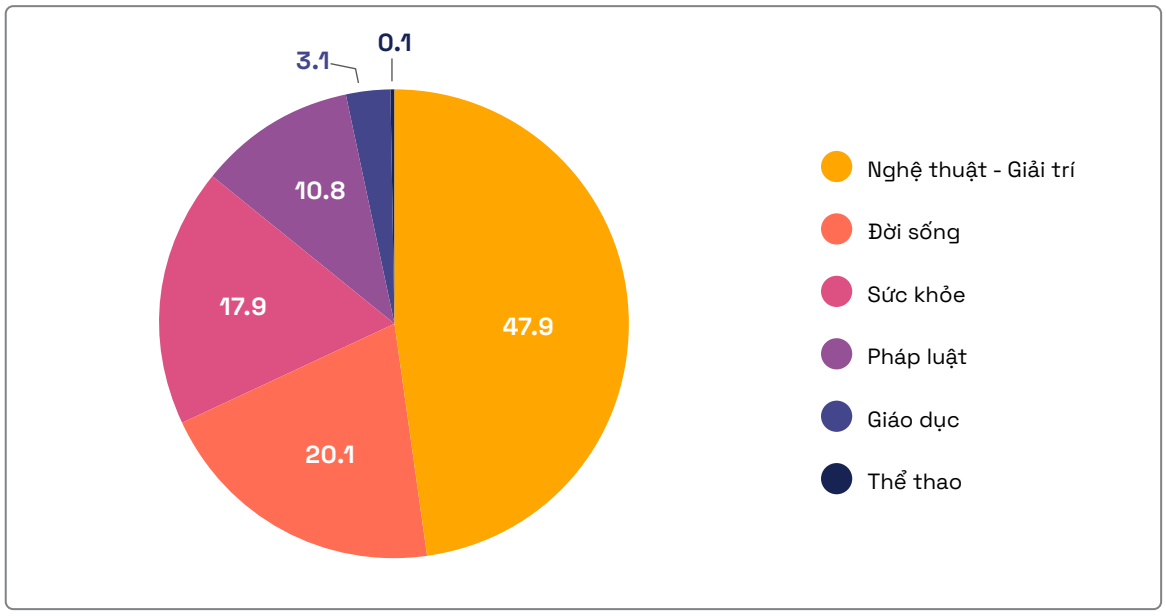
3.

Thông điệp truyền thông và hình ảnh về người LGBTIQ+ được mô tả trên báo chí

3.1 TỔNG QUAN VỀ TIN TỨC BÁO CHÍ ĐỀ CẬP TỚI CHỦ ĐỀ LGBTIQ+ GIAI ĐOẠN 2020 – 2022

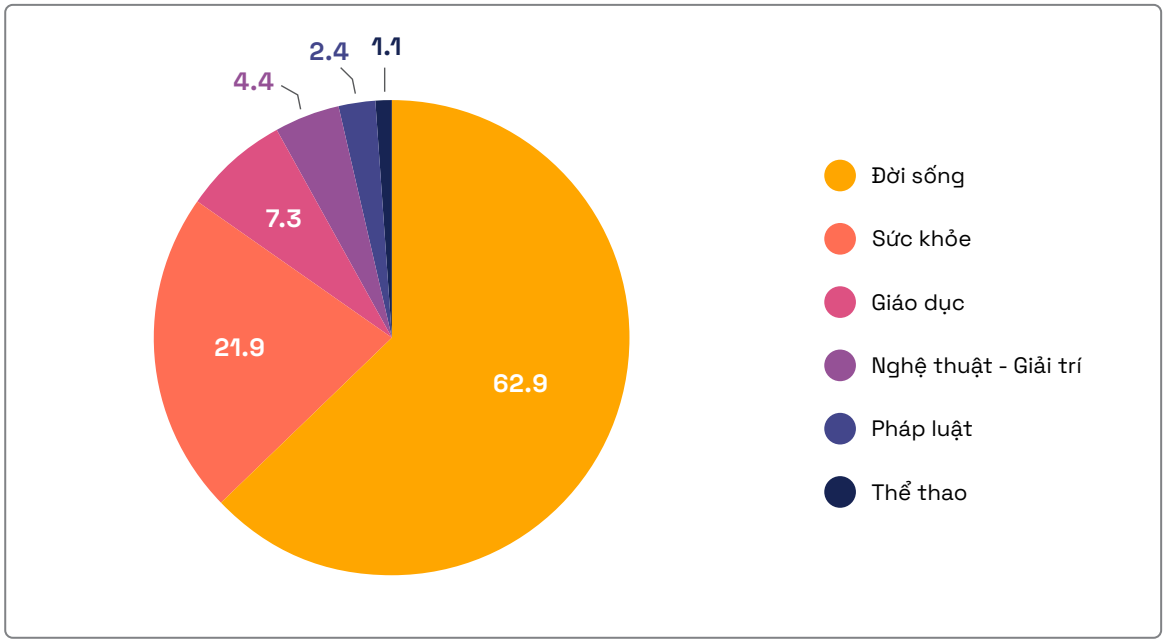
Trong sáu Nhóm chủ đề được khảo sát, có thể quan sát thấy sự khác biệt rõ rệt trong tỷ trọng bài viết. Nghệ thuật-Giải trí có số lượng bài viết áp đảo, chiếm gần một nửa tổng số bài viết được thu thập. Tiếp theo đó là Đời sống và Sức khỏe với tỷ lệ lần lượt là 20,1% và 17,9%. Nhóm chủ đề Pháp luật chiếm 10,8% trong khi hai nhóm còn lại có lượng bài viết rất thấp, Giáo dục 3,1% và Thể thao 0,1%.

Biểu đồ 1. Tỷ trọng bài viết theo từng Nhóm chủ đề



Tỷ trọng về số lượng bài báo không có sự tương quan với mối quan tâm thảo luận của người đọc. Mặc dù chỉ chiếm khoảng 1/5 tổng số bài viết, nhóm chủ đề Đời sống lại thu hút sự quan tâm và tham gia thảo luận của công chúng nhất khi chiếm tới 62,9% tổng số bình luận. Lĩnh vực được quan tâm thứ nhì là Sức khỏe với tỷ lệ 21,9%. Các chủ đề còn lại đều có số lượng bình luận ở mức dưới 8%.

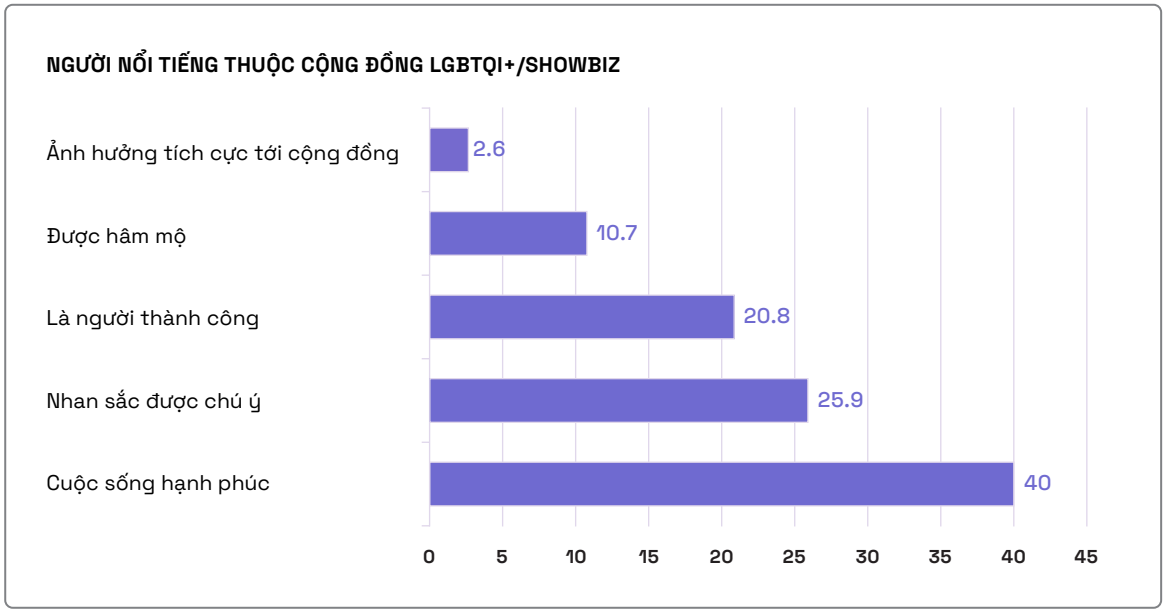
Biểu đồ 2. Tỷ lệ bình luận theo Nhóm chủ đề

