

**THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG
VỀ DÂN TỘC THIỂU SỐ TRÊN BÁO IN**



THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG VỀ DÂN TỘC THIỂU SỐ TRÊN BÁO IN

**Cộng tác nghiên cứu
giữa Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường,
và Khoa Xã hội học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

Nhà xuất bản Thế Giới

NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI

Trụ sở: 46 Trần Hưng Đạo, Hà Nội, Việt Nam

Tel: 84.4.38253841 - 38262996

Fax: 84.4.38269578

Chi nhánh: 7 Nguyễn Thị Minh Khai, Q1, TP. HCM, Việt Nam

Tel: 84.8.38220102

Email: thegioi@hn.vnn.vn

Website: www.thegioipublishers.com.vn

THÔNG ĐIỆP TRUYỀN THÔNG VỀ DÂN TỘC THIỂU SỐ TRÊN BÁO IN

Chịu trách nhiệm xuất bản

TRẦN ĐOÀN LÂM

Biên tập:

Đông Vĩnh

Ảnh bìa:

Hữu Bảo

Trình bày:

Hoàng Tiến Dũng

Sửa bản in:

Phương Thảo

In 500 bản, khổ 15,7 x 23 cm, tại TT Chế bản và In - NXB Thế Giới.

Giấy chấp nhận đăng ký KHXB số: 1301-2011/CXB/1-170/ThG, cấp ngày 25 tháng 11 năm 2011. Quyết định xuất bản số: 195/QĐ-ThG cấp ngày 21 tháng 12 năm 2011.

In xong và nộp lưu chiểu Quý IV năm 2011.

MỤC LỤC

I. GIỚI THIỆU CHUNG	7
Khái quát bối cảnh xã hội truyền thống	8
II. HÌNH ẢNH NGƯỜI DÂN TỘC THIỂU SỐ TRONG CÁC LĨNH VỰC ĐỜI SỐNG	11
1. Kinh tế	11
2. Chính trị - xã hội	14
3. Văn hóa	16
4. Giáo dục	18
5. Đánh giá chung về cách khắc họa hình ảnh người dân tộc thiểu số trên báo in	19
III. VĂN HÓA CÁC DÂN TỘC THIỂU SỐ QUA LĂNG KÍNH BÁO CHÍ	23
1. Khuynh hướng “huyền bí hóa” đời sống tâm linh và tập tục cổ truyền các dân tộc	23
2. Khuynh hướng “lãng mạn hóa” văn hóa miền núi	25
3. Khuynh hướng “bi kịch hóa” thực trạng đời sống của các dân tộc	25
4. Những yếu tố tác động đến cách đưa tin – bình luận về các dân tộc thiểu số	27
4.1. Nhà báo và độc giả	27
4.2. Những ám ảnh “tiến hóa luận”, “trầm tích văn hóa” và “trung tâm văn hóa”	28
IV. ĐỀ XUẤT CẢI THIỆN THÔNG ĐIỆP CỦA BÁO CHÍ VỀ CÁC DÂN TỘC THIỂU SỐ	31
V. LỜI KẾT	34

GIỚI THIỆU CHUNG

Là một quốc gia đa dân tộc, Việt Nam qua nhiều thời kỳ lịch sử luôn nhất quán chính sách đại đoàn kết để xây dựng và bảo vệ đất nước. Đảng Cộng sản Việt Nam khẳng định “vấn đề dân tộc và đoàn kết các dân tộc là chiến lược cơ bản, lâu dài của sự nghiệp cách mạng nước ta”¹. Tuy vậy, xuất phát từ những khác biệt lâu đời về văn hóa, sinh kế và không gian cư trú, giữa dân tộc Kinh chiếm đa số và các dân tộc thiểu số (chiếm khoảng 13% tổng dân số) vẫn còn tồn tại những hiểu lầm, đánh giá sai lệch và cả những định kiến xã hội, có thể ảnh hưởng đến sự phát triển bình đẳng của các nhóm tộc người và sự thịnh vượng chung.

Trong việc xóa bỏ hay ngược lại là củng cố những hiểu lầm và định kiến đó, báo chí truyền thông đóng một vai trò quyết định. Sự lặp đi lặp lại những thông điệp truyền thông tích cực có thể tạo nên thái độ tôn trọng và cách ứng xử bình đẳng đối với các dân tộc thiểu số, ngược lại những thông điệp tiêu cực lâu ngày có thể gây tâm lý coi thường và dẫn tới cách đối xử bất công, thậm chí có thể gây mặc cảm tự ti trong chính người dân tộc thiểu số, làm họ mất đi cơ hội phát triển bình đẳng và đóng góp tích cực cho xã hội.

Vì vậy, Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường kết hợp với Khoa Xã hội học của Học viện Báo chí – Tuyên truyền tiến hành nghiên cứu thông điệp truyền thông về dân tộc thiểu số trên một số tờ báo in nhằm (i) đánh giá cách một số tờ báo đưa tin và bình luận về người dân tộc thiểu số, (ii) phân tích sự thay đổi trong cách đưa tin và bình luận qua các năm, và (iii) xem xét khả năng cách đưa tin – bình luận của một số tờ báo này có thể gây ra định kiến hay ngược lại là chống định kiến đối với các dân tộc thiểu số.

Nghiên cứu được tiến hành trên 500 bài báo thu thập ngẫu nhiên từ 4 tờ báo đại chúng có lượng độc giả hàng đầu hiện nay, bao gồm Thanh Niên, Tuổi Trẻ, Tiền Phong và Công An Nhân Dân, đăng tải qua các năm 2004, 2006 và nửa đầu năm 2008. Lần

1. Nghị quyết Đại hội X của Đảng Cộng sản Việt Nam, 2006.

đầu tiên tại Việt Nam, nghiên cứu đã phát hiện những đặc trưng về hình ảnh của người dân tộc thiểu số và nền văn hóa các dân tộc thiểu số trên các tờ báo in. Cuốn sách này sẽ trình bày một cách ngắn gọn các phát hiện nổi bật nhất thu được từ nghiên cứu.

Cũng dựa trên các kết quả của nghiên cứu, Tiến sỹ Nguyễn Văn Chính (Đại học Quốc gia Hà Nội) đã viết bài mang tính khái quát hóa về cách thức một số báo in đang truyền thông về các dân tộc thiểu số hiện nay. Bài viết đã được đăng tải trên một số tạp chí chuyên ngành, và được trích lược như một phần trong cuốn sách này.

Khái quát bối cảnh xã hội và truyền thông

Ở Việt Nam, các dân tộc thiểu số trước đây thường được biết đến với các danh xưng dùng chung như “người Thượng”, “người Thổ”. Người Kinh với tư cách là dân tộc đa số, dù có ý thức hay vô thức, thường cho mình có vị thế cao hơn so với các tộc người thiểu số, và nhìn nhận “người Thượng”, “người Thổ” như những người ở trình độ phát triển thấp hơn, cư trú ở những vùng xa xôi ít ai lui tới, với lối sống có phần kỳ dị, lạ thường². Khoảng cách giữa các tộc người càng bị khắc sâu khi chủ nghĩa thực dân truyền bá thuyết tiến hóa đơn tuyến để bào chữa cho việc đi “khai hóa văn minh” và áp dụng chính sách “chia để trị” gây chia rẽ dân tộc³. Chính vì vậy, định kiến giữa các dân tộc trên lãnh thổ Việt Nam, dù ít dù nhiều, đã tồn tại qua các thời kỳ như một sản phẩm của lịch sử.

Việc xác minh các thành phần tộc người chỉ được tiến hành từ đầu những năm 1970 dựa trên ba tiêu chí: ngôn ngữ, văn hóa và ý thức tự giác tộc người. Theo đó, 54 thành phần dân tộc đã được xác định, thể hiện sự thừa nhận và tôn trọng với các tộc người cư trú trên lãnh thổ Việt Nam. Việt Nam là một trong số ít quốc gia trong khối Đông Nam Á khẳng định các quyền của người dân tộc thiểu số trong Hiến pháp và hiện đã có một khung pháp lý tương đối đầy đủ trong việc thừa nhận vị thế bình đẳng của các dân tộc thiểu số.

Tuy nhiên, theo “Báo cáo về vấn đề dân tộc và phát triển ở Việt Nam” (Ngân hàng Thế giới, 2009), tình trạng định kiến đối với

2. Bằng chứng về định kiến của người Kinh với tư cách tộc người đa số đối với “người Thượng”, “người Thổ” có thể tìm thấy trong văn học dân gian và cả văn học lãng mạn nửa đầu thế kỷ 20, như các tác phẩm “Vàng và Máu” của Thế Lữ hay “Chuyện đường rừng” của Lan Khai.

3. Thuyết tiến hóa (tiến hóa luận) đơn tuyến về văn hóa: xem chương III, phần 4.1, trang 29.

các dân tộc thiểu số vẫn khá phổ biến, đã và đang gây những hậu quả nhìn thấy được đối với sự phát triển bình đẳng của các nhóm tộc người. Ngoài những hậu quả dễ thấy về đói nghèo, trình độ học vấn và điều kiện chăm sóc y tế, đáng chú ý nhất chính là tình trạng tự định kiến, khi nhiều dân tộc đang đánh giá bản thân thấp hơn nhiều so với những gì người khác đánh giá về họ.

Thông kê khái quát về tần suất và vị trí đăng tải các bài viết về dân tộc thiểu số trên các tờ báo in nằm trong diện nghiên cứu phần nào cho thấy sự khiêm tốn của mảng đề tài này. Trong số 500 bài viết được đưa vào phân tích, chỉ có 4 bài được đăng ở trang đầu, cho thấy đề tài dân tộc thiểu số ít khi được coi là đặc biệt quan trọng hay có thể thu hút sự chú ý đặc biệt của độc giả. Số lượng bài viết qua các thời điểm từ năm 2006 đến 2008 cũng ít thay đổi, cho thấy không có đột biến về mức độ quan tâm của báo chí đối với mảng đề tài này.

