

BÁO CÁO NGHIÊN CỨU

ẢNH HƯỞNG CỦA HÌNH ẢNH
NGƯỜI LGBTQ TRÊN
BÁO/TRANG TIN ĐIỆN TỬ VÀ
MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK ĐẾN
TỰ ÁP LỰC THAY ĐỔI BẢN
THÂN CỦA NGƯỜI TRẺ LGBTQ

Nguyễn Hải Vân, Hoàng Thùy Linh,
Nguyễn Quỳnh Hương, Nguyễn Đức Luân,
Lê Việt Anh, Đào Phương Linh



LỜI NÓI ĐẦU

NextGEN Hà Nội vốn được biết đến là một tổ chức hoạt động về xây dựng cộng đồng và nâng cao nhận thức thông qua các sự kiện cộng đồng và dự án giáo dục hay nghệ thuật. Có thể nói, thực hiện một nghiên cứu là một thử hoàn toàn xa lạ và mới mẻ với NextGEN. Đây là nghiên cứu đầu tiên của tổ chức NextGEN về ảnh hưởng của truyền thông lên cộng đồng người LGBTQ nhằm hiểu hơn về các vấn đề cộng đồng đang gặp phải. Nghiên cứu này được bắt nguồn từ chương trình Yo4re – Góc nhìn khác, khởi xướng bởi Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường (iSEE) với sự tài trợ của Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID). Tất cả các bước của quá trình nghiên cứu từ thiết kế bảng hỏi, phỏng vấn, phân tích dữ liệu và viết báo cáo được thực hiện bởi sự góp sức của nhóm nghiên cứu bao gồm Nguyễn Hải Vân, Hoàng Thùy Linh, Nguyễn Quỳnh Hương, Nguyễn Đức Luân, Lê Việt Anh và Đào Phương Linh. Ngoài ra, để nghiên cứu này tiếp cận đến nhiều người và thu được lượng hồi đáp khá lớn, không thể không kể đến đội truyền thông của nhóm nghiên cứu, Tạ Hữu Trung Quý và Ngô Huỳnh Đăng, những người đã theo dự án nghiên cứu từ những ngày đầu tiên.

NextGEN Hà Nội và nhóm nghiên cứu xin gửi lời cảm ơn chân thành đến iSEE, đặc biệt nhóm nghiên cứu bao gồm chị Nguyễn Thị Hương, chị Nguyễn Thị Hiếu, chị Đỗ Quỳnh Anh và chị Chu Lan Anh, những người đồng nghiên cứu cùng NextGEN đã hỗ trợ rất nhiều để nhóm có thể hoàn thành báo cáo này. Trong từng giai đoạn từ thiết kế bảng hỏi đến viết báo cáo trong suốt 09 tháng, các chị luôn đưa ra những lời khuyên, góp ý hữu ích, đã tận tụy và sát sao hỗ trợ nhóm khi nhóm gặp khó khăn hay vướng mắc. Cảm ơn các chị đã nhẫn nại trước những lần chậm gửi bài và những email lúc đêm khuya của chúng em.

Nhóm nghiên cứu xin được gửi lời cảm ơn những người đã tham gia trả lời bảng hỏi trực tuyến và cung cấp các thông tin hữu ích và góp phần hoàn thiện nghiên cứu này. Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến 25 bạn thuộc cộng đồng đồng tính, song tính, chuyển giới và queer đã đồng ý mở lòng chia sẻ câu chuyện của bản thân và giải bày những cảm xúc cùng nhóm nghiên cứu. Những câu chuyện và tâm sự này là đóng góp to lớn cho báo cáo của chúng tôi và cũng là nguồn động lực để NextGEN tiếp tục các hoạt động cộng đồng.

Cuối cùng, nhóm tác giả xin cảm ơn các thành viên NextGEN và những bạn bè đồng nghiệp đã hỗ trợ trong việc góp ý và chia sẻ báo cáo. Những thiếu sót trong báo cáo thuộc về trách nhiệm của các tác giả.