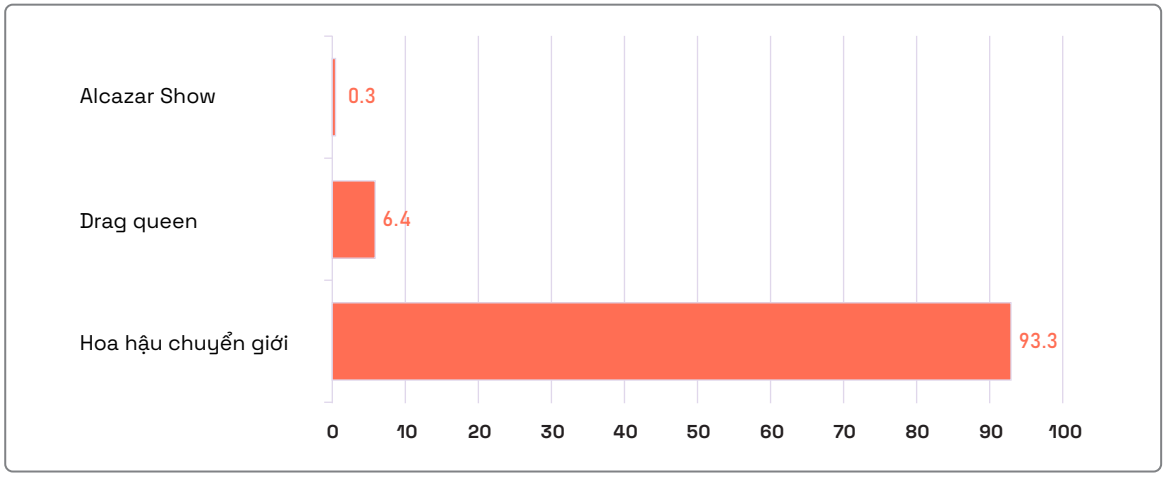


Tỷ trọng nội dung trong Nhóm Chủ đề Nghệ thuật – Giải trí

Các bài báo về những người nổi tiếng thuộc cộng đồng LGBTIQ+ và những sự kiện giải trí là hai nội dung chủ yếu trong Nhóm chủ đề này. Số lượng bài báo về người nổi tiếng và thế giới giải trí (showbiz) chiếm tỉ lệ áp đảo (94.8% trong tổng số 39,254 bài đăng), có thể giải thích bởi tần suất tin bài mới luôn được cập nhật thường xuyên và thu hút sự quan tâm của người đọc. Các bài báo này cho thấy người LGBTIQ+ trong lĩnh vực Nghệ thuật – Giải trí được chú ý về nhan sắc/ngoại hình và có được cuộc sống thành công và hạnh phúc. Trong khi đó tin tức về các sự kiện giải trí của cộng đồng LGBTIQ+ (thông thường báo chí chỉ quan tâm tới các sự kiện lớn, nổi bật) sẽ chỉ diễn ra vào một số thời điểm nhất định trong năm. Đáng chú ý, phần lớn tin bài sự kiện xoay quanh nhóm người chuyển giới (các cuộc thi Hoa hậu dành cho người chuyển giới).

Biểu đồ 3. Tỷ trọng nội dung tin bài trong Nhóm chủ đề Nghệ thuật – Giải trí

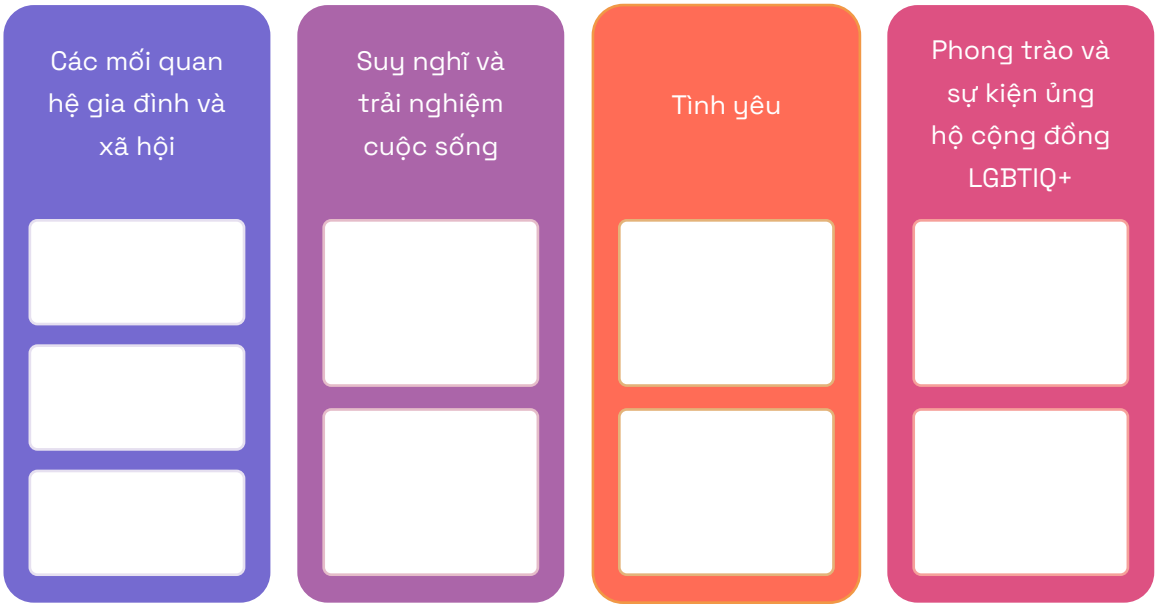




Tỷ trọng nội dung trong Nhóm Chủ đề Đời sống

Trong tổng số 24,266 bài đăng thuộc Nhóm chủ đề Đời sống, có ba nội dung nổi bật nhất lần lượt là Tình yêu (35%), Các mối quan hệ gia đình và xã hội (33.7%), và Suy nghĩ, trải nghiệm của người LGBTIQ+ (26.7%). Chiếm một phần nhỏ là các bài viết về Phong trào, sự kiện vận động quyền và ủng hộ cộng đồng LGBTIQ+ (4.6%). Phần lớn các bài viết về tình yêu kể về những mối tình đẹp, hạnh phúc của các cặp đôi LGBTIQ+ trong khi đó khoảng 1/5 lượng bài về nội dung này khắc hoạt tình yêu đồng giới, người đồng tính hoặc người song tính là như những người không chung thủy, có tình yêu không bền vững. Quan hệ gia đình nổi lên như là mối quan hệ trọng tâm trong đời sống của người LGBTIQ+, trong đó số lượng bài viết về sự phản đối và chấp thuận con cái của cha mẹ là gần bằng nhau. Chiếm một số lượng rất nhỏ là các bài viết về việc chống kỳ thị nơi công sở (5.7%), tuy nhiên những bài này tập trung vào chính sách và môi trường làm việc chứ không đưa ra những câu chuyện thực tế về tình trạng phân biệt đối xử trong môi trường này. Những chia sẻ từ lăng kính cá nhân người LGBTIQ+ tô đậm khao khát được gia đình và xã hội đón nhận để họ được công khai và sống đúng với bản dạng giới/ xu hướng tình dục của mình. Đi kèm với mong muốn này là những nỗ lực để được công nhận. Đối với các bài viết về phong trào và sự kiện vận động quyền cho người LGBTIQ+, thông điệp chính luôn là sự quan tâm và ủng hộ từ những nhân vật có tầm ảnh hưởng và công chúng.