Thông kê về khu vực mà các bài báo đề cập lại phần nào cho thấy sự thiên lệch trong thông điệp truyền thông về dân tộc thiểu số. Xét theo tính chất khu vực hay tính chất sự kiện xảy ra ở khu vực, thì xu hướng chung là vùng khó khăn được đề cập nhiều nhất với 54% số bài viết, tiếp sau lần lượt là điểm nóng chính trị (11.5%), khu du lịch văn hóa (11.1%), vùng căn cứ cách mạng (6.7%), điểm nóng về ma túy - tệ nạn xã hội (3.6%) và các vùng khác (21%). Tính chung, hơn hai phần ba số bài viết đề cập đến các khu vực khó khăn hoặc có các vấn đề về chính trị và tệ nạn xã hội, dễ dàng tạo nên một ấn tượng chung tiêu cực về địa bàn các dân tộc thiểu số.

Một điểm khác tương như ít quan trọng nhưng cũng có thể cho thấy sự thiên lệch của truyền thông với dân tộc thiểu số là nhà truyền thông chưa quan tâm viết đúng và thống nhất tên các dân tộc. 65% trong số các bài viết có xác định cụ thể tên dân tộc đã viết không chính xác, thậm chí có phần tùy tiện tên các dân tộc, nếu căn cứ vào Danh mục các thành phần dân tộc Việt Nam⁴. Trong khi đó chính việc viết tên các dân tộc chính xác và thống nhất sẽ thể hiện ý thức dân tộc, sự tự ý thức dân tộc và sự tôn trọng của cộng đồng đối với mỗi dân tộc.

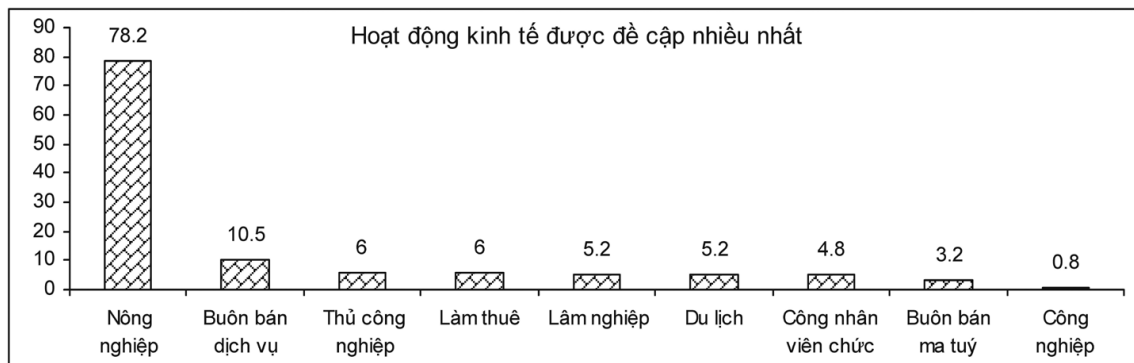
4. Tổng cục Thống kê ban hành năm 1979.

II. HÌNH ẢNH NGƯỜI DÂN TỘC THIỂU SỐ TRONG CÁC LĨNH VỰC CỤ THỂ

1. Trong lĩnh vực kinh tế

Chủ đề kinh tế xuất hiện nhiều như chủ đề phụ hơn là chủ đề chính, tuy nhiên nếu không phân biệt chính phụ thì đây là chủ đề được đề cập nhiều nhất, với hơn một nửa (51.8%) trong tổng số 500 bài báo được đưa vào nghiên cứu. Phân tích các vấn đề kinh tế được nêu trong các bài báo, từ loại hình hoạt động kinh tế, tính chất của mô hình sản xuất, thể chủ động/bị động của chủ thể hoạt động kinh tế, cho đến điều kiện sống, sinh hoạt liên quan đến kinh tế đều cho thấy những khuôn mẫu đáng chú ý trong các thông điệp truyền thông.

Các hoạt động kinh tế mà người dân tộc thiểu số tiến hành được mô tả tương đối đa dạng, song phần lớn đề cập đến các hoạt động nông nghiệp. Các hoạt động khác như buôn bán dịch vụ, thủ công nghiệp, lâm nghiệp, du lịch, làm thuê cũng được đề cập nhưng với tỉ lệ rất thấp, khiến cho hình ảnh người dân tộc thiểu số có xu hướng gắn liền với việc làm nông.



Trong khi gắn hình ảnh người dân tộc thiểu số với nông nghiệp, thì các tác giả dường như cũng đạt được sự đồng thuận trong việc phê phán mô hình sản xuất của người dân bản địa và cổ vũ cho việc áp dụng phương thức sản xuất mới. Theo đó, sản xuất theo cách thức truyền thống là lạc hậu, gắn với đời sống bấp bênh, nhiều rủi ro: “... Xã Kon Pne... đói nghèo nhất tỉnh, lạc hậu nhất tỉnh...” bởi “kiểu canh tác lạc hậu: dùng trâu giẫm nhuyễn đất để gieo cấy” (Trường hợp 462). Ngược

lại, áp dụng phương thức canh tác của miền xuôi đường như là con đường duy nhất để phát triển kinh tế. *“Có cái chữ trong đầu, Vàng Mí Cơ hiểu rằng: Người Hmông mình không lười đâu nhưng sao cứ đói nghèo mãi thế, tại mình chưa biết làm ăn thôi...Ngộ ra điều ấy, cậu...đọc những cuốn sách khuyến nông, khuyến lâm được nhà nước cấp phát...có buổi tập huấn khuyến nông nào là Vàng Mí Cơ xin đi bằng được... đến nay thu nhập hàng năm của gia đình ước đạt 300 triệu đồng...”* (Trường hợp 107).

Không có bài báo nào đặt vấn đề trong bối cảnh rộng lớn hơn về văn hóa – xã hội – môi trường để thừa nhận giá trị của các phương thức sản xuất được tạo lập trong quá trình các dân tộc thiểu số thích ứng với tự nhiên để tồn tại và phát triển. Cũng không có câu hỏi nào được đặt ra về sự phù hợp của các chương trình phát triển với từng vùng địa lý và văn hóa. Có thể nói sự phủ nhận giá trị của tri thức bản địa, cách đánh giá “cao - thấp”, “tiến bộ - lạc hậu”, coi việc áp dụng khoa học kỹ thuật “hiện đại” để thay đổi phương thức sản xuất như con đường duy nhất cho phát triển kinh tế là một dấu ấn rõ nét của quan điểm tiến hóa luận đơn tuyến⁵.

Hình ảnh người dân tộc thiểu số trong lĩnh vực kinh tế cũng xuất hiện trên mặt báo với một số đặc điểm nổi bật nghiêng về khía cạnh tiêu cực nhiều hơn là tích cực. Không thể phủ nhận tỉ lệ khá cao hình ảnh những người dân tộc thiểu số chủ động, sáng tạo, nỗ lực vươn lên không chỉ làm giàu cho bản thân mà còn đóng góp cho cộng đồng (chiếm 38.2% số bài báo), song hình ảnh người dân tộc thiểu số khó khăn, bế tắc, bị động, ỷ lại, được trợ giúp hay trông đợi sự trợ giúp về kinh tế vẫn xuất hiện với tần suất cao hơn hẳn (chiếm 52.7%).

Nhận xét chung về điều kiện kinh tế của người dân tộc thiểu số, ngoài một tỉ lệ thấp 20% các bài viết mô tả những trường hợp điển hình có điều kiện kinh tế khá giả do biết cách làm ăn, phần lớn mô tả người dân tộc thiểu số trong tình trạng nghèo đói, túng thiếu (64.2%) hoặc thoát nghèo (26.6%). “Nghèo” và “đói” vẫn là những từ được dùng phổ biến.

“...Sapa đang hạ hê trong những ngày hội băng tuyết... cái Sapa thứ hai đang run lên vì đại họa đang giáng xuống đầu, có nguy cơ cướp sạch mọi vốn liếng ít ỏi của người nông dân, đẩy họ từ trung nông xuống nghèo,

5. Thuyết tiến hóa (tiến hóa luận) đơn tuyến về văn hóa: xem chương III, mục 4.2, trang 29.

từ nghèo xuống bần cùng” (Trường hợp 110)

“...vị trí cầm bản rất đẹp, thuận lợi cho việc sinh sống tự cung tự cấp...nhưng bà con bản Đòng đang phải đối mặt với cái đói triền miên.” (Trường hợp 117)

“Đi qua vùng hạn Tây Nguyên...hạn hán giữa mùa mưa...” đã đẩy người dân vào tình cảnh “đói là cái chắc...khốn hơn là nợ vay ngân hàng... cả chục triệu đồng rồi sẽ lấy gì mà trả nợ đây...” (Trường hợp 375)

Đáng nói hơn nữa là trong khi hình ảnh người dân tộc thiểu số có điều kiện kinh tế khá giả thường là những cá nhân điển hình, thì hình ảnh đồng bào nghèo đói, trông chờ trợ giúp thường không xuất hiện đơn lẻ mà thường là hình ảnh của cả cộng đồng. Tất cả cùng nhau tạo nên ấn tượng chung tiêu cực về đời sống kinh tế của các dân tộc thiểu số.

Lý giải nguyên nhân nghèo hoặc thoát nghèo

Không chỉ có xu hướng gắn người dân tộc thiểu số với tình trạng nghèo đói, đáng chú ý còn là cách các nhà truyền thông lý giải tại sao người dân tộc thiểu số nghèo túng, hoặc nhờ đâu đồng bào có thể thoát nghèo. Khi phân tích nguyên nhân nghèo đói, một tỉ lệ lớn các bài báo đề cập đến các điều kiện tự nhiên bất lợi (32.7%) và các yếu tố dường như là chủ quan của đồng bào, như thiếu vốn, thiếu đất canh tác, đông con, sức khỏe yếu (39.8%), hay lười lao động, lạc hậu, không biết làm ăn, mắc tệ nạn xã hội. Chỉ có một tỉ lệ thấp (11.2%) đề cập đến nguyên nhân thiếu sự quan tâm của chính quyền.