MỤC LỤC

1. GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU	6
1.1. Bối cảnh nghiên cứu	6
1.2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu	7
1.4. Phương pháp nghiên cứu	7
1.5. Hạn chế của nghiên cứu	9
1.6. Đạo đức nghiên cứu	10
2. TỔNG QUAN TÀI LIỆU	10
2.1. Định kiến	10
2.2. Sự hiện diện của người LGBTQ trên truyền thông	11
2.3. Ảnh hưởng của truyền thông đến người LGBT	13
2.4. Cách đối phó	14
3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	14
3.1. Thông tin chung	14
3.2. Sự hiện diện của hình ảnh người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội	17
3.2.1. Tiếp cận thông tin về hình ảnh của người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội	17
3.2.2. Sự thay đổi trong hình ảnh của người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội qua thời gian	18
3.2.3. Hình ảnh của người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội	20
3.3. Ảnh hưởng của các hình ảnh người LGBTQ trên mạng xã hội Facebook và trang tin điện tử đến cộng đồng	26
3.4. Ảnh hưởng của các hình ảnh người LGBTQ trên mạng xã hội và các trang tin điện tử lên cá nhân LGBTQ	28
3.4.1. Liên hệ bản thân với những hình ảnh về người LGBTQ trên báo/trang thông tin điện tử và mạng xã hội Facebook	29
3.4.2. Sự mong muốn thay đổi bản thân theo những hình ảnh trên mạng xã hội	30
3.4.3. Ảnh hưởng của việc liên hệ bản thân và mong muốn thay đổi theo những hình ảnh đã đề cập về người LGBTQ được mô tả trên báo điện tử và mạng xã hội Facebook	34
3.4.4. Sự áp lực thay đổi bản thân từ những hình ảnh trên mạng xã hội	36
3.5. Cách ứng phó trước ảnh hưởng từ các hình ảnh người LGBTQ trên báo điện tử và mạng xã hội	39
3.5.1. Sử dụng mạng xã hội để thể hiện nhận dạng LGBTQ của mình, tìm hiểu bản thân và đồng thời, cố gắng xóa bỏ định kiến	39
3.5.2. Đối mặt với những hình ảnh một chiều hoặc tiêu cực về người LGBTQ	41
4. BÀN LUẬN, KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ	43
4.1. Bàn luận	43
	2

4.2. Kết luận	45
4.3. Khuyến nghị	45
Phụ lục 1: Đặc điểm của người tham gia phỏng vấn	49
Phụ lục 2: Bảng hỏi khảo sát online	50
Phụ lục 3: Hướng dẫn phỏng vấn sâu với người LGBTQ	58

TỪ VIẾT TẮT

LGBTQ:

L - Lesbian: Người đồng tính nữ, người có cảm nhận về giới tính của mình là nữ và có cảm giác thấy hấp dẫn về tình cảm, thể chất với người nữ khác.

G - Gay: Người đồng tính nam, người có cảm nhận về giới tính của mình là nam và có cảm giác thấy hấp dẫn về tình cảm, thể chất với người nam khác.

B - Bisexual: Người song tính, người có cảm giác thấy hấp dẫn về tình cảm, thể chất với cả hai giới.

T - Transgender: Người chuyển giới, người có giới tính sinh học không trùng với bản dạng giới hay thể hiện giới của họ (ví dụ: có cơ thể là nam và nghĩ mình là nữ, hoặc bề ngoài như nữ)

Q - Queer: Người đa dạng tính dục

MXH : Mạng xã hội

ĐTB : Điểm trung bình

ĐLC : Độ lệch chuẩn

NPV: Người phỏng vấn

NTL: Người trả lời

MỤC LỤC BẢNG/BIỂU ĐỒ

Tên bảng/biểu đồ	Trang
Hình 3.1.: Địa bàn đối tượng nghiên cứu	14
Hình 3.2.: Trình độ học vấn đối tượng nghiên cứu	15
Hình 3.3.: Xu hướng tính dục và bản dạng giới của đối tượng nghiên cứu	15
Hình 3.4.: Mức độ nhìn thấy hình ảnh về người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook	16
Hình 3.5.: Nhận định về hình ảnh người LGBTQ đẹp trên truyền thông so với thực tế	19
Hình 3.6.: Nhận định về hình ảnh người chuyển giới có vẻ bề ngoài theo chuẩn mực nam - nữ trên truyền thông so với thực tế	20
Hình 3.7.: Nhận định về một số hình ảnh về người LGBTQ trên truyền thông so với thực tế (Đơn vị: %)	22