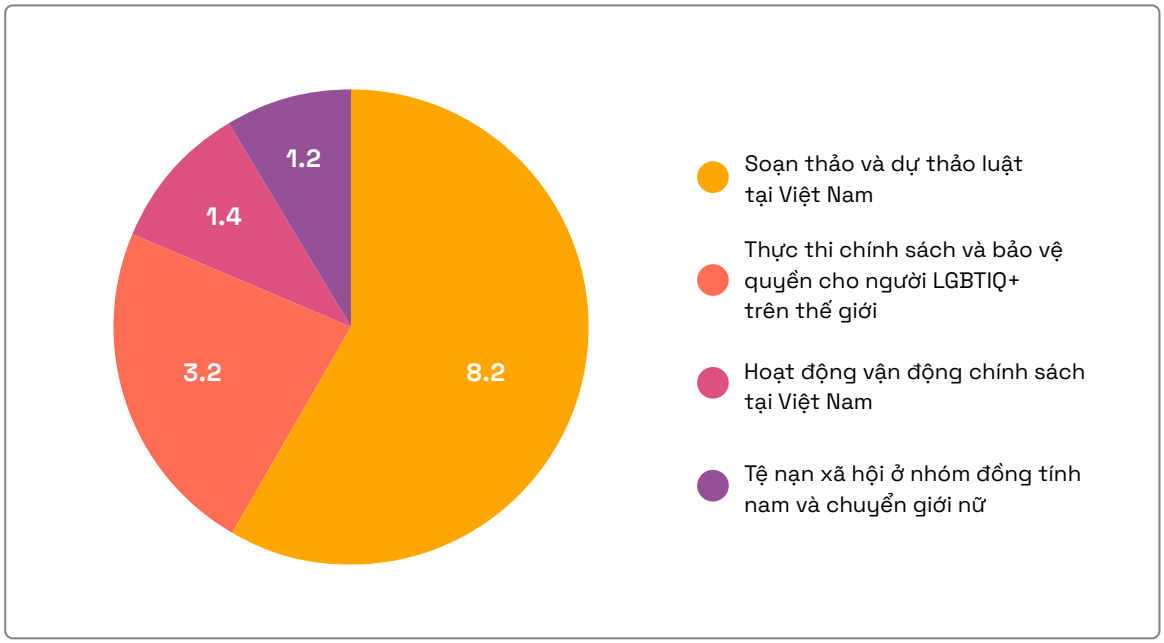
Bảng 1. Tỷ trọng nội dung tin bài trong Nhóm chủ đề Đời sống



Tỷ trọng nội dung trong Nhóm Chủ đề Pháp luật

Ở khía cạnh pháp luật, có thể thấy được các hoạt động vận động quyền cho người LGBTIQ+ tại Việt Nam đã tạo ra nhiều ảnh hưởng không chỉ trong nghị trường mà còn cả trên truyền thông với 38.3% bài viết đề cập đến việc soạn thảo luật và dự thảo luật (Dự thảo Luật chuyển đổi giới tinh), 13.8% bài đưa tin về các chính sách và bảo vệ quyền cho người LGBTIQ+ tại các nước khác, và 10.5% bàn về hoạt động vận động chính sách cho quyền của người LGBT (vận động cho hôn nhân đồng giới). Đây là một trong những thay đổi lớn nhất so với các giai đoạn trước năm 2011, khi các hoạt động quyền cho người LGBTIQ+ gần như vắng bóng. Những bài báo này đóng vai trò quan trọng vì không chỉ cập nhật tin tức đơn thuần mà còn nâng cao hiểu biết và nhận thức của công chúng về nhu cầu và quyền của người LGBTIQ+. Thêm vào đó, chúng cũng tạo ra thông điệp tới người đọc về sự quan tâm tích cực của Nhà nước, chính phủ đến chủ đề này.

Biểu đồ 4. Tỷ trọng nội dung trong Nhóm chủ đề Pháp luật



Bên cạnh chuyển biến tích cực kể trên, vẫn còn một lượng lớn bài báo (37.4%) với những tiêu đề 'giật gân' và nội dung gây định kiến về người đồng tính và chuyển giới cho người đọc. Mặc dù các hành vi phạm tội và các loại tội phạm có thể xảy ra ở bất kỳ một nhóm người nào, nhưng nhiều nhà báo vẫn gắn nhãn một cách chủ ý cho nhóm đồng tính và chuyển giới. Việc liên tục nhấn mạnh vào bản dạng giới và xu hướng tính dục là một thực hành báo chí thiếu trung lập và chuyên nghiệp vì nó sẽ gây ra hình ảnh và thông điệp truyền thông tiêu cực cho những nhóm này. Không những thế, thực hành này sẽ tiếp tục dung dưỡng cho những diễn ngôn trước đây về người đồng tính và chuyển giới như những thành phần 'tệ nạn xã hội'.

Tỷ trọng nội dung trong Nhóm Chủ đề Sức khỏe

Các bài viết trong Nhóm chủ đề Sức khỏe có hai nhóm nội dung chính: Trải nghiệm, dịch vụ khám chữa bệnh cho người LGBTIQ+ (39.4%) và Các vấn đề sức khỏe cộng đồng (60.6%). Đối với nội dung về sức khỏe cộng đồng, đáng chú ý nhất là thông điệp truyền thông vẫn tạo ra ấn tượng cho người đọc về mối liên hệ giữa người đồng tính với những căn bệnh truyền nhiễm, cụ thể là các tin bài về bệnh đậu mùa khỉ trong năm 2022. Đây là một xu hướng có từ lâu vì các nghiên cứu về thông điệp truyền thông trong những năm 2000-2010 thường cho thấy báo chí có xu hướng 'bệnh lý hóa' nhóm đồng tính nam và khắc họa họ như những người không chung thủy, có hành vi tình dục không an toàn và tạo ra hiểm họa sức khỏe cho cộng đồng trước virus HIV/AIDS (iSEE & AJC, 2011; Faludi, 2016). Mặc dù trong dữ liệu cũng có nhiều bài viết cố gắng đưa tin tức một cách trung lập (chỉ cập nhật số liệu) hay nâng cao nhận thức cho công chúng khi khẳng định bệnh đậu mùa khỉ không chỉ xảy ra với nhóm đồng tính nam, nhưng nhìn chung tần suất tin bài và phần lớn tiêu đề bài báo vẫn đi theo hướng gắn đồng tính nam với bệnh truyền nhiễm. Điều này đặt ra yêu cầu cần có những hướng dẫn cụ thể cho người viết bài để có thể cập nhật tin tức một cách phù hợp và không tạo ra thêm định kiến, đặc biệt trong trường hợp của các nhóm dễ bị lề hóa trong xã hội.

Hình 1. Các từ có tần suất xuất hiện cao trong Nhóm chủ đề Sức khỏe

*Ghi chú: Kích cỡ chữ tương ứng với tần suất xuất hiện của từ



Một điểm tiến bộ có thể thấy được so với các giai đoạn trước đây đó là báo chí đã quan tâm nhiều hơn đến nhu cầu của người LGBTIQ+. Các thảo luận về trải nghiệm xoay quanh việc người chuyển giới gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận dịch vụ chăm sóc sức khỏe đặc thù và thái độ thiếu thân thiện của người/đơn vị cung cấp dịch vụ y tế đối với người LGBTIQ+. Nhiều bài viết trong giai đoạn Quý 3 năm 2022 đề cập đến việc chấn chỉnh công tác khám chữa bệnh sau khi Bộ Y tế đưa ra công văn 4132/BYT-PC khẳng định "đồng tính, song tính và chuyển giới không phải là bệnh" và do đó không thể và không cần "chữa trị". Đây là những điểm sáng tích cực được phản chiếu từ những nỗ lực vận động chính sách, làm việc với báo giới và nâng cao nhận thức công chúng trong nhiều năm.

Tỷ trọng nội dung trong Nhóm chủ đề Giáo dục và Nhóm chủ đề Thể thao

Nội dung trong hai Nhóm chủ đề Giáo dục và Thể thao có đề cập đến người LGBTIQ+ vẫn còn thiếu đa dạng. Đối với Nhóm chủ đề Giáo dục, các bài viết về Giáo dục giới tính và phổ biến các khái niệm LGBTIQ+ chiếm 99.9%, trong khi chỉ có 0.1% bài viết bàn về những trải nghiệm học đường của người LGBTIQ+. Một mặt, việc liên tục cập nhật và phổ biến kiến thức về bản dạng giới và xu hướng tính dục sẽ giúp công chúng hiểu và quen thuộc hơn với sự hiện diện của cộng đồng. Mặt khác, song song với việc truyền đạt thông tin cần có những gợi ý và thảo luận để những kiến thức này có thể đi được vào đời sống. Cụ thể, việc tìm hiểu thực trạng trải nghiệm của học sinh LGBTIQ+ và đề xuất những hoạt động giáo dục giới tính trong nhà trường là một hướng đi cần thiết để đảm bảo môi trường thân thiện cho mọi học sinh.