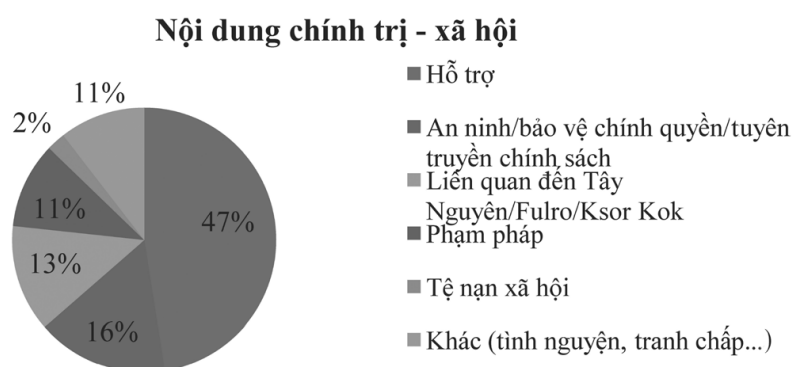
Ngược lại, khi phân tích nguyên nhân thoát nghèo, vươn lên khá giả, thì rất nhiều bài báo đề cập đến sự giúp đỡ của chính quyền (44%), đoàn thể, và các chính sách đúng đắn của địa phương.

Như vậy, một mặt các nhà truyền thông thiên về mô tả người dân tộc thiểu số gắn liền với tình trạng nghèo đói, mặt khác tìm cách lý giải nguyên nhân nghèo hoặc thoát nghèo một cách thiếu khách quan, chỉ dựa trên những hiện tượng bề nổi. Có thể nói không quá rằng sự mô tả theo lối mòn và những nhận định thiên lệch như vậy trên mặt báo đã không chỉ vẽ nên hình ảnh ảm đạm của người dân tộc thiểu số trong lĩnh vực kinh tế mà còn gây ấn tượng họ chính là những người chịu trách nhiệm duy nhất về tình trạng khốn khó của mình.

2. Trong lĩnh vực chính trị - xã hội

Chủ đề chính trị - xã hội trên báo chí là một lát cắt rất rộng. Trong khuôn khổ nghiên cứu này, cấu trúc của chủ đề chính trị xã hội được chia thành sáu mảng nổi bật dựa trên nội dung xuyên suốt các bài báo.

Chiếm tỉ lệ lớn hơn cả là các hoạt động hỗ trợ đối với người dân tộc thiểu số (47.5%), mà đa phần đề cập đến việc hỗ trợ thỏa mãn nhu cầu cơ bản và nhu cầu an toàn, các nhu cầu được coi là ở mức thấp nhất trong thang nhu cầu của con người⁶. Khu vực được nhắc đến nhiều nhất trong các hoạt động hỗ trợ là Tây Nguyên, cao gấp gần 3 lần so với khu vực Bắc Trung Bộ là khu vực được nhắc đến nhiều thứ hai. Sự chênh lệch này dễ dàng dẫn đến suy diễn sai lầm rằng các dân tộc thiểu số Tây Nguyên là các cộng đồng nghèo nhất, yếu kém nhất, cần hỗ trợ nhiều nhất. Trong khi đó, thống kê chính thức trong cùng thời điểm cho thấy khu vực dân tộc thiểu số có tỷ lệ hộ nghèo cao nhất không phải Tây Nguyên mà là Bắc Trung Bộ (20.4%), Đông Bắc (18.01%) và Đồng bằng sông Cửu Long (17.55%)⁷.



Nhóm vấn đề an ninh, bảo vệ chính quyền và chống phá chính quyền là nhóm chủ đề được đề cập nhiều thứ hai (tính chung 29.2%), cho thấy địa bàn các dân tộc thiểu số thường được coi là nhạy cảm về chính trị hoặc là điểm nóng về ổn định chính trị. Nhóm chủ đề tệ nạn xã hội và phạm pháp được đề cập nhiều thứ ba, chiếm 12.8% số bài báo.

Trong khi đó, xuất hiện rất ít những bài báo đề cập đến tiếng nói,

6. Theo lý thuyết “Tháp nhu cầu” gồm 5 bậc được thừa nhận rộng rãi của Abraham Maslow (1943).

7. Theo Mai Thanh Sơn và cộng sự (EMWG, 2007, trang 70): Báo cáo phân tích tài liệu thứ cấp cho dự án “Tổng kết các phương pháp phát triển và tìm kiếm cơ chế nhằm nâng cao tiếng nói của các dân tộc thiểu số”, Oxfam Hongkong tài trợ.

sự tham gia và quyền quyết định của người dân tộc thiểu số, một mảng nội dung lẽ ra là quan trọng của chủ đề chính trị - xã hội. Trong tổng số 500 bài báo được phân tích chỉ có 3 bài đề cập đến tỉ lệ cán bộ người dân tộc thiểu số tham gia chính quyền, người dân đi bầu cử và góp ý văn kiện Đảng. Điều này một mặt cho thấy thực tế thiếu sự tham gia của người dân tộc thiểu số trong quá trình ra quyết sách, mặt khác cũng cho thấy tiếng nói và sự tham gia của người dân có lẽ không phải là vấn đề được báo chí quan tâm phản ánh.

Hình ảnh người dân tộc thiểu số trong lĩnh vực chính trị - xã hội

Không khó hình dung là với gần một nửa số bài báo đề cập đến các hoạt động hỗ trợ, thì hình ảnh người dân tộc thiểu số chủ yếu hiện lên như những người trong hoàn cảnh khó khăn, thụ động và thậm chí ỷ lại vào sự trợ giúp từ bên ngoài hơn là tự tìm cách vượt qua khó khăn. Các động từ phản ánh rõ sự chênh lệch vị thế như “cứu trợ”, “hỗ trợ”, “đưa”, “đem”, “trao”, “giúp”, “mong”, “quan tâm”... được sử dụng hết sức phổ biến, khắc sâu sự phân biệt giữa miền núi - miền xuôi, người đa số - người thiểu số. Hình ảnh phổ biến này không chỉ tạo ra định kiến đối với các dân tộc thiểu số như là những người vừa nghèo đói vừa ỷ lại, mà nghiêm trọng hơn khiến cho người dân tộc thiểu số tự định kiến với bản thân và trở nên ngày càng phụ thuộc vào sự dẫn dắt và hỗ trợ từ bên ngoài.

Các bài báo đề cập đến nhóm chủ đề an ninh và bảo vệ chính quyền thì lại thường khắc họa người dân tộc thiểu số như những con người ngây thơ, cả tin nhưng háms lợi nên dễ bị dụ dỗ, kích động để chống phá chính quyền, như lời một già làng được trích dẫn: “*mình thay mặt bà con xin lỗi chính quyền vì mình không cản được sự ngu muội của bà con trong chuyện sai trái vừa qua*” và “*cán bộ công an đã bảo vệ giúp đỡ biết bao nhiêu điều cho bà con dân làng có cuộc sống bình yên để làm ăn, vậy mà trong phút giây nông nổi nào đấy, một số người lại quên ơn*”. (Trường hợp 460)

Khi tiếng nói và quyền ra quyết định của người dân tộc thiểu số hầu như không hiện diện trên mặt báo, thì sự tham gia của người dân nếu có được đề cập cũng không ở tư thế chủ động, mà thường là đối tượng để “*...tuyên truyền, giải thích về chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước cho bà con hiểu rõ và vận động bà con chấp hành...*”. (Trường hợp 684)

Như vậy, phân tích chủ đề chính trị - xã hội cho thấy những khuôn mẫu trong thông điệp truyền thông về dân tộc thiểu số: người dân tộc thiểu số gắn liền với nhu cầu được cứu trợ xã hội, được dẫn dắt để tránh bị kẻ xấu dụ dỗ chống phá chính quyền, được tuyên truyền để chấp hành chủ trương chính sách hơn là được tham gia vào quá trình ra quyết sách – tóm lại là nhóm phụ thuộc, đi sau, cần sự lãnh đạo từ bên ngoài để tồn tại và phát triển.

3. Trong lĩnh vực văn hóa

Dựa trên sự xuất hiện của các vấn đề trong bài viết và quan điểm, thái độ của tác giả, chủ đề văn hóa các dân tộc thiểu số cũng được phân chia thành một số khía cạnh cụ thể. Trong số 149 bài báo đề cập đến văn hóa, việc giữ gìn phát huy bản sắc văn hóa dân tộc được bàn luận nhiều nhất, chiếm 55.7%, tiếp sau là việc xóa bỏ các hoạt động bị coi là hủ tục (27.5%), văn hóa bị mai một (10.7%) và cố gắng níu kéo các hoạt động văn hóa cổ truyền (2.7%).

Trên một nửa số bài đề cập đến văn hóa khai thác khía cạnh giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc cho thấy sự quan tâm của báo chí đến khía cạnh này. Các bài viết cho thấy bản thân người dân tộc thiểu số là những người tham gia hăng hái nhất trong việc bảo tồn văn hóa cổ truyền (77.8% số bài viết). Tuy nhiên nhân vật chính thường là người già (già làng) hoặc người có uy tín, chức sắc. Trong rất nhiều trường hợp, dường như người già là người duy nhất trong cộng đồng còn lưu giữ được những ký ức về văn hóa và có ước vọng bảo tồn:

“Đồng bào Bahnar ...hiện nay vẫn lưu giữ nhiều di sản văn hóa độc đáo... Và người duy nhất biết hát kể kho tàng sử thi ấy là cụ già A Bek...” (Trường hợp 680)

“...Già sẽ căn dặn lũ nhỏ trong làng ... để tất cả cùng giữ gìn và phát huy...” (Trường hợp 69)

Giới trẻ, những người dân bình thường ít thấy xuất hiện như những chủ thể tích cực trong quá trình này. Mặc dù phần lớn các tác giả đều khẳng định văn hóa cổ truyền của các dân tộc thiểu số là đáng trân trọng và giữ gìn, nhưng nếu xem văn hóa như sản phẩm của quá trình sáng tạo, thực hành và duy trì bởi cộng đồng thì sự thiếu vắng các thành viên bình thường của cộng đồng trong quá

trình đó sẽ là một thực tế đáng lo ngại. Báo chí tuy nhiên đã chỉ chăm chú cổ vũ cho sự bảo tồn vốn cổ mà không hề lên tiếng về thực tế đáng lo ngại này.

