

Hình ảnh phụ nữ và nam giới trên các phương tiện truyền thông và ảnh hưởng của chúng tới các vai trò giới.

Lê Anh Thu

Trong xã hội hiện đại, các phương tiện truyền thông đại chúng là một hình thức cung cấp thông tin chủ yếu cho cá nhân, đồng thời, cũng là những công cụ giải trí phổ biến. Từ góc độ giới, những thông tin được chuyển tải qua các phương tiện truyền thông đã cung cấp cho cá nhân những định hướng, quan điểm đối với các vấn đề có liên quan đến phụ nữ và nam giới trong xã hội. Khi hình tượng nam giới và phụ nữ trở thành hình tượng trung tâm trên truyền thông với nghĩa tích cực thì truyền thông đại chúng là một thiết chế xã hội quan trọng, tác động mạnh mẽ đến nhận thức về vai trò giới và bình đẳng giới. Ngược lại, khi hình ảnh nam giới và phụ nữ trên truyền thông được mô tả không đúng, dùng để kích thích những thị hiếu tầm thường, không tính đến việc bảo vệ nhân phẩm cho họ thì vô tình nó đã gây ra những ấn tượng không tốt ở những người tiếp nhận thông tin từ truyền thông.

Thế kỷ XXI là thế kỷ của truyền thông và công nghệ thông tin. Đề cập đến những khuôn mẫu giới ẩn giấu phía sau các thông tin là cả một sự thách thức. Thách thức với niềm tin của nhiều người, cả những người cung cấp thông tin và tiếp nhận thông tin. Thách thức này đến từ tính “hai mặt” của vấn đề: Tính tích cực của thông tin và ẩn sau đó là tính tiêu cực của những khuôn mẫu giới. Ai đó ngay lập tức có thể sẽ đưa ra nhiều dẫn chứng với các lời tuyên truyền trên truyền thông về vấn đề bình đẳng giới và nâng cao năng lực, nâng cao vị thế người phụ nữ. Trong một ngày, có bao nhiêu phương tiện truyền thông và bao nhiêu thông tin nói về việc nâng cao vị thế người phụ nữ trong gia đình và xã hội? Có thể thống kê được vô số các thông tin thuận lợi ủng hộ tiến trình bình đẳng giới đang diễn ra nhưng khó để chỉ ra một thông tin bất lợi có tính chính thống nào ngăn cản việc thực hiện tiến trình này. Thuận lợi là cái “hữu hình” mà chúng ta dễ nhận thấy. Tai hại là những khuôn mẫu giới, định kiến giới lại dường như “vô hình” với đa số người.

Trong khi những rào cản công khai đối với sự tiến bộ của phụ nữ gần như đang dần xóa bỏ một cách có ý thức, thì những rào cản khác, những lực lượng tinh vi hơn vẫn cứ tiếp tục duy trì và bảo vệ những định kiến đối với nữ giới (và không loại trừ cả nam giới) dưới rất nhiều hình thức, ngay cả những hình thức được “hợp pháp hóa” như trên các phương tiện truyền thông. Vấn đề đặt ra là: Có hay không những khuôn mẫu về vai trò giới chứa đựng trong ngôn từ và hình ảnh, một cách gần như “vô hình” phía sau các thông tin? Hình ảnh phụ nữ và nam giới được khắc họa trên các phương tiện thông tin đại chúng khác biệt như thế nào? Và những thông tin mang tính khuôn mẫu này có tác động, ảnh hưởng ra sao tới việc thực hiện các vai trò giới ở những người tiếp nhận?