Trong Nhóm chủ đề Thể thao thì có 91% bài về các quy định hiện hành dành cho người chuyển giới khi tham gia các giải thi đấu thể thao và 9% tin về đời tư của những vận động viên là người LGBT. Đáng quan tâm là gần như tất cả các bài đều là những trường hợp ở nước ngoài. Điều này cho thấy hình ảnh về người LGBTIQ+ Việt Nam gần như vắng bóng trong lĩnh vực thể thao và chưa có tiền lệ thảo luận về quy định cụ thể để người chuyển giới tham gia các giải thi đấu ở trong nước.

3.2 PHÂN TÍCH THÔNG ĐIỆP VÀ HÌNH ẢNH VỀ NGƯỜI LGBTIQ+

3.2.1 Hiện tượng sử dụng nhầm lẫn hoặc không chính xác các khái niệm vẫn phổ biến

Sau hơn mười năm của phong trào vận động quyền cho người LGBTIQ+, một trong những kết quả nổi bật đó là kết quả tiến bộ trong việc phổ biến kiến thức về bản dạng giới và xu hướng tính dục. Các nhà báo và đơn vị truyền thông đã trở nên hiểu biết hơn về đề tài này, thể hiện ở việc không còn có bài báo nào coi đồng tính và chuyển giới là bệnh. Đây là một thành tựu nổi bật của nỗ lực thay đổi thông điệp truyền thông về người LGBT so với nghiên cứu trong giai đoạn những năm 2000. Tuy vậy, vẫn còn hiện tượng sử dụng nhầm lẫn hoặc không chính xác thuật ngữ. Phổ biến nhất là việc sử dụng cụm từ 'giới tính thứ ba' như một khái niệm bao trùm cho tất cả các nhóm có bản dạng giới và xu hướng tính dục thiểu số. Kết quả là từ 'giới tính' (sex) vẫn được sử dụng thay thế để chỉ xu hướng tính dục (sexual orientation) với người đồng tính và bản dạng giới (gender identity) đối với người chuyển giới. Hiện tượng này phản ánh quan niệm sai lầm quy khái niệm đồng tính và chuyển giới là một đã xảy ra trên báo chí Việt Nam một thời gian dài (iSEE & AJC, 2011). Điều đáng chú ý là hiện nay ngay cả bản thân người LGBTIQ+ và những nhà báo có kiến thức cũng vẫn tiếp tục sử dụng cụm từ này. Ảnh hưởng của cách gọi này không chỉ khiến công chúng tiếp tục hiểu sai các khái niệm 'giới tính', (bản dạng) 'giới', 'tính dục' mà còn tạo ra hàng rào giữa người LGBTIQ+ với phần còn lại của xã hội khi họ vẫn tiếp tục bị đặt vào 'thế giới thứ ba'.

Hộp 1. Ví dụ về việc sử dụng từ 'giới tính' và 'giới tính thứ ba' trên báo chí

> Khi cầm một văn bản hành chính có đề cập đến giới tính, bạn đã bao giờ tự nghĩ, hai lựa chọn Nam/Nữ là chưa hợp lý? Nếu không phải Nam, cũng chẳng phải Nữ, mà là Đồng tính nam (Gay), Đồng tính nữ (Lesbian), Lưỡng tính (Bisexual), Chuyển giới (Transgender) thì có nên ghi không?
>
> Hoặc nữa, khi Gay có xu hướng trên (thâm nhập) hoặc Gay xu hướng dưới (bị thâm nhập), Les xu hướng trên (mạnh), Les xu hướng dưới (yếu), linh hoạt giới tính… thì các thông tin về giới tính có khiến bạn do dự, hay ngại ngùng khi đặt bút? Do dự hay ngại ngần chính là trạng thái cảm nhận sâu nhất về giới tính sinh học của mình.

Nguồn: Báo Công an Nhân dân, bài viết tiêu đề "Sắc màu giới tính" được đăng tải ngày 22/10/2020.
Link: https://cand.com.vn/Phong-su-Tieu-diem/Sac-mau-gioi-tinh-i585112/

> Không ít trẻ sau nhiều lần thú nhận với bố mẹ nhưng không nhận được sự đồng tình, chúng sống rất tự ti, khép mình, có những trẻ đã bỏ nhà ra đi. Nhiều trẻ đồng tính kể rằng, trẻ bắt đầu cảm thấy mình "khác biệt" từ sớm và giới tính này không phù hợp với trẻ. Vào giai đoạn này, trẻ sẽ thấy sợ hoặc lo lắng.

Nguồn: Báo Phụ nữ Việt nam, bài viết tiêu đề "Bố mẹ đối mặt với việc con thú nhận đồng tính như thế nào?" được đăng tải ngày 14/1/2021.
Link: https://phunuvietnam.vn/bo-me-doi-mat-voi-viec-con-thu-nhan-ve-khac-biet-gioi-tinh-nhu-the-nao-20210111184301661.htm

> Chuyện tình của Peter và Đông Chung khiến nhiều người ngưỡng mộ. Bởi lẽ, họ đã yêu nhau bằng thứ tình cảm chân thành, sâu sắc nhất, lúc nào cũng nghĩ cho đối phương. Đồng thời, gia đình 2 bên cũng có cái nhìn thoáng về giới tính, luôn ủng hộ và vun đắp cho mối tình này. Đây là điều mà không phải người đồng tính nào cũng có được.

Nguồn: Báo YAN, bài viết tiêu đề "Những chuyện tình đồng giới ngọt ngào: Đều cưới sau nhiều năm hẹn hò" được đăng tải ngày 30/12/2021.
Link: https://www.yan.vn/nhung-chuyen-tinh-dong-gioi-ngot-ngao-deu-cuoi-sau-nhieu-nam-hen-ho-287388.html

> **(PLVN) - Câu chuyện "thế giới thứ 3" hay "giới tính thứ 3" đã trở thành lẽ thường theo bản dạng giới. Mặc dù, trên bản đồ châu Á, Việt Nam là một trong những quốc gia thân thiện nhất với cộng đồng LGBT, cả trên cơ sở pháp lý cũng như cái nhìn của xã hội khi mà hôn nhân cùng giới đã hiện diện trong Luật Hôn nhân và Gia đình năm 2014, và quyền của người chuyển giới trong Bộ luật Dân sự năm 2015. Tuy nhiên, sự kì thị ngấm ngầm dường như vẫn luôn đeo bám họ...**

Nguồn: Báo Pháp luật Việt Nam, bài viết tiêu đề "Sự kỳ thị vẫn không... xưa cũ?" đăng tải ngày 22/11/2020.
Link: https://baophapluat.vn/su-ki-thi-van-khong-xua-cu-post372096.html

Việc sử dụng sai hoặc nhầm lẫn các khái niệm xảy ra ở hầu hết các Nhóm chủ đề được khảo sát. Thường gặp nhất là việc sử dụng từ 'lưỡng tính' để chỉ người song tính hoặc người liên giới tính. Ngoài ra, cách giải thích về người chuyển giới cũng gây hiểu sai về nhóm này khi nhiều bài báo có xu hướng gắn họ với việc can thiệp y tế (sử dụng hóc-môn, phẫu thuật chỉnh hình).

Hộp 2. Ví dụ về việc sử dụng và giải thích sai các khái niệm

> Tại đây, những người chuyển giới dù là shemale (người chuyển giới hoàn toàn) hay trans (chưa chuyển giới hoàn toàn)... đều vô tư đăng ảnh khiêu dâm với dòng trạng thái tìm khách mua dâm.

Nguồn: Báo Dân trí, bài viết tiêu đề "Cuộc ngã giá rùng mình trên chợ bán dâm của người chuyển giới' đăng tải ngày 30/12/2020.