Khoảng trên một phần tư số bài đề cập đến văn hóa hướng đến phê phán các tập tục bị coi là lạc hậu, cho thấy người dân “đã cực vì miếng ăn lại còn tự làm cực mình vì bao nhiêu là luật tục cổ hủ” (trường hợp 449). Các tập tục đó khá đa dạng, tập trung vào hôn nhân, sinh nở, chăm sóc sức khỏe, tệ nạn xã hội, với nhiều chi tiết nhấn mạnh sự cổ hủ đến “man rợ”.

“...mọi thứ bệnh tật, ốm đau dân đều không uống thuốc, tin rằng do bị ma làm chỉ nhờ thầy cúng, thầy mo làm lễ” (trường hợp 171)

“phụ nữ đến ngày sinh phải vào rừng sinh một mình, tự cắt nhau thai, tự lo hết mọi thứ...” (trường hợp 306)

“nếu mẹ chết thì chôn con hoặc bóp chết hoặc bỏ vào rừng làm môi cho con thú vì cho rằng đó là con ma” và “sinh đôi thì chôn một đứa” (trường hợp 318)

“ông Kring K’Hông Nhá, chủ tịch xã Đắc Môn thú nhận với tôi rằng không dưới một lần khi về làng vào ban đêm ông nghe tiếng trẻ con khóc đút hơi bên những ngôi mộ mới nhưng không dám cứu” (trường hợp 457)

Nguyên nhân người dân tộc thiểu số vẫn thực hành những tập tục này được cho là do sự thiếu hiểu biết về pháp luật, hoặc có biết nhưng vẫn hành động theo lối cũ: *“... biết Luật Hôn nhân gia đình đã qui định con gái 18 tuổi mới được lấy chồng, con trai 20 tuổi mới được lấy vợ nhưng phong tục của người Hmông ta là vậy”* (trường hợp 626). Nếu ai dám đứng lên vận động thay đổi các tập tục này thì sẽ *“bị người làng xa lánh, phải dời nhà ra rìa làng để sống”* (trường hợp 457). Với những mô tả tương tự, trong con mắt của người đọc người dân tộc thiểu số không chỉ lạc hậu mà còn có thể bảo thủ đến khắc nghiệt để duy trì sự lạc hậu của mình.

Nội dung các thông điệp truyền thông đã cho thấy một mâu thuẫn khó giải quyết trong đời sống văn hóa của các tộc người thiểu số dưới áp lực phát triển, đó là với cùng một vốn văn hóa và lối sống cổ truyền, người dân phải bảo tồn những gì được (người ngoài cộng đồng) cho là tốt đẹp, đồng thời xóa bỏ những gì bị (người ngoài cộng đồng) cho là lạc hậu. Trong toàn bộ quá trình nhiều mâu thuẫn đó,

người dân tộc thiểu số xuất hiện trong tư thế bị động, bị dẫn dắt bởi các ý chí bên ngoài nhiều hơn là nhu cầu và ước vọng bên trong.

4. Trong lĩnh vực giáo dục

Giáo dục đào tạo là một lĩnh vực được Nhà nước đặc biệt coi trọng trong công tác phát triển các vùng dân tộc thiểu số. Điều này cũng được thể hiện trên báo chí qua số lượng khá cao các bài viết tập trung khai thác các vấn đề thuộc lĩnh vực giáo dục (149 bài chiếm gần 30% tổng số bài viết). Nội dung học sinh vùng dân tộc thiểu số chủ yếu được khắc họa theo hai hướng đối nghịch: bỏ học hoặc là tấm gương trong học tập.

Nội dung phổ biến hơn cả là hiện tượng bỏ học (trên 32% bài viết đề cập) với hàng loạt nguyên nhân xuất phát từ bản thân học sinh và gia đình bao gồm: không tiếp thu được bài, gia đình không cho đi học, phải lao động sản xuất/trông em, kinh tế khó khăn, kết hôn sớm. Nguyên nhân bỏ học tựu trung là nghèo đói và nhận thức kém bởi “*đi học thì lấy ai làm nương, cái bụng cần ăn lúa, ăn gạo chứ cần gì ăn chữ*” (trường hợp 491). Các nguyên nhân khác như liên quan đến giáo viên hay bất đồng ngôn ngữ chỉ được đề cập tổng cộng 3 lần trong số các bài báo được đưa vào nghiên cứu, trong khi kết quả điều tra độc lập cho thấy đây là những nguyên nhân quan trọng hàng đầu khiến học sinh dân tộc thiểu số bỏ học.

Có gần 27% các bài viết ca ngợi những tấm gương hiếu học mà nguyên nhân cũng phần nhiều là chủ quan – do bản thân học sinh phấn đấu và do gia đình nâng đỡ, hỗ trợ. Vai trò của giáo viên, chính quyền và đoàn thể tương đối mờ nhạt trong những bài viết mang nội dung tích cực này.

Điều tra của chuyên gia độc lập cho Ủy ban Nhân quyền Liên hợp quốc tiến hành tại Việt Nam năm 2010 cho thấy những nguyên nhân quan trọng nhất khiến trẻ em dân tộc thiểu số bỏ học bao gồm: học phí đắt, chi phí cơ hội cao (trẻ em dân tộc thiểu số thường phải lao động giúp gia đình), hướng dẫn/bài giảng khó hiểu và khoảng cách từ nhà đến trường xa. Điều tra chỉ ra một thực tế là từ những năm học đầu tiên trẻ em dân tộc thiểu số đã không được học bằng ngôn ngữ mẹ đẻ và vì vậy gặp phải rất nhiều khó khăn trong tiếp thu bài giảng và học lên các bậc học cao hơn.

(<http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/16session/A-HRC-16-45-Add2.pdf>)

Tương tự những lối mòn thành kiến trong cách lý giải nguyên nhân nghèo đói, các nhà truyền thông cũng đi tìm nguyên nhân việc học sinh dân tộc thiểu số đạt thành tích học tập thấp trong bản thân học sinh và gia đình hơn là xem xét vấn đề từ nhiều phía, trong một bối cảnh rộng.

5. Đánh giá chung về cách khắc họa hình ảnh người dân tộc thiểu số trên báo in

Phân tích từng chủ đề, từng mảng nội dung đã cho thấy hình ảnh tiêu cực nhiều hơn là tích cực, dựa trên miêu tả và đánh giá phiến diện nhiều hơn là khách quan, đa chiều. Việc phân tích các vấn đề thuộc về phương pháp như ngôn ngữ truyền thông và thái độ định kiến hay không định kiến cũng cho thấy những biểu hiện tương tự.

Ngôn ngữ truyền thông

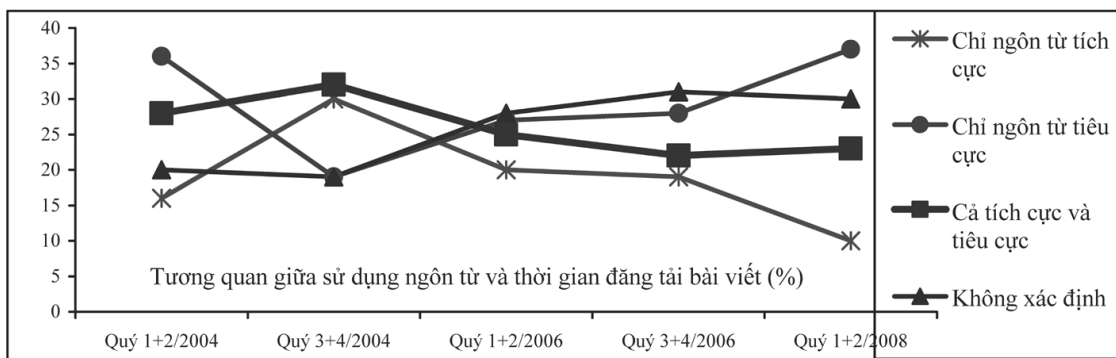
Để thống kê và phân tích, ngôn ngữ sử dụng trong các bài viết được phân nhóm một cách tương đối thành nhóm ngôn từ hàm ý tích cực như *khỏe mạnh – xinh đẹp; tốt bụng, chân thành, thật thà, đoàn kết, hiền lành, chủ động, sáng tạo, nghị lực, thông minh, vượt khó, hiện đại, đổi mới, văn minh, tiến bộ, bảo tồn, phát huy, bản sắc, thủy chung....*, và nhóm ngôn từ hàm ý tiêu cực như *nghèo/đói, khó khăn, lam lũ, thiếu thốn, lạc hậu, hủ tục, tảo hôn/kết hôn sớm, đông con/đẻ nhiều, mê tín dị đoan, lười, gây rối, phản động, xúi giục...*

Xét theo hai nhóm ngôn từ cơ bản trên thì nhìn chung khi mô tả các dân tộc thiểu số, các tác giả sử dụng ngôn ngữ hàm ý tiêu cực nhiều hơn đáng kể so với ngôn ngữ hàm ý tích cực. Có tới 41% số bài chỉ sử dụng nhóm ngôn ngữ tiêu cực, so với 24% số bài chỉ sử dụng nhóm ngôn ngữ tích cực, còn lại 35% sử dụng hỗn hợp cả hai nhóm ngôn ngữ.