Nghiên cứu sự xuất hiện của các hình ảnh giới trên truyền thông là một chủ đề không mới trong các nghiên cứu về giới ở Việt Nam những năm gần đây. Tuy nhiên, chưa có một công trình nào nghiên cứu một cách toàn diện về chủ đề này. Hầu hết các nghiên cứu đều chỉ là nhận định của tác giả về vấn đề giới và truyền thông dựa trên những phân tích cụ thể về chương trình truyền hình hay bài báo mà không có số liệu thống kê đi kèm và không đo lường được ảnh hưởng của truyền thông tới công chúng. Nghiên cứu này được tiến hành nhằm bổ sung cho những thiếu hụt thông tin trong nghiên cứu về quan hệ Giới và truyền thông đại chúng ở Việt Nam. Qua đó nhằm:

- Nâng cao nhận thức của cộng đồng về các khuôn mẫu giới ẩn giấu phía sau truyền hình – phương tiện truyền thông phổ biến nhất.
- Giúp cho những người làm truyền hình ý thức được những ảnh hưởng của những sản phẩm truyền thông tác động tới việc làm củng cố hoặc thay đổi các vai trò giới vốn có trong xã hội.
- Giúp các nhà quản lý, các nhà hoạt động xã hội có thêm thông tin để xây dựng các chương trình, chính sách nhằm xóa bỏ những hình ảnh giới có tính định kiến trên truyền hình và giảm thiểu tác động tiêu cực của các khuôn mẫu giới đối với công chúng.

Kết quả nghiên cứu

I. Đối tượng xem truyền hình.

Trong số các phương tiện truyền thông đại chúng, truyền hình là một phương tiện truyền thông phổ biến và có sức lôi cuốn với người xem, nhờ khả năng kết hợp âm thanh, màu sắc và hình ảnh sống động.

Về đối tượng xem truyền hình, có 189 người (bao gồm 35,8% nam giới và 64,2% nữ giới) trong độ tuổi từ 20-65 tuổi, cư trú trên địa bàn Hà Nội tham gia vào nghiên cứu. 97,4% những người được hỏi cho biết họ thường xuyên theo dõi các chương trình truyền hình. Nghiên cứu cho thấy không có nhiều sự khác biệt giới trong việc tiếp cận truyền hình.

Về thời lượng xem truyền hình, 62,5% số khách thể cho biết họ thường dành thời gian trung bình từ 1-3h/ngày để theo dõi các chương trình truyền hình; 32% người khác thường xem truyền hình từ 3-6h/ngày; 5% số khách thể còn lại dùng 6-9h/ngày để theo dõi các chương trình được phát từ TV.

Câu hỏi là: Giữa nam giới và nữ giới ai thường dành thời gian nhiều hơn để xem truyền hình? Thống kê cho thấy 64,4% nữ giới có thời gian xem truyền hình từ 1-3h/ngày, nhiều hơn so với 58,5% nam giới. Mặc dù có sự khác biệt trong sở thích xem truyền hình giữa hai giới, nhưng mô hình xem truyền hình theo sở thích này đã phản ánh cách nam giới và nữ giới bộc lộ mình. Mỗi giới có xu hướng thích những nội dung, chương trình mà qua đó họ có thể có được nhiều hơn những thông tin hoặc hình ảnh đại diện cho chính giới của mình.

II. Hình ảnh nam giới và nữ giới trên truyền hình.

Nghiên cứu tập trung tìm hiểu hình ảnh nam giới và nữ giới trên truyền hình dưới 2 góc độ. Thứ nhất, hình ảnh chung về nam giới và nữ giới xuất hiện trên truyền hình thông qua tần suất xuất hiện, hình thức xuất hiện và vai trò giới mà họ thực hiện; thứ hai, hình ảnh nam giới và nữ giới xuất hiện trên truyền hình thông qua từng loại hình chương trình cụ thể.

1. Hình ảnh chung về nam giới và nữ giới xuất hiện trên truyền hình.

Trước hết, về hình thức xuất hiện, phần lớn những người được hỏi thuộc cả hai giới đều cho biết họ thấy hình ảnh phụ nữ và nam giới trẻ đẹp xuất hiện trên truyền hình. Cụ thể về tần suất thì mức độ nữ giới trẻ đẹp xuất hiện nhiều hơn nam giới. Số liệu thống kê cho thấy đánh giá về hình thức xuất hiện của nam giới và nữ giới trên truyền hình, khán giả nữ có phần khắt khe hơn nam giới.