Link: https://dantri.com.vn/doi-song/cuoc-nga-gia-rung-minh-tren-cho-ban-dam-cua-nguoi-chuyen-gioi-20201230074814879.htm

> Đến những năm cấp 2, khi internet phổ biến hơn, tôi mới được tiếp cận thông tin về LGBT (Cộng đồng những người có giới tính đặc biệt bao gồm đồng tính luyến ái nữ, đồng tính luyến ái nam, lưỡng tính, chuyển giới và những người đang trong giai đoạn tìm hiểu giới tính cho bản thân - PV).

Nguồn: Báo 24h, bài viết tiêu đề "Đoạn trường của cô gái 16 năm tìm lại chính mình bằng tiêm hormone nam" được đăng tải ngày 6/12/2022.

Link: https://www.24h.com.vn/ban-tre-cuoc-song/doan-truong-cua-co-gai-16-nam-tim-lai-chinh-minh-bang-tiem-hormone-nam-c64a1205469.html

3.2.2 Chân dung người LGBTIQ+ vẫn còn bị bó hẹp trong các khuôn mẫu về nghề nghiệp và ngoại hình

LGBTIQ+ là một cộng đồng đa dạng với nhiều nhóm bản dạng giới và xu hướng tính dục khác nhau. Mặc dù vậy, sự hiện diện của một số nhóm vẫn chiếm ưu thế trên truyền thông Việt Nam, đặc biệt là nhóm đồng tính nam/nữ và chuyển giới nam/nữ. Sự vượt trội về hình ảnh của các nhóm này được quan sát trên toàn bộ các Nhóm chủ đề được khảo sát. Thêm vào đó, báo chí thường sử dụng cụm từ/ nhãn "LGBT" để chỉ nhóm chuyển giới và đồng tính khiến cho người đọc dễ bị nhầm tưởng. Hình ảnh của các nhóm đồng tính nam và chuyển giới nữ vì vậy đã trở thành khuôn mặt đại diện chung về toàn bộ cộng đồng trong ấn tượng của công chúng.

Hình ảnh về người LGBTIQ+ hiện nay đang được gắn với những khuôn mẫu về nghề nghiệp và ngoại hình. Về đặc điểm dân số học, cộng đồng LGBTIQ+ cũng mang những đặc điểm đa dạng về tuổi tác, tôn giáo, trình độ học vấn, nghề nghiệp và thu nhập. Tuy nhiên, báo chí lại có khuynh hướng tập trung khai thác hình ảnh người đồng tính và chuyển giới gắn với lĩnh vực nghệ thuật và giải trí. Số lượng lớn các bài viết về những nghệ sĩ và người nổi tiếng là người đồng tính và chuyển giới vô hình chung xây dựng nên một khuôn mẫu nghề nghiệp phổ biến về người LGBTIQ+ nói chung: là những người sáng tạo và có năng khiếu nghệ thuật. Dù đây là một khuôn mẫu mang tính tích cực nhưng nó đã giới hạn sự hiểu biết của công chúng về một cộng đồng đa dạng trên thực tế. Những đặc tính được gán cho của thế giới nghệ thuật và giải trí như 'sáng tạo', 'khác biệt', 'độc đáo', cũng có khả năng 'đặc thù hóa' các cá nhân và nhóm liên quan. Vì vậy, sự tưởng tượng của công chúng về người LGBTIQ+ bị bó hẹp trong một lĩnh vực cụ thể sẽ tạo ra khó khăn trong việc thay đổi một số quan niệm phổ biến, ví dụ "LGBT (như) là một lối sống/trào lưu" của giới hoạt động nghệ thuật. Không chỉ trong Nhóm chủ đề Nghệ thuật – Giải trí, một số bài viết trong Nhóm chủ đề Đời sống và Giáo dục với mục tiêu phổ biến kiến thức về LGBTIQ+ cũng diễn giải về tính dục và bản dạng giới như một lựa chọn cá nhân. Những dẫn chứng này cho thấy rằng quan niệm "LGBTIQ+ là một lựa chọn về lối sống/ trào lưu" vẫn hiện diện mạnh mẽ trong hình ảnh và thông điệp truyền thông.

Hộp 3. Ví dụ về việc diễn giải xu hướng tính dục như một lựa chọn trong lối sống của cá nhân

Lựa chọn xu hướng tính dục

Bạn lựa chọn xu hướng tính dục của mình như thế nào không quan trọng bằng việc bạn tự nhìn nhận mình là một con người như thế nào?

Giá trị của bạn đóng góp cho xã hội, năng lực của bạn để sống một cuộc sống hạnh phúc như là một con người. Điều đó có ý nghĩa hơn là những xu hướng tính dục cụ thể.

Hiện nay, mặc dù vẫn còn sự kỳ thị xã hội đối với những người chủ yếu bị thu hút bởi những người cùng giới. Nhưng hầu hết những người đồng tính đều có cuộc sống bình thường, hạnh phúc. Bất kể người nào bạn cảm thấy bị thu hút, bạn nên biết rằng những cảm xúc này là hoàn toàn bình thường và đôi khi thay đổi trong suốt cuộc đời.

Nguồn: Báo Vietgiaitri, bài viết tiêu đề "Giáo dục giới tính tuổi teen (Phần 1): Tất tần tật về tính dục" đăng tải ngày 8/9/2020.
Link: https://vietgiaitri.com/giao-duc-gioi-tinh-tuoi-teen-phan-1-tat-tan-tat-ve-tinh-duc-2020908i5214393/

Cùng với sự phổ biến của hình ảnh về người đồng tính và chuyển giới hoạt động trong lĩnh vực giải trí, khuôn mẫu về chuẩn ngoại hình về các nhóm này cũng trở nên quen thuộc với công chúng. Không chỉ những bài báo về người nổi tiếng hay nghệ sĩ, ngay cả những bài viết về đời sống, tình yêu của người đồng tính và chuyển giới cũng tập trung khai thác yếu tố ngoại hình của nhân vật. Điểm đáng chú ý nhất đó là những khuôn mẫu ngoại hình này được tán thưởng vì phù hợp với chuẩn mực về nam/nữ tính của số đông chứ không phải là phá vỡ các khuôn mẫu về vẻ đẹp ngoại hình được gán theo giới. Ví dụ, người đồng tính nam được tán thưởng vì 'điển trai', 'đẹp trai'. Tương tự, người chuyển giới được coi là 'thành công' khi có can thiệp y tế để trở nên 'xinh', 'đẹp' nhất có thể. Sự phổ biến về khuôn mẫu về sự thành công của người đồng tính và chuyển giới trong lĩnh vực nghệ thuật-giải trí và nhan sắc vượt trội được thể hiện qua Hình 2 dưới đây.

Hình 2. Các từ được sử dụng phổ biến nhất trong các bài báo thuộc Nhóm chủ đề Nghệ thuật-Giải trí



Những khuôn mẫu về nghề nghiệp và ngoại hình kể trên, mặc dù mang tính tích cực, nhưng đã khiến hình ảnh về cộng đồng LGBTIQ+ trong ấn tượng của xã hội trở nên hạn hẹp. Những mong đợi về ngoại hình đẹp và thành công có khả năng gây ra áp lực cho các cá nhân. Ví dụ, "người LGBT xinh đẹp", "người LGBT sáng tạo", "người LGBT thành công" thì mới được mọi người công nhận. Hơn thế nữa, sự thành công của một nhóm nhỏ (mà trên thực tế không đại diện hết cho sự đa dạng của cộng đồng) dễ tạo ấn tượng rằng cuộc sống của người LGBTIQ+ tốt đẹp, không trắc trở. Ấn tượng này có thể làm lu mờ trải nghiệm của các cá nhân và nhóm khác trong cộng đồng, cũng như không tạo ra động lực cho xã hội trong việc tìm hiểu và hưởng ứng các phong trào vận động quyền.