Trong số các bài báo xuất hiện ngôn từ tiêu cực, thì phân nhóm ngôn từ mô tả điều kiện kinh tế gồm các từ như *nghèo đói, khó khăn, thiếu thốn, lam lũ, vất vả, vay mượn, nợ nần...* xuất hiện nhiều nhất với 65.8% số bài viết. Phân nhóm mô tả lối sống như *lạc hậu, hủ tục, mê tín dị đoan, thiếu hiểu biết ...* xuất hiện nhiều thứ hai (23.6%). Phân nhóm mô tả tính cách và hành vi như *lười, gây rối, phản động, xúi giục, phạm pháp...* xuất hiện nhiều thứ ba (18.7%). Ngoài ra là các từ ngữ khác như *tảo hôn/kết hôn sớm, đông con/đẻ nhiều, ốm đau bệnh tật, rứt rề, nhút*

nhát, ỷ lại... Những ngôn từ tiêu cực như vậy xuất hiện với tần suất cao trên mặt báo hoàn toàn có thể gây ra định kiến và khắc sâu thêm niềm tin tiêu cực về người dân tộc thiểu số như những người lạc hậu, nghèo đói, ỷ lại, thiếu chính kiến.

Xem xét mối tương quan giữa việc sử dụng ngôn từ và thời gian đăng tải bài viết cũng cho thấy tỉ lệ ngôn từ tích cực, vốn đã thấp, lại có xu hướng giảm theo thời gian, còn tỉ lệ ngôn từ tiêu cực, vốn đã cao, lại có xu hướng tăng theo thời gian. Tỉ lệ ngôn từ tích cực dao động từ 16% vào quý 1 – 2 năm 2004 tăng nhanh lên 29,8% vào quý 3 – 4 năm 2004 nhưng rồi giảm dần xuống chỉ còn 9,8% vào quý 1 – 2 năm 2008. Ngược lại, nhóm ngôn từ mang tính chất tiêu cực dao động từ 36,1% vào quý 1 – 2 năm 2004 giảm hẳn xuống 19% vào quý 3 – 4 năm 2004 nhưng sau đó lại tăng dần lên tới 36,9% vào quý 1 – 2 năm 2008. Điều đó cho thấy, bất chấp sự vận động đi lên của xã hội và những nỗ lực của Nhà nước trong việc thu hẹp khoảng cách giữa các dân tộc, quan điểm và cách đánh giá của giới truyền thông đối với người dân tộc thiểu số dường như chưa được cải thiện.



Vì vậy, mặc dù độc giả có thể hình dung ra được người dân tộc thiểu số là những người chủ động, sáng tạo, nghị lực, thông minh, vượt khó, cần cù, hay khoẻ mạnh, xinh đẹp, tốt bụng, chân thành, thật thà, đoàn kết, hiền lành...nhưng cũng không khóa lấp được hình ảnh xuất hiện nhiều hơn đó là nghèo đói, khó khăn, thiếu thốn, lam lũ, vất vả, vay mượn nợ nần, thiếu hiểu biết (học vấn thấp, thất học), lạc hậu, mê tín dị đoan... Bằng việc lặp đi lặp lại một số nhóm ngôn từ tiêu cực với tần suất cao, các bài viết về người dân tộc thiểu số trên báo in có thể gán nhãn tiêu cực và khắc sâu thêm định kiến đối với người dân tộc thiểu số.

Mức độ định kiến với người dân tộc thiểu số

Thái độ định kiến của các tác giả không chỉ thể hiện qua các từ ngữ được lựa chọn để mô tả là tích cực hay tiêu cực, mà một cách kín đáo hơn còn thể hiện qua sự đánh giá ngầm. Phổ biến là đánh giá dựa trên tiêu chí của người miền xuôi hay trong sự so sánh với người Kinh.

“Không như người Kinh...với đồng bào dân tộc làm y tế là phải đến với họ...mình phải chủ động đến với dân...” (Trường hợp 306)

“Trong ngôi nhà xây khang trang, đồ dùng gia đình không thua kém bà con dưới xuôi. Cũng tivi màn hình phẳng, xe gắn máy, tủ lạnh loại xịn, bàn ghế sa lông đất tiên...” (Trường hợp 674)

“Nhớ ngày đầu tiên người Mã Liêng ra bản Cà Xen, ông Cao Châu được phân công làm trưởng bản lúc đó cứ nằng nặc đòi dự án làm cho mình một ngôi nhà trệt, gần đường như người Kinh. Hỏi vì sao, thì ông Châu chỉ bảo, để tao xem sống ở nhà trệt có sướng hơn nhà sàn không để còn tuyên truyền giáo dục dân bản học theo, làm theo” (Trường hợp 302)

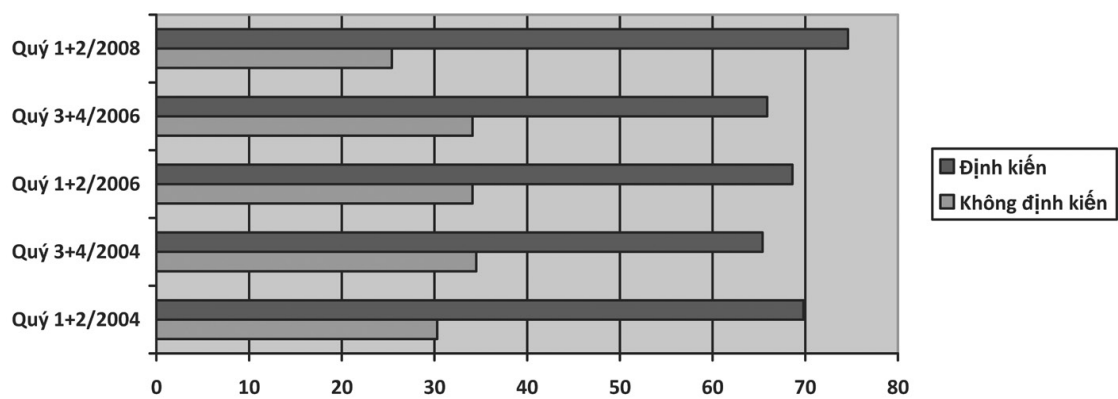
Ngay cả khi mô tả nhân vật theo chiều hướng tích cực thì thái độ định kiến và sự thiếu bình đẳng vẫn toát lên qua việc sử dụng ngôn ngữ thái quá hoặc tiếng lóng, tiếng nước ngoài

“...nhìn khuôn mặt non choẹt của người đôi điện, mấy ai tin được đây là ông chủ của đàn bò, dê lớn nhất cao nguyên đá và là đại biểu nông dân tiêu biểu trẻ nhất toàn quốc 2007...Vàng Mí Cơ hào hứng kể chuyện đời mình bằng tiếng Kinh sôi đến mức anh cán bộ xã làm nhiệm vụ phiên dịch cho chúng tôi trở nên “thất nghiệp”” (Trường hợp 107)

“...trước mắt chúng tôi không phải là căn nhà sàn bằng gỗ, nứa của đồng bào vùng cao mà là căn nhà cửa kính, mái đúc xây theo model của người miền xuôi hẳn hoi. Ngôi trên ghế xalông trong căn nhà khang trang lát gạch hoa mát rượi, ông già lấy remote bấm chiếc tivi màn ảnh rộng 21 inch đặt trong cái tủ lộng lẫy để xem thời sự...” (Trường hợp 377)

Kết quả phân tích 500 bài báo cho thấy, phần lớn các tác giả đều có định kiến khi viết về người dân tộc thiểu số theo các mức độ khác nhau. Tính chung có 17% số bài có định kiến và 52% số bài mang định kiến nhiều, còn lại 31% được xác định là không có định kiến. Xét theo thời gian thì mức độ định kiến trong các bài báo không thay đổi nhiều, đứng ở mức rất cao, cho thấy định kiến

về người dân tộc thiểu số trên báo in có tính chất phổ biến và tồn tại lâu dài.



III. VĂN HÓA CÁC DÂN TỘC THIỂU SỐ QUA LĂNG KÍNH BÁO CHÍ

Kết quả khảo sát định lượng ở trên cho thấy đặc điểm nổi bật của báo chí Việt Nam khi viết về các tộc người thiểu số là phản ánh các khía cạnh tiêu cực nhiều hơn tích cực, với tỉ lệ bài viết mang định kiến cao. Phân tích định tính tiếp tục chỉ ra rằng mặc dù nội dung và hình thức truyền đạt thông tin của báo chí đến người đọc khá đa dạng nhưng các tin bài này thường chỉ giải thích văn hóa các tộc người thiểu số theo một số khuôn mẫu phổ biến, có thể được nhóm lại thành ba khuynh hướng chủ đạo tạm gọi là: (1) “huyền bí hóa”; (2) “lãng mạn hóa”; và (3) “bi kịch hóa”.

1. Khuynh hướng “huyền bí hóa” đời sống tâm linh và tập tục cổ truyền các dân tộc

Trước đây, trong trí tưởng tượng của người đồng bằng, miền rừng núi với các tộc người xa lạ dường như luôn ẩn chứa những điều bí hiểm. Ngày nay, mặc dù các câu chuyện đường rừng với nhiều yếu tố hoang đường đã không còn phổ biến do khoảng cách miền xuôi - miền ngược đang ngày càng được thu hẹp lại, nhưng mối quan tâm về những khác lạ trong đời sống văn hóa các tộc người vẫn là một đề tài có sức hấp dẫn người đọc. Có lẽ đây là lý do khiến báo chí đặc biệt quan tâm đến những tập tục lạ, mô tả chúng khi thì với màu sắc huyền bí, khi thì dán nhãn chúng là hủ lậu, hoang sơ và mông muội. Các bài viết thuộc dạng này chủ yếu tập trung vào bốn nhóm đề tài chính sau đây:

1. Những tập tục độc đáo liên quan đến hôn nhân, gia đình và đời sống tình cảm của các dân tộc thiểu số, như tục “cướp vợ”⁸ của

8. Tục cướp vợ được cho là phổ biến ở các nhóm cư dân nói ngôn ngữ H’mông – Dao miền núi phía Bắc. Tục này thường xảy ra trong trường hợp các đôi trẻ yêu nhau nhưng không có điều kiện tổ chức đám cưới theo tập tục, cô gái ngầm đồng ý để người yêu “bắt” mình mang về nhà làm vợ. Thực hành này được luật tục của cộng đồng cho phép nhưng phải tuân thủ những điều kiện nghiêm ngặt. Có ý kiến cho rằng tục bắt vợ có thể là có sự cho các tập tục như tảo hôn, hôn nhân cưỡng bức và mua bán.

một số dân tộc miền núi phía Bắc hay tục “nôi dây”⁹ trong hôn nhân của một số dân tộc Tây Nguyên. Tương tự là những thói quen về “chợ tình”, các tập tục tìm hiểu của nam nữ thanh niên như ngủ mái, ngủ thăm, ngủ chung, đi sim, chọc sán; thói quen để ngực trần và “tắm tiên” của “son nữ”.v.v..