Theo khuôn mẫu giới truyền thống, nữ giới thường làm các công việc nội trợ, chăm sóc gia đình còn nam giới tham gia vào các hoạt động văn hóa xã hội, dự các cuộc họp và giữ vị trí lãnh đạo. Vậy qua con mắt của khán giả, hình ảnh về vai trò xã hội của nam giới và nữ giới trên truyền hình liệu có gì giống và khác so với khuôn mẫu giới truyền thống.

2. Hình ảnh nam giới và nữ giới xuất hiện trên truyền hình thông qua những chương trình cụ thể.

2.1. Hình ảnh nam giới và nữ giới trong chương trình thời sự.

Có một số ý kiến cho rằng “Phụ nữ và nam giới xuất hiện bình đẳng trên truyền hình, đặc biệt trong các chương trình thời sự”. Liệu nhận định này đã chính xác?

2.2. Hình ảnh nam giới và nữ giới trên các chương trình Trò chơi truyền hình (gameshow).

Hình ảnh nam giới và nữ giới được thể hiện trong các Gameshow khác nhau như thế nào? Hãy thử điểm qua một số Gameshow tiêu biểu được nhiều khán giả truyền hình yêu thích.

2.3. Hình ảnh nam giới và nữ giới qua chương trình phim truyền hình.

Khác với các chương trình thời sự chính luận, đối thoại, giao lưu...phản ánh những con người và sự kiện có thật trong đời sống xã hội, phim truyền hình được dàn dựng dựa trên kịch bản hư cấu của các nhà làm phim. Nhưng dù là dựa trên kịch bản hư cấu hay dựa trên những chuyện có thật thì nội dung các phim truyền hình vẫn bị ảnh hưởng bởi các khuôn mẫu giới được công nhận rộng rãi trong xã hội.

III. Hình ảnh nam giới và nữ giới trong cuộc sống.

1. Hình ảnh nam giới và nữ giới trong gia đình.

Phần này phân tích về các hình thức phân công lao động trong gia đình và quyền quyết định về các công việc trong gia đình của chồng và vợ nhằm tìm hiểu những hành động có tính khuôn mẫu về vai trò giới đang tồn tại trong đời sống gia đình ở đô thị.

2. Hình ảnh nam giới và nữ giới tại nơi làm việc.

Các khuôn mẫu về vai trò giới của nam và nữ không chỉ tồn tại trong phạm vi gia đình mà nó còn thể hiện trong đời sống xã hội. Nhìn chung trong quan niệm của cả nam và nữ, những yếu tố được coi là bất lợi với nữ lại trở thành ưu thế của nam.

IV. Ảnh hưởng của hình ảnh về nam giới và nữ giới trên truyền hình với việc thực hiện các vai trò giới.

Thực tế ngày nay phụ nữ đã tham gia nhiều vào các công việc ngoài xã hội, đem lại thu nhập đáng kể cho gia đình và không ít người trong số họ đã đạt được thành công trong cả đời sống gia đình và công việc. Nhưng trên truyền hình, những quan niệm truyền thống về vai trò của cả phụ nữ và nam giới hầu như không thay đổi. Theo đó, hình ảnh phụ nữ được xây dựng là những người dịu dàng nét na, giỏi nội trợ và luôn hướng tới gia đình. Nam giới được xây dựng với hình ảnh của những anh hùng, chuyên gia, người lãnh đạo, là “chỗ dựa” vật chất và tinh thần cho phụ nữ.

Nghiên cứu nhận thấy những hình ảnh có tính khuôn mẫu giới trên truyền hình tác động một cách tiêu cực đến việc hình thành, duy trì và củng cố các quan niệm truyền thống về giới ở người xem, đặc biệt khi những quan niệm có tính khuôn mẫu về vai trò giới còn đậm nét trong suy nghĩ của cả nam giới và nữ giới.