3.2.3 Khuôn mẫu giới và nan đề 'bình thường hóa' người LGBTIQ+

Thông điệp và hình ảnh truyền thông về người LGBTIQ+ luôn có khuynh hướng bị đặt trong tương quan so sánh với những chuẩn mực của số đông trong xã hội. Ngoại hình của họ được so sánh với các tiêu chuẩn sắc đẹp theo các khuôn mẫu giới, trong khi lối sống bị đặt trên thước đo về thành công trong sự nghiệp và viên mãn trong tình yêu, hôn nhân. Thường thấy nhất là các mô tả về cơ thể và ngoại hình của người chuyển giới luôn được so sánh với người hợp giới và các khuôn mẫu về vẻ đẹp 'chuẩn' nam/nữ tính. Các bài viết tán thường những người chuyển giới đã thực hiện can thiệp y tế, biến vẻ đẹp ngoại hình trở thành thước đo thành công của hành trình "đi tìm chính mình". Mặc dù vậy, người chuyển giới vẫn không thoát khỏi việc bị xem là 'không trọn vẹn' vì họ sẽ không bao giờ 'trở thành' con gái/trai 'thật', 'xịn'. Nhóm đồng tính cũng không nằm ngoài những quy chuẩn về giới. Không chỉ vẻ bề ngoài, các mối quan hệ trong đời sống của họ cũng được gán cho các từ ngữ được sử dụng với các cặp đôi dị tính. Điển hình nhất là việc sử dụng cặp từ vợ/chồng cho quan hệ của hai người đồng tính. Đi kèm với những từ ngữ này những mong đợi về vai trò tương ứng của nam/nữ tính trong mối quan hệ. Ví dụ như trong cặp đôi đồng tính nam, người đóng vai trò 'chồng' biểu thị cho sự nam tính sẽ phải là người trụ cột, chu cấp cho người đóng vai trò 'vợ' biểu thị cho sự nữ tính.

Hộp 4. Ví dụ về hình ảnh người đồng tính và chuyển giới trong so sánh với các khuôn mẫu phổ biến về giới



Nguồn: Tạp chí Tri thức và Cuộc sống, bài viết tiêu đề "Chuyển giới xinh xuất sắc, cô gái 9x tìm được 'chân ái' cuộc đời" đăng tải ngày 5/1/2021.

Link: https://kienthuc.net.vn/cong-dong-tre/chuyen-gioi-xinh-xuat-sac-co-gai-9x-tim-duoc-chan-ai-cuoc-doi-1482770.html

> Dù phải trải qua những đau đớn về thể xác để được sống đúng với giới tính của mình, An Kim cũng chưa một lần cảm thấy hối tiếc, bởi được ăn mặc điệu đà, dùng phấn son là niềm vui của cô. "Đã là con gái, lúc nào cũng phải đẹp", An Kim chia sẻ.

Nguồn: Tạp chí điện tử Người đưa tin, bài viết tiêu đề "Bí mật về người chuyển giới: Hành trình 'cãi mụ' của chàng trai 9x" đăng tải ngày 25/11/2020.

Link: https://www.nguoiduatin.vn/bi-mat-ve-nguoi-chuyen-gioi-hanh-trinh-cai-mu-cua-chang-trai-9x-a497605.html

> **Chuyện tình 5 năm ngọt ngào của cặp đôi đồng tính nam khiến dân mạng 'rần rần' vì màn tặng Iphone cho 'vợ'**

Nguồn: Báo Vietgiaitri, bài viết tiêu đề "Chuyện tình 5 năm ngọt ngào của cặp đôi đồng tính nam khiến dân mạng 'rần rần' vì màn tặng Iphone cho 'vợ' " đăng tải ngày 18/12/2020.

Link: https://vietgiaitri.com/chuyen-tinh-5-nam-ngot-ngao-cua-cap-doi-dong-tinh-nam-khien-dan-mang-ran-ran-vi-man-tang-iphone-cho-vo-rty1-20201218i5453713/

Từ góc độ truyền thông, việc tái trình hiện người LGBTIQ+ thông qua lăng kính của các khuôn mẫu giới cũng có thể là một cách 'bình thường hóa' cộng đồng này khi truyền tải tới công chúng. Một mặt, người LGBTIQ+ cũng là những thành viên của xã hội Việt Nam và vì vậy không thể tránh khỏi sự ảnh hưởng của những quy chuẩn và khuôn mẫu phổ biến. Mặt khác, nhu cầu được xã hội chấp thuận cũng có thể là động lực thúc đẩy nhiều người LGBTIQ+ phục tùng những chuẩn mực chung này. Thực tế này là nguyên nhân nảy sinh của nan đề 'bình thường hóa' người LGBTIQ+. Trong một thời gian dài, các nhóm có bản dạng giới và xu hướng tính dục thiểu số đã luôn bị coi là 'dị thường', đối nghịch với các 'giá trị truyền thống' và 'thuần phong mỹ tục' của xã hội Việt Nam (Faludi, 2016). Để thay đổi các diễn ngôn này, các chiến dịch truyền thông đã đẩy mạnh diễn ngôn đối kháng, xây dựng hình ảnh người LGBTIQ+ là những công dân Việt Nam với đời sống gần gũi như mọi người khác trong xã hội. Tuy nhiên chiến lược này cũng luôn tiềm ẩn rủi ro đẩy các cá nhân rơi vào các khuôn mẫu của số đông trong nỗ lực để được nhìn nhận là 'người bình thường'.

3.2.4 Các chiều cạnh trong đời sống thiếu đa dạng và vẫn thiếu hụt lồng ghép thảo luận về quyền

Cuộc đời của người LGBTIQ+ trên báo chí chủ yếu xoay quanh một số nội dung chính, bao gồm: tình yêu, công khai bản dạng giới/xu hướng tính dục (coming out), và các mối quan hệ với gia đình. Một tiến bộ rõ nét so với nghiên cứu thông điệp truyền thông được iSEE và AJC thực hiện năm 2011 đó là sự dịch chuyển nội dung về nhóm đồng tính, từ nhấn mạnh vào nhu cầu tình dục chuyển sang khai thác chủ đề tình yêu. Phần lớn các bài viết mang thông điệp tích cực, đề cao mối quan hệ tình cảm đẹp, vượt qua định kiến xã hội của người đồng tính. Công khai và quan hệ gia đình cũng là một khía cạnh thường xuyên được đề cập, trong đó tập trung vào câu chuyện của nhóm đồng tính và chuyển giới. Những bài viết về nội dung này thường gây được sự đồng cảm với người đọc vì đi sâu vào khắc họa tình cảm gia đình và nhu cầu được yêu thương, chấp nhận của người đồng tính và chuyển giới. Tuy nhiên, những chủ đề này vẫn chưa phản ánh hết được những khía cạnh khác trong đời sống của người LGBTIQ+. Cụ thể, các mối quan hệ trong trường học hay công sở ít được khai thác. Những trải nghiệm trong các không gian ngoài gia đình và những vấn đề tồn tại trong đó vì thế ít được công chúng biết đến. Trong khi đó, nghiên cứu về trải nghiệm bị phân biệt đối xử năm 2013 của iSEE phản ánh rằng có khoảng 53.8% người LGBT từng bị bắt nạt hoặc quấy rối bởi bạn học. Ở môi trường làm việc, có 48.4% người tham gia khảo sát từng nghe, nhìn thấy những nhận xét và hành động tiêu cực từ đồng nghiệp. Một nghiên cứu khác do HRW thực hiện năm 2020 cho thấy tình trạng bị bắt nạt và cô lập với người đa dạng tính dục ở Việt Nam vẫn phổ biến trong bối cảnh nhà trường không giải quyết thỏa đáng các vụ bạo hành. Sự cần thiết của việc mở rộng phạm vi nội dung truyền thông là cần thiết để công chúng có được cái nhìn toàn cảnh hơn về những mối quan hệ xã hội và thể chế đang gây ra những khó khăn, trở ngại trong cuộc sống của người LGBTIQ+. Bởi vì như tất cả những người khác, cuộc đời của họ không chỉ gói gọn trong không gian gia đình.