Hình 3.8.: Nhận định về hình ảnh người LGBTQ có mối tình đẹp trên truyền thông so với thực tế	23
Hình 3.9.: Nhận định về sự phân chia vai trò giới nam - nữ ở các cặp đôi LGBTQ trên truyền thông so với thực tế	24
Bảng 1 : Ảnh hưởng của các hình ảnh người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook	28
Hình 3.10.: Mức độ mong muốn thay đổi bản thân theo hình ảnh trên mạng xã hội (Tính theo ĐTB)	29
Hình 3.11.: Thống kê bình chọn lý do mong muốn thay đổi bản thân (Đơn vị: %)	31
Hình 3.12.: Ảnh hưởng của những hình ảnh đã đề cập về người LGBTQ được mô tả trên báo điện tử và mạng xã hội Facebook lên bản thân người trả lời	32
Hình 3.13.: Mức độ áp lực thay đổi bản thân theo các hình ảnh trên trang tin điện tử và mạng xã hội (Theo ĐTB)	34

1. GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU

1.1. Bối cảnh nghiên cứu

Hiện nay, nhận thức và thái độ của xã hội về cộng đồng người đồng tính, song tính và chuyển giới (LGBTQ) ở Việt Nam đã có sự thay đổi theo chiều hướng cởi mở hơn. Nhiều người trong cộng đồng tự tin công khai bản dạng giới và xu hướng tính dục của bản thân mà ít phải lo sợ sự kỳ thị hay phân biệt đối xử. Thêm nữa, nhiều người có cơ hội để khẳng định bản thân trong học tập, công việc và có những đóng góp hữu ích cho xã hội (iSEE, 2017). Để có được những thay đổi đáng kể như vậy, không thể không kể đến đóng góp của các phong trào vận động quyền, nâng cao nhận thức và tăng hiện diện của cộng đồng LGBTQ.

Ngoài ra, trên các phương tiện truyền thông xuất hiện nhiều hơn những hình ảnh về người LGBTQ, đặc biệt là các trang báo mạng, trang tin trực tuyến và mạng xã hội. Những hình ảnh đó dù tốt hay xấu cũng ít nhiều gây ảnh hưởng đến người LGBTQ trong cả quá trình trải nghiệm không gian trực tuyến lẫn cuộc sống ‘đời thực’ của họ. Tùy hoàn cảnh của từng cá nhân, ảnh hưởng gây ra bởi những hình ảnh đó có thể là tích cực hay tiêu cực.

Với nghiên cứu này, chúng tôi muốn lắng nghe những chia sẻ của người trong cuộc và quan điểm của họ về những hình ảnh họ gặp trên truyền thông trực tuyến về người LGBTQ, từ đó xác định những ảnh hưởng có thể có và cách người LGBTQ đối mặt với những ảnh hưởng đó. Chúng tôi hy vọng nghiên cứu này có thể giúp mở ra những hướng nghiên cứu mới và góp phần nâng cao nhận thức về người LGBTQ.

Trong nghiên cứu này, tham khảo từ các định nghĩa của iSEE (2012) và Planned Parenthood, chúng tôi sẽ sử dụng các thuật ngữ với định nghĩa đi kèm như sau:

- Người đồng tính nữ: người có cảm nhận về giới tính của mình là nữ và có cảm giác thấy hấp dẫn về tình cảm, thể chất với người nữ khác.
- Người đồng tính nam: người có cảm nhận về giới tính của mình là nam và có cảm giác thấy hấp dẫn về tình cảm, thể chất với người nam khác.
- Người song tính: người có cảm giác thấy hấp dẫn về tình cảm, thể chất với cả hai giới.
- Người chuyển giới: người có giới tính sinh học không trùng với bản dạng giới hay thể hiện giới của họ (ví dụ: có cơ thể là nam và nghĩ mình là nữ, hoặc bề ngoài như nữ)
- Công khai: (từ tiếng Anh: coming out) việc tiết lộ về xu hướng tính dục hoặc bản dạng giới của mình cho người khác biết.
- Queer: chỉ căn tính tính dục và giới khác dị tính (có cảm giác thấy hấp dẫn về tình cảm hay thể chất với người khác giới) và hợp giới (có giới tính sinh học trùng bản dạng

giới). Đôi khi, từ “queer” được sử dụng do sự phức tạp của giới và tính dục, hai yếu tố này có thể thay đổi theo thời gian và không nhất thiết mang tính nhị nguyên, như nam hoặc nữ, đồng tính hoặc dị tính.

- Tự áp lực: loại áp lực tự áp đặt, có thể bao gồm đặt ra các kỳ vọng dành cho bản thân quá cao, sợ thất bại, đánh giá cá nhân không ổn định, lo lắng nhiều, giao tiếp nội tâm tiêu cực. (Bakar, A. Y. A., & Ishak, N. M., 2014)

1.2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu

Nghiên cứu hướng đến tìm hiểu ảnh hưởng của hình ảnh người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook đến sự tự áp lực thay đổi bản thân của người trẻ LGBTQ.

Trong đó, nghiên cứu xem xét một số mục tiêu cụ thể:

- + Xác định những hình ảnh thường thấy về người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội;
- + Tìm hiểu ảnh hưởng của những hình ảnh về người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội;
- + Tìm hiểu cách người LGBTQ đối mặt với ảnh hưởng gây ra bởi những hình ảnh thường thấy về người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội.

Từ các mục tiêu trên, chúng tôi đặt ra 03 câu hỏi nghiên cứu:

- + Những hình ảnh thường thấy về người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội được miêu tả như thế nào?
- + Người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội có bị ảnh hưởng bởi những hình ảnh về chính họ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội không? Nếu có thì họ bị ảnh hưởng như thế nào?
- + Các phương pháp mà người LGBTQ đối mặt với những ảnh hưởng gây ra bởi những hình ảnh thường thấy về chính họ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội như thế nào?

1.4. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình thực hiện, chúng tôi tiến hành phương pháp đồng nghiên cứu với Viện nghiên cứu Kinh tế, Xã hội và Môi trường (iSEE). Trong nghiên cứu này, nhóm sử dụng kết hợp nghiên cứu định lượng và định tính. Nhóm nghiên cứu hướng đến đối tượng là người LGBTQ thuộc độ tuổi thanh niên (từ 18 đến 30 tuổi)¹. Theo Nelson và Barry (2005), nhóm

¹ Theo Nghị quyết số 53/2005/QH11, nước Cộng hòa xã hội Chủ nghĩa Việt Nam

người mới trưởng thành (trong độ tuổi 18-29, đặc biệt nhóm tuổi 18-25), khác với nhóm thiếu niên (13-19 tuổi) và nhóm người trưởng thành lớn hơn ở đặc điểm sự độc lập bắt đầu gia tăng tuy nhiên chưa đủ trong một số lĩnh vực xã hội, tài chính và đưa ra quyết định; đồng thời, nhóm người thuộc nhóm tuổi này bắt đầu có nhiều trải nghiệm tình cảm và tình dục hơn.

Nghiên cứu định lượng:

Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua khảo sát trực tuyến (Bộ câu hỏi khảo sát được thể hiện ở Phụ lục 2). Nhóm nghiên cứu nhận thấy điều tra trực tuyến là cách tốt nhất để tiếp cận rộng rãi đối tượng nghiên cứu về địa lý, cũng như đảm bảo được tính đa dạng về nhóm tuổi, xu hướng tính dục và bản dạng giới. Chúng tôi thu thập phiếu trả lời khảo sát thông qua Google forms, chia sẻ liên kết bảng hỏi tại các trang cộng đồng LGBTQ như Biệt đội Cầu Vồng (30.901 likes), Hanoi Pride (32.680 likes), các nhóm như LGBT Hà Nội - Sharing space (1.674 thành viên), v.v.