2. Những khác lạ trong văn hóa ẩm thực như tập quán săn và xẻ thịt thú rừng, bắt cá quý trên thượng nguồn sông suối, cách chế biến những món ăn lạ và các tập tục trong ăn uống của các tộc người. Trong khi nhìn nhận các tập tục này như những nét đặc sắc của văn hóa các tộc người, các bài viết thường có xu hướng nhấn mạnh những kỹ năng “bí truyền” hoặc gán cho chúng những ý nghĩa tâm linh đặc biệt.
3. Tín ngưỡng địa phương, lễ hội dân gian và không gian thiêng của các tộc người, như các nghi lễ cúng thần, cầu đảo, hiến sinh (như lễ hội đâm trâu, lễ xên bản, lễ Gầu Tào, v.v.), tín ngưỡng phồn thực và tục thờ sinh thực khí, những không gian thiêng (như rừng thiêng, rừng ma, đền miếu và kiến trúc cổ kính, hoang sơ và huyền bí).
4. Những tập tục liên quan đến tang ma của các dân tộc thiểu số cũng thường được các báo săn tìm và đăng tải nhằm kích thích trí tò mò của người đọc. Trong khi nhắm vào các chi tiết lạ có sức gây ấn tượng mạnh của tập tục, các báo thường gán vào đó những lời kêu gọi xóa bỏ các tập tục này.

Tác động của cách đưa tin bài theo hướng “huyền bí hóa” hay “lạ hóa” như vậy thường tạo ra một hình ảnh méo mó về văn hóa các tộc người trong con mắt bạn đọc và phản ứng của chính những tộc người được báo chí đưa tin.

Thực sự không có chợ tình. Những chợ Sa pa, Khâu Vai... là chỗ diễn

9. Ở nhiều tộc người đang sinh sống tại khu vực Trường Sơn – Tây Nguyên vẫn còn duy trì tập tục “nôi dây”. Theo tập tục này thì một người chồng chết vợ được cưới em gái của người vợ đã mất (các nhà nhân học gọi hiện tượng này là *sororat*). Tương tự như vậy, một người vợ sau khi chồng chết được phép lấy em trai của người chồng đã quá cố (*levirat*). Tập tục này hiện còn phổ biến ở nhiều tộc người trên thế giới. Các nhà hoạt động nhân quyền cho rằng đây là một hủ tục vì nó vi phạm quyền tự do hôn nhân của con người, ràng buộc họ bằng tập tục khắt khe. Tuy nhiên, cũng có ý kiến cho rằng tập tục này có tính nhân văn ở chỗ nó đảm bảo quyền lợi của những đứa trẻ mất mẹ/bố được chăm sóc và lớn lên bình thường, cuộc sống gia đình của họ vẫn được tiếp tục.

ra giao lưu về văn hóa – thông tin – tình cảm... Nhưng một số người Kinh lại cường điệu, thêu dệt là ở Khâu Vai người ta đôn: đến đó người yêu cũ gặp nhau tha hồ kéo nhau đi, muốn làm gì thì làm... điều đó hoàn toàn là bịa đặt. (Cư Hòa Vân, 2009)¹⁰

2. Khuynh hướng “lãng mạn hóa” văn hóa miền núi

Cùng với xu hướng phủ lên văn hóa các tộc người một lớp sương mờ huyền bí nhằm cuốn hút trí tò mò của độc giả, khuynh hướng “lãng mạn hóa” văn hóa các tộc người cũng có một sức nặng đáng kể trên các trang báo. Dưới ngòi bút của các nhà báo, phong cảnh miền núi hiện ra hùng vĩ như những bức tranh thủy mặc đầy cuốn hút, trong đó có những sản vật mê hồn hiếm thấy, những món ngon độc đáo có một không hai, những không gian lý tưởng để thư giãn, những nét văn hóa độc đáo riêng biệt của những con người chân chất với vẻ đẹp nguyên sơ còn đang chờ được khám phá, v.v.. Đọc những thông tin này, chúng ta như đang tưởng tượng ra hình ảnh một miền núi khác, không cổ hủ, lạc hậu, nghèo nàn, cũng không có những nỗi đau, chỉ còn lại “những nụ cười hồn nhiên” và “những đôi mắt còn “rực hơn cả lửa”. Nhóm các bài viết theo khuynh hướng “lãng mạn hóa” này thường đi theo những khuôn mẫu phổ biến sau đây:

- a) Ngợi ca phong cảnh miền sơn cước với sông suối, núi non, thung lũng, ruộng bậc thang, làng mạc, nhà sàn.
- b) Mô tả vẻ đẹp hay tính độc đáo của các sản vật địa phương như thổ cẩm, lâm thổ sản, các loài động thực vật.
- c) Giới thiệu và cổ vũ cho thú vui ẩm thực miền sơn cước như các loại rượu, bài thuốc dân gian, các món ăn địa phương và những thú vui thường ngoạn như múa xòe, hát giao duyên, mời rượu.
- d) Thổi phồng vẻ đẹp lãng mạn của người sơn nữ.

3. Khuynh hướng “bi kịch hóa” thực trạng đời sống của các dân tộc

Thống kê của chúng tôi chỉ ra rằng có đến 46% bài viết trên các tờ báo được khảo sát đề cập đến thực trạng kinh tế của các dân tộc thiểu số ở miền núi. Vấn đề đói nghèo và những khu vực khó khăn của các dân tộc chiếm một tỷ lệ nổi bật (54%) trong số các bài phản ánh về

10. “Đừng ngộ nhận văn hóa dân tộc”

<http://www.baomoi.com/Home/VanHoa/dddn.com.vn/Dung-ngo-nhan-van-hoa-dan-toc/2871001.epi>

về đời sống kinh tế các dân tộc thiểu số. Điều này cho thấy báo chí đã dành cho chủ đề này một sự quan tâm đặc biệt. Tuy nhiên, với ngôn ngữ phần nhiều tiêu cực và thái độ nhiều định kiến như đã chỉ ra ở trên, trong nhiều trường hợp cách phản ánh của báo chí lại rơi vào khuynh hướng “bi kịch hóa” đời sống của đồng bào theo những khuôn mẫu phổ biến sau đây:

- (a) Nhấn mạnh khía cạnh khốn khó trong đời sống của đồng bào các dân tộc nhằm kêu gọi sự can thiệp và giúp đỡ từ nhà nước.
- (b) Mô tả tình trạng lan tràn của các tệ nạn xã hội ở miền núi như là hệ quả của cuộc sống đói nghèo, bế tắc không lối thoát.
- (c) Tình trạng thất học và thiếu kiến thức làm ăn của các tộc người miền núi được nhìn nhận như là một gánh nặng của quá trình phát triển.
- (d) Ca ngợi thái quá vai trò trợ giúp từ bên ngoài cộng đồng trong khi lơ đi tiềm lực nội tại của dân tộc.
- (e) Nhìn đồng bào dân tộc như những người ngây thơ, cả tin và dễ dãi, dễ bị lợi dụng và đi theo các lực lượng phản động.

Đặc biệt, tình trạng “bi kịch” này thường được quy cho những nguyên nhân nội sinh và được lặp đi lặp lại ở nhiều bài báo, ví dụ:

- Tảo hôn và đẻ nhiều con
- Buôn bán và nghiện ngập ma túy
- Sử dụng lương thực làm rượu và lạm dụng rượu
- Thất học và thiếu kiến thức làm ăn
- Lười lao động
- Tập tục canh tác lạc hậu, lối sống bảo thủ trì trệ
- Thiên tai và dịch bệnh hoành hành
- Thói quen ỷ lại, phụ thuộc vào trợ giúp của nhà nước.

Bằng cách tập trung khai thác những yếu tố này, các nhà báo dường như mặc nhiên thừa nhận nguyên nhân sâu xa và trực tiếp của tình trạng đói nghèo chỉ là vấn đề nội tại của các dân tộc. Các yếu tố bên ngoài như sự bất cập của chính sách, sự can thiệp thô bạo của các dự

án kinh tế - xã hội, quá trình tổ chức thực hiện chính sách phát triển ở miền núi, sự tàn phá và làm cạn kiệt môi trường sống, tác động tiêu cực của các dự án phát triển, của các lực lượng thị trường, v.v., thường ít khi được đề cập. Cách nhìn nhận vấn đề như vậy cho thấy các nhà báo đã chưa cố gắng *thấu hiểu* văn hóa và lối sống của đồng bào, ngược lại đang *dán nhãn* lên lối sống của họ. Công thức dán nhãn phổ biến thường thấy trong các bài báo này là “*lạc hậu + lười + ỷ lại vào nhà nước = đói nghèo*”. Đáng tiếc là hầu hết các đối tượng bị dán nhãn, với tiếng nói yếu ớt, có rất ít cơ hội để phản hồi lại những thông tin sai lệch về mình.

4. Những yếu tố tác động đến cách đưa tin – bình luận về các dân tộc thiểu số

4.1. Nhà báo và độc giả

Tìm hiểu các yếu tố tác động đến cách báo chí đang phản ánh về người dân tộc thiểu số có thể bắt đầu từ việc thành phần tộc người của nhà báo và thị hiếu của các đối tượng độc giả mà họ hướng tới có thể tác động như thế nào đến loại thông tin mà người làm báo thu thập, cách lý giải vấn đề và đưa những thông tin ấy đến với độc giả.