Các thảo luận về quyền luôn được bắt đầu từ những câu chuyện cá nhân về những nhu cầu thiết yếu để có được một cuộc sống hạnh phúc trọn vẹn. Vì thế thông điệp truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc giúp công chúng định hình về những thách thức và trở ngại, và tiếp đó là hiểu về nhu cầu, quyền của người LGBTIQ+. Mặc dù vậy, các bài báo thường rơi vào lối xây dựng thông điệp một màu: hoặc 'bi kịch hóa', hoặc 'tô hồng' cuộc đời của nhân vật. Cách xây dựng thông điệp này khiến nhiều chi tiết bị giảm nhẹ hoặc chỉ được đề cập một cách sơ sài để đảm bảo ấn tượng cuối cùng của người đọc. Ví dụ, ca ngợi chuyện tình yêu của người đồng tính là một nội dung phổ biến trên báo chí. Trong nhiều bài viết, câu chuyện tình yêu của các cặp đồng tình hiện lên theo mô-típ truyện cổ tích với những nhân vật vượt qua chông gai trắc trở (ngăn cấm từ gia đình) để rồi có cái kết viên mãn (làm đám cưới, dự định có con). Thế nhưng những khó khăn trong thực tế như không thể đăng ký kết hôn, khó khăn trong việc nhờ mang thai hộ hoặc nhận con nuôi thì không được đề cập đến. Sự phổ biến của những bài viết này dễ khiến cho công chúng có ấn tượng rằng cuộc sống của người LGBTIQ+ hạnh phúc và không có trở ngại nào về quyền.

4.
Kết luận và khuyến nghị

KẾT LUẬN

Trong hơn một thập niên vừa qua đã có nhiều tiến bộ trong tiến trình vận động quyền cho người LGBTIQ+ tại Việt Nam trên nhiều lĩnh vực trong đó bao gồm báo chí và truyền thông. So với trước năm 2011, hình ảnh và truyền thông về người LGBT đã hoàn toàn thay đổi với những tiến bộ rõ rệt. Nếu như diễn ngôn trước đây miêu tả họ như những thành phần 'bệnh hoạn', 'tệ nạn xã hội', 'nguy cơ cao về bệnh tật' thì giờ đây trong những diễn ngôn mới họ đã được nhìn nhận như người 'tài năng', 'ngoại hình nổi bật', và có nhiều đóng góp cho xã hội. Nhu cầu và quyền của người LGBT từ chỗ vắng bóng trên báo chí thì nay đã được thảo luận rộng rãi và sôi nổi, từ những câu chuyện đời sống cá nhân tới các thảo luận chính sách trong nghị trường. Những thay đổi kể trên cho thấy những bước chuyển mình trong nhận thức của không chỉ nhà báo và người làm truyền thông mà cả của cả công chúng.

Bên cạnh những tiến bộ kể trên, vẫn còn một số những hạn chế trong việc xây dựng hình ảnh và thông điệp về người LGBTIQ+ trên báo chí. Thứ nhất là sự thiếu tính đa dạng và thiếu tính hiện diện. Mặc dù là một cộng đồng đa dạng nhưng trên báo chí chỉ tập trung vào các câu chuyện và vấn đề của nhóm đồng tính và chuyển giới. Ngoài việc đây là những nhóm chiếm số lượng đông đảo và có sự hiện diện rõ rệt trong xã hội, một nguyên nhân khác đó là những hoạt động vận quyền hiện nay cũng tập trung chủ yếu vào các nhóm này. Sự thiếu đa dạng cũng thể hiện qua việc hình ảnh truyền thông về người đồng tính và chuyển giới được xây dựng nên chủ yếu bởi một số nhóm và gương mặt tiêu biểu như người hoạt động trong lĩnh vực nghệ thuật – giải trí. Những câu chuyện đời thường nếu có, cũng rơi vào xu hướng lựa chọn những cá nhân có ngoại hình ưa nhìn với những câu chuyện tình yêu thuận lợi. Tổng hòa của những nhân vật này đã tạo ra khuôn mẫu mới về người LGBT gắn với những tiêu chuẩn về ngoại hình và sự thành công. Hạn chế thứ hai là việc mô tả về người LGBT dựa trên những quy chuẩn của số đông về giới. Mặc dù báo chí có nhiều nỗ lực để 'bình thường hóa' hình ảnh người LGBT nhưng việc sử dụng những quy chuẩn nam/nữ tính như những thước đo trên thực tế đã khiến cho thông điệp truyền thông trở nên thiếu cởi mở hơn cho cộng đồng LGBTIQ+. Cuối cùng có thể kể đến là việc những thông điệp truyền thông gắn người đồng tính và chuyển giới với 'bệnh tật' và 'tệ nạn xã hội' vẫn còn tồn tại, dù đã giảm nhiều. Đây cũng là một vấn đề cần được tập trung cải thiện để tiếp tục cải thiện hình ảnh và thông điệp truyền thông về người LGBTIQ+ trong tương lai.

KHUYẾN NGHỊ

Dựa trên những kết quả nghiên cứu trên đây, nhóm nghiên cứu đưa ra một số khuyến nghị về các thực hành xây dựng hình ảnh và thông điệp truyền thông về người LGBTIQ+.

- Cần tiếp tục đẩy mạnh hoạt động phổ biến kiến thức và khái niệm về LGBTIQ+ cho báo giới. Việc sử dụng sai thuật ngữ như dùng từ "lưỡng tính" để chỉ người song tính và liên giới tính xảy ra phổ biến. Hay từ "giới tính (thứ ba)" vẫn được sử dụng như một thuật ngữ bao trùm để chỉ xu hướng tính dục và bản dạng giới bởi cả những người thuộc cộng động LGBTIQ+, truyền thông và công chúng. Vì vậy việc hướng dẫn sử dụng thuật ngữ một cách chính xác và đồng nhất cho nhà báo và người làm truyền thông là rất cần thiết để thay đổi việc sử dụng thuật ngữ không chính xác hiện nay.

- Cần tăng cường sự hiện diện và đa dạng cho nội dung truyền thông về người LGBTIQ+. Ngoài nhóm đồng tính và chuyển giới, câu chuyện về những nhóm khác cũng cần được phát triển để công chúng có được cái nhìn rộng hơn về sự đa dạng của những nhóm bản dạng giới và xu hướng tính dục khác trong cộng đồng LGBTIQ+. Chủ thể câu chuyện cần có sự phong phú về tuổi tác, nghề nghiệp, điều kiện kinh tế, trình độ học vấn, v.v... Việc đa dạng hóa sự hiện diện cũng sẽ giúp thay đổi những khuôn mẫu về nghề nghiệp và ngoại hình của người LGBTIQ+.

- Đề tài đời sống của người LGBTIQ+ cần được mở rộng khai thác về những mối quan hệ và không gian xã hội ngoài tình yêu và gia đình. Sự thiếu vắng những câu chuyện về trải nghiệm trong các không gian khác nhau như học đường, nơi làm việc, dịch vụ công sẽ không thúc đẩy được các thảo luận về quyền được tiếp cận bình đẳng của người LGBTIQ+ trong những không gian này.

- Nhà báo nên được trang bị những kiến thức về bình đẳng và đa dạng giới để có thể chủ động thay đổi việc rơi vào những lối mòn tư duy về nhị nguyên giới và những quy ước xã hội về nam/nữ tính đi kèm.

5.
Tài liệu tham khảo

Faludi, L. (2016). The Vietnamese LGBT Movement and the Media. Framing and re-Framing Homosexuality in Vietnamese Public and Media Discourses.

HRW. (2020). “Giáo viên nói tôi bị bệnh”: Những rào cản đối với quyền giáo dục của thanh thiếu niên LGBT ở Việt Nam. HRW. https://hrw.org/.

iSEE & AJC. (2011). Thông điệp truyền thông về đồng tính luyến ái trên một số báo in và báo mạng. Nhà xuất bản Thế giới.

iSEE. (2016). “Có phải bởi vì tôi là LGBT?”: Phân biệt đối xử dựa trên xu hướng tính dục và bản dạng giới tại Việt Nam. Nhà xuất bản Hồng Đức.

OOSGA. (2023, January 05). Social Media in Vietnam - 2023 Stats & Platform Trends. OOSGA. https://oosga.com/social-media/vnm/

6.
Phụ lục

Danh sách 40 báo điện tử và fanpage báo chí có lượng tương tác cao nhất về chủ đề LGBTIQ+

Tương tự nền tảng báo điện tử, fanpage của các báo có lượng tương tác cao về thảo luận LGBTIQ+ tập trung nhiều tại các đầu báo mang tính giá trí, gần gũi với giới trẻ.