Không có thống kê nào cho biết thành phần tộc người của tác giả những bài viết có liên quan đến các dân tộc thiểu số nhưng căn cứ vào hồ sơ đăng ký của hơn 50 nhà báo chuyên viết về các dân tộc thiểu số tại một hội thảo về báo chí tháng 11 năm 2009 ở Hà Nội, có thể thấy tuyệt đại bộ phận đều là người Kinh, và không có nhiều nhà báo được đào tạo hoặc viết chuyên sâu về các tộc người thiểu số. Điều này nói lên một thực tế rằng phần lớn các tác giả đang nói về các tộc người có nền văn hóa và hệ giá trị tương đối khác với họ. Vì vậy, dễ hiểu là các tin bài mà báo chí đưa đến cho độc giả thường được nhà báo “nhìn từ bên ngoài”, với tư cách là người quan sát. Những vấn đề của các tộc người thiểu số cũng được lý giải bằng các trải nghiệm riêng mà nhà báo có được từ nền văn hóa của chính mình.

“Lắm lúc nghe trên truyền hình, đọc trên sách báo thấy người ta nói và viết sai về văn hóa của dân tộc mình thì cũng đành ngậm ngùi vậy thôi. Tâm lý của người dân tộc khi đã bị xúc phạm thường quay lưng đi hơn là nói lại...” (Dương Thuấn)¹¹

11. Phát biểu của nhà thơ Dương Thuấn, người dân tộc Tày trong bài “Đừng ngộ nhận...”, đã dẫn.

Đối tượng độc giả mà báo chí hướng tới cũng là yếu tố có ảnh hưởng đến loại hình thông tin và cách đưa tin của báo chí. Các báo đưa tin bài về các tộc người thiểu số chủ yếu nhắm vào số đông độc giả thuộc nhóm dân tộc đa số, những người có nhu cầu tìm hiểu về tình hình chính trị - xã hội và các nền văn hóa của các tộc người khác với họ. Tuy nhiên, lối đưa tin theo kiểu ‘dán nhãn’ và theo các khuôn mẫu chỉ để thỏa mãn sự hiếu kỳ thường để lại những hệ lụy khó lường. Ông Cư Hòa Vân cho rằng những thông tin như vậy rất tai hại vì:

“Nó tác động sai vào suy nghĩ, nhận thức của chúng ta. Thực ra người dân tộc thiểu số có nhiều tập quán, phong tục rất tốt đẹp. Nhưng có thời ta không hiểu, cho là lãng phí, mất trật tự và cấm. Trong lao động sản xuất, mình cứ nghĩ đồng bào là lạc hậu, phải cầm tay chỉ việc. Nhưng thực ra phải nói đồng bào có rất nhiều kinh nghiệm quý. Vì ở hoàn cảnh, điều kiện hiểm trở như thế mà người ta vẫn làm ăn được, như trên núi đá Mèo Vạc, bảo người ta lạc hậu, nếu ta vào đó có khi chết đói trước”¹².

4.2. Những ám ảnh “tiến hóa luận”, “trâm tích văn hóa” và “trung tâm văn hóa”

Mỗi nền văn hóa và cộng đồng tộc người đều có một hệ thống cấu trúc xã hội của riêng mình, trong đó bao gồm hệ thống tri thức về sản xuất, lối sống, các giá trị đạo đức và những ràng buộc về mặt xã hội và tinh thần. Tất cả các yếu tố này tạo nên một hệ giá trị và một nội lực riêng để tồn tại, thích ứng và phát triển. Tuy nhiên, vấn đề là tại sao báo chí lại thường bỏ qua những tầng sâu văn hóa vốn làm nên sức sống của các tộc người để chỉ nhìn thấy, mô tả và cung cấp những thông tin bề nổi một cách có vẻ như “vô thức”? Có lẽ cần phải tìm nguyên nhân ở những nền tảng tri thức đã ngấm ngấm ăn sâu và thấm nhuần vào cách tư duy của người làm báo để mỗi khi nói về “kẻ khác”, cái “vô thức” ấy lại trỗi dậy và mách bảo nên làm như thế nào.

Cho đến gần đây, trên báo chí cũng như các công trình nghiên cứu khoa học, vẫn có thể thấy không ít những nhận xét về văn hóa các dân tộc thiểu số là “chậm tiến bộ”, “lạc hậu”, “tàn dư của xã hội nguyên thủy”. Cách nhìn như vậy đã tuyệt đối hoá quá trình phát triển của văn hoá loài người theo các thang bậc xã hội cao thấp, và do đó không

12. “Đừng ngộ nhận...”, đã dẫn.

nhìn thấy tính đa dạng và khác biệt của các nền văn hoá khác nhau. *Tiến hóa luận đơn tuyến về văn hóa* là một lập luận được phát triển từ thời thực dân nhằm biện hộ cho quá trình xâm lăng và đô hộ các dân tộc ngoài châu Âu dưới chiêu bài “khai sáng văn hóa”. Ngày nay, thay vì xem các nền văn hóa khác là lạc hậu và nguyên thủy, các nhà khoa học thừa nhận tính đa dạng như là một đặc điểm phổ quát của nhân loại¹³. Tư tưởng này cần được người làm báo tiếp nhận và ứng dụng trong các phân tích về văn hoá của các dân tộc thiểu số.

Một lý thuyết khác khá phổ biến trong các mô tả về văn hóa Việt Nam hiện nay có thể tạm đặt tên là lý thuyết “cơ tầng văn hóa”. Bắt nguồn từ ngôn ngữ học xô-viết và sau đó được vận dụng vào tìm hiểu bản sắc văn hóa, lý thuyết này cho rằng văn hóa được phân chia thành hai lớp gọi là cơ tầng và biểu tầng. Các giá trị văn hóa của tộc người thường lắng đọng ở một tầng sâu hơn mà người ta gọi đó là “cơ tầng” hay là các “trầm tích văn hóa”. Tầng văn hóa này được xem như những yếu tố trường tồn, ít biến đổi. “Biểu tầng” được hiểu là lớp trên bề mặt, dễ tiếp thu cái mới và chưa ổn định, do đó dễ thay đổi. Người ta tin rằng muốn nhận diện được bản sắc của một nền văn hóa phải tiếp cận ở tầm sâu hơn, tức cơ tầng văn hóa. Có lẽ cách mà báo chí “huyền bí hóa” các hiện tượng văn hóa, tập trung phản ánh các tập tục lạ “cổ xưa” có một mối liên hệ nào đó với cách tiếp cận này.

Tiến hóa luận đơn tuyến về văn hóa (cultural evolutionism) được phát triển từ cuối thế kỷ 19 bởi các học giả châu Âu như Edward Taylor (1881), Lewis Morgan (1877) và Frederik Engels (1884), theo đó tất cả các xã hội loài người đều phải trải qua một con đường phát triển duy nhất từ thấp đến cao, từ mông muội đến văn minh. Trên bậc thang tiến hóa này, các xã hội Phương Tây được cho là ở trình độ phát triển cao nhất. Tiến hóa luận đơn tuyến được thực dân châu Âu dùng như một cơ sở khoa học để biện minh cho các cuộc xâm lăng của họ ở các nước ngoài châu Âu.

Thực ra, cần phải thấy rằng văn hóa không phải là cái gì đó bất biến mà ngược lại, nó thường xuyên tiếp nhận, thích ứng và đổi thay. Bằng cách nhìn văn hóa như một hiện tượng tĩnh tại, như những giá

13. Nguyễn Văn Chính (2007), Một thế kỷ dân tộc học Việt Nam, và những thách thức trên con đường đổi mới và hội nhập. *Văn hoá Dân gian*, Số 5(113), 2007, tr. 47- 67.

trị vĩnh hằng không biến đổi, chúng ta vô tình phủ nhận văn hoá như một năng động xã hội và do đó, dễ sa vào chủ nghĩa bản địa, coi thường các yếu tố ngoại sinh và không nhìn thấy sức sống mới của các yếu tố nội sinh.

Lý thuyết trung tâm – ngoại vi cũng là một nhân tố có thể ảnh hưởng đến cách tư duy về văn hóa của người làm báo. Các nhà nghiên cứu một thời có khuynh hướng đề cao các trung tâm văn hóa và cho rằng từ các trung tâm này, văn hóa được khuếch tán ra các vùng ngoại vi. Nói cách khác, ngoại vi là vùng chịu sự tác động của trung tâm, nó không chỉ “bị thu hút bởi trung tâm mà còn tiếp nhận một cách thụ động sự lan tỏa văn hóa từ trung tâm”. Vận dụng lý thuyết này vào Việt Nam, một số nhà nghiên cứu cho rằng Thăng Long - Hà Nội đã luôn luôn là đất “tụ nhân, tụ tài” để trở thành “tinh hoa của cả nước”, và như vậy các vùng dân tộc thiểu số là các vùng ngoại vi.

Tuy nhiên, nếu nhìn văn hóa trong một không gian rộng hơn biên giới quốc gia, trong chiều sâu của lịch sử, ta thấy còn có những trung tâm văn hóa khác. Trong khi văn hóa Việt chịu ảnh hưởng của văn hóa Khổng giáo, thì nhiều tộc người khác chịu ảnh hưởng của văn hóa Ấn độ giáo. Tập trung vào một không gian hẹp hơn, có các tiểu trung tâm văn hóa như Việt, Chăm, Khmer và Thái. Thực ra, hầu hết các tộc người thiểu số ở Việt Nam đều là các tộc người xuyên biên giới. Họ chỉ là thiểu số trong biên giới lãnh thổ quốc gia nhưng không gian cư trú của các tộc người này bao trùm trên cả một không gian địa lý liên khoảnh rộng lớn hơn, và vì vậy chịu ảnh hưởng của những trung tâm văn hóa khác nhau ngoài văn hóa Việt.