Tổng lượng tương tác Fanpage báo điện tử

No.	Tên báo	Tương tác (*)
1	YAN báo điện tử	553
2	Bestie	519
3	Kenh14.vn	227
4	Hoa Hoc Tro Magazine	136
5	Dân Trí	102
6	Ngoi sao.net	94
7	Soha.vn	85
8	Tiin.vn	80
9	VnExpress.net	60
10	Báo Thanh Niên	57

No.	Tên báo	Tương tác (*)
11	TinMoi.vn	53
12	Tuổi trẻ	51
13	aFamily.vn	45
14	Eva.vn	37
15	2Sao.vn	36
16	Việt Báo	35
17	Báo Tiền Phong	31
18	Báo Pháp Luật TP.HCM	27
19	Báo Lao Động	19
20	SaoStar	17

No.	Tên báo	Tương tác (*)
21	Vietgiaitri.com	15
22	Báo Nhân Dân	14
23	Vietnamnet.vn	12
24	Báo Sài Gòn Giải Phóng	11
25	Báo Thể thao & Văn hóa	10
26	Báo Người Lao Động	9
27	Báo điện tử VTC	8
28	VTV - Đài Truyền hình Việt Nam	7
29	Báo Công an nhân dân	7
30	VOH FM87.7Mhz	4

No.	Tên báo	Tương tác (*)
31	BÁO MỚI	2
32	24h.com.vn	0
33	Báo Công an nhân dân	0
34	Báo Quân đội nhân dân Điện tử	0
35	thieunien.vn	0
36	Báo Điện tử VOV	0
37	Zing	0
38	Báo An ninh Thủ đô	0
39	ione.net	0
40	hanoimoi.com.vn	0

(*) Tương tác = Số bài đăng

7.

Khuyến nghị báo cáo LGBT News Media

KHUYẾN NGHỊ DÀNH CHO BÁO CHÍ

1. Sử dụng đúng thuật ngữ:

- Các nhà báo và đơn vị truyền thông cần sử dụng đúng các thuật ngữ liên quan đến người LGBTIQ+ để tránh sự nhầm lẫn và định kiến.

- Không sử dụng từ lóng, từ thông tục ("bóng kín", "hi-fi"...) hay các khái niệm mang tính định kiến, tách biệt ("thế giới thứ 3", "xăng pha nhớt"...) để ám chỉ các nhóm có bản dạng giới và xu hướng tính dục thiểu số. Thay vào đó, sử dụng các thuật ngữ chính xác như "đồng tính", "song tính", "chuyển giới" hay "xu hướng tính dục" và "bản dạng giới".

- Xóa bỏ các quan niệm sai lầm về việc người chuyển giới phải "trở thành" con gái/trai "thật". Tôn trọng và chấp nhận bản dạng giới mà họ tự xác định. Dùng danh xưng (anh/chị) đúng với giới tính mong muốn của người chuyển giới, không dùng tên khai sinh của người chuyển giới.

2. Mở rộng hình ảnh về người LGBTIQ+

- Đa dạng hóa hình ảnh về người LGBTIQ+ trên truyền thông để phản ánh đúng sự đa dạng của cộng đồng này.

- Không tập trung quá nhiều vào nhóm đồng tính nam và chuyển giới nữ, mà cần đưa thêm các hình ảnh và câu chuyện về các nhóm khác trong cộng đồng LGBTIQ+.

- Tránh tạo ra khuôn mẫu về nghề nghiệp và ngoại hình của người LGBTIQ+ chỉ trong lĩnh vực nghệ thuật và giải trí. Đa dạng hóa việc đại diện cộng đồng này trong các ngành nghề và lĩnh vực khác nhau.

3. Khai thác câu chuyện và hình ảnh người LGBTIQ+ công bằng, chuyên nghiệp

- Không gắn yếu tố "đồng tính", "chuyển giới" vào nhân vật khi xu hướng tính dục và bản dạng giới của nhân vật không phải là yếu tố chính của câu chuyện, bài báo.

- Tránh khai thác câu chuyện, nhân vật theo hướng bi kịch hóa lẫn lãng mạn hóa, mà không đi kèm với những thông tin và nguyên nhân cũng như giải pháp, mong đợi của người LGBTIQ+. Không đặt các câu hỏi không thực sự cần thiết cho bài báo như tình trạng cơ thể, hành vi tình dục.

- Không dùng những từ "vợ/chồng/bạn trai/bạn gái/người yêu/bạn tình" trong ngoặc kép hay với ngữ điệu nhấn mạnh mang ý nghĩa "tuy vậy mà không phải vậy" vì nó chứa đựng sự bất bình đẳng và áp đặt khuôn mẫu số đông.

- Chỉ sử dụng hình ảnh và thông tin có thể xác định danh tính của nhân vật (địa chỉ, nơi làm việc...) khi được cho phép. Nếu nhân vật công khai và đồng ý cho phép, không tự ý "che mặt" nhân vật.

KHUYẾN NGHỊ DÀNH CHO NHÀ NƯỚC

4. Đào tạo và giáo dục nội dung kiến thức về LGBTIQ+:

- Nhà nước nên yêu cầu các cơ quan nhà nước và cơ sở đào tạo báo chí, tuyên truyền có phần nội dung kiến thức về các vấn đề liên quan đến người LGBTIQ+.

- Đẩy mạnh việc tích hợp nội dung giáo dục về sự tôn trọng đa dạng giới và tính dục trong các khung chương trình giảng dạy ở các cấp học, phù hợp theo từng lứa tuổi.

5. Tăng cường nhận thức xã hội và xây dựng văn hóa tôn trọng sự đa dạng:

- Thúc đẩy các chiến dịch tuyên truyền và chương trình giáo dục công chúng nhằm nâng cao nhận thức về cộng đồng LGBTIQ+, khuyến khích sự chấp nhận và tôn trọng đa dạng giới và tính dục trong xã hội.

- Xây dựng môi trường văn hóa không kỳ thị, tôn trọng sự đa dạng trong các phương tiện truyền thông, nghệ thuật và văn hóa đại chúng.

6. Hoàn thiện các quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi của người LGBTIQ+:

- Đề xuất, xây dựng và hoàn thiện các quy định pháp luật bảo vệ và thúc đẩy quyền lợi của người LGBTIQ+, bao gồm quyền không bị kỳ thị hay phân biệt đối xử, quyền hôn nhân, quyền riêng tư và các quyền nhân thân khác được đảm bảo.

- Đảm bảo việc thực thi hiệu quả các quy định pháp luật liên quan đến cấm phân biệt đối xử và bạo lực dựa trên xu hướng tính dục và bản dạng giới. Điều này bao gồm việc xây dựng cơ chế giám sát, thi hành và xử lý các trường hợp vi phạm một cách nhanh chóng và hiệu quả.

KHUYẾN NGHỊ DÀNH CHO CÁC TỔ CHỨC CỘNG ĐỒNG LGBTIQ+

7. Tăng cường kiến thức và nhận thức về vấn đề LGBTIQ+:

- Cung cấp đào tạo và thông tin cho những người làm việc trong ngành báo chí và truyền thông về các vấn đề liên quan đến người LGBTIQ+.

- Xây dựng các chương trình giáo dục và tài liệu dễ dàng tiếp cận để giáo dục công chúng về đa dạng tính dục.

8. Phát hiện và phản ánh định kiến trên báo chí và truyền thông:

- Đẩy mạnh việc phát hiện và phản ánh định kiến và phân biệt đối với người LGBTIQ+ trong báo chí và truyền thông.

- Xây dựng nền tảng để mọi người có thể báo cáo những nội dung có định kiến hoặc phân biệt đối với người LGBTIQ+ và đảm bảo rằng những nội dung có thể gây nguy hiểm tới người LGBTIQ+ sẽ được phản hồi báo chí một cách hiệu quả.

9. Sự đại diện và tham gia của người LGBTIQ+:

- Đảm bảo rằng người LGBTIQ+ có cơ hội và không gặp rào cản để tham gia vào các hoạt động truyền thông, bao gồm các nhóm LGBTIQ+ là người khuyết tật, sinh sống ở nông thôn, lao động di cư, người có H, dân tộc thiểu số hay các nhóm ít hiện diện khác.

- Tạo điều kiện cho các nhân vật và giọng nói của người LGBTIQ+ được phản ánh một cách công bằng và chính xác, đồng thời đảm bảo sự đa dạng và bình đẳng trong việc lựa chọn người được đại diện.