Như vậy, văn hóa các tộc người ở các “vùng sâu vùng xa” chưa hẳn là ngoại vi mà ngược lại có thể gần hơn với các trung tâm văn hóa khác Việt. Do đó lấy địa giới hành chính quốc gia để phân loại trung tâm và ngoại vi có thể sẽ dẫn đến ngộ nhận văn hóa của tộc người đa số là trung tâm, và văn hóa các tộc người thiểu số là ngoại vi. Nguy hiểm hơn, trong một quốc gia đa tộc người, lý luận này ngấm ngấm tạo cơ sở cho tư tưởng lấy tộc người đa số làm chuẩn mực và nhìn các tộc người thiểu số ở vị trí bị động, phụ thuộc, trông chờ và ỷ lại vào trung tâm. Cách mà một số người làm báo mô tả sự phụ thuộc và văn hóa lạc hậu của các tộc người thiểu số ở Việt Nam có lẽ ít nhiều chịu ảnh hưởng của luận thuyết này.

IV. ĐỀ XUẤT CẢI THIỆN THÔNG ĐIỆN CỦA BÁO CHÍ VỀ CÁC DÂN TỘC THIỂU SỐ

Từ việc phân tích hình ảnh người dân tộc thiểu số trên một số báo in và các yếu tố tác động đến thông điệp truyền thông mang tính chất tiêu cực về các dân tộc thiểu số, nhóm nghiên cứu xin đưa ra một số đề xuất nhằm từng bước thay đổi hiện trạng này.

1. Cần có một chiến lược đổi mới truyền thông về các dân tộc thiểu số và miền núi

Phát triển kinh tế và bảo tồn văn hóa các dân tộc là đường lối đã được luật pháp khẳng định và các tổ chức xã hội đặc biệt quan tâm. Tuy nhiên báo chí dường như vẫn chưa thực sự có một chiến lược để tham gia vào quá trình này. Hầu hết các tin, bài về các dân tộc thiểu số, nếu không là những tin bài được viết theo đặt hàng, thì chỉ xuất hiện nhiều vào các dịp lễ, tết, kỳ nghỉ, hoặc nhân các sự kiện đặc biệt nào đó của đất nước. Cũng chưa có nhiều nhà báo chuyên sâu về miền núi và các dân tộc thiểu số để bình luận hay viết những bài “đỉnh” để định hướng dư luận như kỳ vọng. Đồng thời cũng chưa có một cơ sở dữ liệu đầy đủ và đáng tin cậy để nhà báo có thể tra cứu thông tin mỗi khi viết bài. Vì vậy, để có một chiến lược truyền thông về miền núi theo hướng đổi mới, cần hiện thực hóa một số công việc cụ thể sau đây:

- Đưa vấn đề của các dân tộc thiểu số và miền núi vào chương trình đào tạo người làm báo.
- Tổ chức các lớp tập huấn, hội thảo nhằm bổ sung và nâng cao kiến thức và lý luận về văn hóa các dân tộc thiểu số và miền núi cho phóng viên, tiến tới chuyên nghiệp hóa phóng viên viết về dân tộc và miền núi.
- Xây dựng một hệ thống dữ liệu điện tử nhằm cung cấp thông tin về các dân tộc, các đường lối chính sách và luật pháp liên quan, cũng như các dự án phát triển đã, đang và sẽ thực hiện ở vùng dân tộc và miền núi để phóng viên có thể tra cứu dễ

dàng khi cần, tránh sai sót. Thông tin cung cấp trên hệ thống này nên ở dạng mở, không đánh giá hay áp đặt, để người sử dụng có quyền lựa chọn và chịu trách nhiệm về cách đưa tin của mình¹⁴

- Có chính sách khuyến khích viết về dân tộc và miền núi, cũng như định hướng các vấn đề trọng tâm và dài hơi cho báo chí và thay vì đưa tin theo mùa vụ.
- Đề cao cách tiếp cận có tính phê phán và phản biện nhằm đưa đến công luận tiếng nói của người dân, tránh đưa tin tuyên truyền một chiều, đồng thời tập trung vào các chủ đề có tính sinh tử đối với đồng bào các dân tộc thiểu số và miền núi.

2. Tăng cường tính khách quan, minh bạch của thông tin về dân tộc thiểu số

Tính khách quan là một yếu tố quan trọng của tin tức vì nó giúp cho người đọc tin tưởng vào các thông tin mà họ tiếp nhận. Tuy nhiên, như đã nói ở các phần trước, nhiều người làm báo còn thiên về đưa tin qua cách nhìn của người đứng ngoài cuộc, có khi nặng lòng thương xót, có khi chỉ trích, áp đặt, qua đó dễ làm tổn thương người thiểu số vốn có nhiều mặc cảm vì bị hiểu sai. Để thu hút sự chú ý của độc giả, các báo còn sử dụng các biện pháp tu từ để tăng thêm sức nặng, vô tình gán ghép hay áp đặt quan điểm. Ít có những bài báo có tính phê phán trên tinh thần phản biện khoa học, được điều tra kỹ lưỡng và đưa ra các nhận xét, kết luận và khuyến nghị thuyết phục.

Do vậy, để đạt được tính khách quan, đáng tin cậy của báo chí không chỉ trong lĩnh vực dân tộc thiểu số, các tòa soạn rất cần có một quy trình chuẩn để minh bạch quá trình lấy tin, xử lý thông tin, phân tích vấn đề và đưa tin.

3. Báo chí cần có quan điểm “thấu hiểu” thay vì phán xét khi viết về dân tộc thiểu số

Thấu hiểu không có nghĩa là cảm thông hay thương xót. Thấu hiểu là đặt mình vào vị trí người trong cuộc để nhìn nhận và đánh

14. Theo trang tin điện tử của Ủy ban Dân tộc <<http://cema.gov.vn>>, ngày 18/11/2009 Viện Dân tộc (thuộc UBĐT) đã mở hội thảo triển khai đề án “Xây dựng Bộ Cơ sở Dữ liệu về Các Dân tộc Thiểu số ở Việt Nam”. Đây là một ý tưởng tốt nếu các dữ liệu được xây dựng theo nguyên tắc “minh bạch, khách quan, toàn diện và mở” thay vì đưa các thông tin tuyên truyền một chiều.

giá, thay vì áp đặt và phán xét dựa trên những trải nghiệm riêng của người bên ngoài. Thiếu cái nhìn thấu hiểu, các tác phẩm báo chí về dân tộc thiểu số chỉ là câu chuyện chủ quan của người viết, chứ không phải là tiếng nói của đối tượng được phản ánh. Hậu quả là các chính kiến, nhu cầu, vấn đề và nguyện vọng thực sự của người dân tộc thiểu số hầu như không được xã hội và những người làm chính sách biết tới.

Vì vậy, để tránh sự áp đặt chủ quan và tạo ra những thông điệp sai lệch về người dân tộc thiểu số, người làm báo cần đặt mình vào trong hoàn cảnh lịch sử, xã hội, những ràng buộc của các giá trị văn hóa và đạo đức của những người mà mình đang tìm hiểu để nắm được *quan điểm của chính họ*, để nhận thức được *cách nhìn của họ về thế giới mà họ đang sống*. Kết quả của cái nhìn thấu hiểu là sự trân trọng các giá trị văn hóa, các kiến thức bản địa, là những tác phẩm báo chí nói lên được tiếng nói của các cộng đồng thiểu số, từ đó làm tăng thêm hiểu biết và sự tôn trọng lẫn nhau giữa các dân tộc.

LỜI KẾT

Các dân tộc thiểu số Việt Nam đang đứng trước những xung đột giữa phát triển, hội nhập và bảo tồn bản sắc văn hóa. Phát triển là một đòi hỏi cấp thiết, nhưng quá trình phát triển cũng luôn song hành với những hệ lụy như làm mất bản sắc văn hóa và tàn phá môi sinh. Giải quyết thành công mối quan hệ giữa phát triển và bảo tồn văn hóa các tộc người là một mối quan tâm lớn trong hệ thống chính sách dân tộc của Nhà nước hiện nay.

Trong vấn đề này, báo chí có vai trò cực kỳ to lớn vì chỉ có báo chí mới làm được cái cầu nối giữa nhà nước và cộng đồng, giữa những tộc người thiểu số với cộng đồng dân tộc rộng lớn. Tuy nhiên, điều đáng lo ngại là hình ảnh của người dân tộc thiểu số mà báo chí đang tạo ra còn nhiều thiên lệch, thậm chí một tỉ lệ không nhỏ còn mang định kiến. Thay vì tôn trọng sự đa dạng và khác biệt văn hóa, không ít người làm báo có xu hướng lấy quan điểm và nhận thức của người đa số làm trung tâm để đánh giá người dân tộc thiểu số và văn hóa các dân tộc thiểu số một cách tiêu cực. Căn nguyên, như đã phân tích ở trên, có thể nằm ở những trải nghiệm của cá nhân nhà báo, thị hiếu của độc giả, và nhất là ảnh hưởng của các ngôn thuyết và lý luận về văn hóa vốn từ lâu đã trở thành quá vãng. Xu hướng này cần phải thay đổi để hình ảnh của con người và văn hóa các dân tộc thiểu số được phản ánh chân thực hơn trên báo chí.

Trong tiến trình đi đến một xã hội công dân thì sự phản ánh thông tin hai chiều có ý nghĩa quyết định tạo ra đồng thuận. Việt Nam là một đất nước đa tộc người, và mỗi tộc người đều có nền văn hóa và lối sống riêng của mình. Chính những bản sắc riêng này góp phần tạo nên hình ảnh một quốc gia giàu hương sắc văn hóa. Lắng nghe, thấu hiểu và biện hộ cho những tiếng nói của các dân tộc ít người chính là mang hơi thở sống động từ những nền văn hóa độc đáo giàu bản sắc đến với xã hội, góp phần tăng cường hiểu biết lẫn nhau, giảm thiểu xung đột, cải thiện và đổi mới chính sách của nhà nước để xây dựng một xã hội hài hòa, tiến bộ và văn minh.