Trong tháng 03/2019, đã có 522 người tham gia trả lời khảo sát. Những khảo sát không hợp lệ (có phần trả lời mâu thuẫn về logic, thuộc nhóm tuổi trên 30, dưới 18, hay lựa chọn xu hướng tính dục và bản dạng giới là dị tính) đều bị loại. Nhóm nghiên cứu ghi nhận 462 phiếu trả lời hợp lệ trong bộ dữ liệu để phân tích cuối cùng. Bảng dữ liệu được mã hóa với Microsoft Excel và phân tích bằng phần mềm SPSS, chủ yếu sử dụng thống kê mô tả và phép kiểm định mối liên hệ giữa 2 biến bằng crosstabs.

Khi chia sẻ bảng hỏi, chúng tôi cung cấp cho người quan tâm những thông tin về nghiên cứu và lời mời tham gia nghiên cứu. Người quan tâm hoàn toàn có quyền quyết định việc đồng ý hay từ chối trả lời bảng hỏi. Bên cạnh đó, để đảm bảo tính ẩn danh cho nghiên cứu, chúng tôi không thu thập các thông tin có thể định danh người trả lời, cụ thể như tên, số điện thoại, địa chỉ email và địa chỉ nhà riêng.

Nghiên cứu định tính:

Nhóm nghiên cứu tiến hành tổng quan tài liệu để xây dựng cơ sở lý luận cho đề tài, tìm hiểu chỗ trống nghiên cứu và giải pháp cho đề tài nghiên cứu. Đồng thời, chúng tôi xây dựng hệ thống dữ liệu từ các bài đăng trên trang tin điện tử và mạng xã hội để tìm hiểu thực trạng và xu hướng hình ảnh người LGBTQ được mô tả trên truyền thông.

Với phương pháp nghiên cứu định tính, nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sâu những người LGBTQ trong độ tuổi 18 - 30 đang sống tại Hà Nội. Những người đồng ý tham gia phỏng vấn sâu là người tự nguyện để lại cách thức liên lạc cho nhóm nghiên cứu qua bảng khảo sát và từ đó, chúng tôi lựa chọn ngẫu nhiên người tham gia phỏng vấn sâu từ danh sách đăng ký qua bảng hỏi trực tuyến hoặc từ giới thiệu của những người quan tâm đến nghiên

cứ. Giấy đồng ý phỏng vấn sâu sẽ được thu thập khi gặp trực tiếp nhóm đối tượng phỏng vấn sâu.

Trong tháng 04/2019, có tất cả 22 người tham gia phỏng vấn sâu với đặc điểm nhân khẩu học - xã hội học khác nhau, điều này khiến những câu chuyện được chia sẻ dưới các góc nhìn đa chiều. Thông qua phương pháp nghiên cứu định tính, chúng tôi mong muốn tìm hiểu sâu thêm về những thông tin đã thu thập trong bảng khảo sát online nhằm bổ sung, đối chiếu hay làm rõ về các trải nghiệm của người LGBTQ với những hình ảnh về chính họ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội.

Bộ câu hỏi phỏng vấn sâu được thiết kế bán cấu trúc với các câu hỏi mở về trải nghiệm của người trả lời (xem trong Phụ lục 3).

1.5. Hạn chế của nghiên cứu

Quá trình thực hiện nghiên cứu không thể tránh khỏi một số hạn chế. Trước tiên, đề tài này ít được khai thác ở Việt Nam nên nguồn tham khảo chưa phong phú. Vì thế, chúng tôi phải tự tìm hiểu thông qua khảo sát thực tế và những tài liệu nước ngoài thứ cấp liên quan. Thứ hai, cộng đồng LGBTQ là một cộng đồng lớn, bao gồm nhiều nhóm nhỏ về xu hướng tính dục và bản dạng giới, trong đó có một số nhóm khó tiếp cận. Cụ thể, số lượng người chuyển giới nữ trả lời khảo sát chưa đủ mang tính đại diện, nên kết quả định lượng của nhóm không có ý nghĩa thống kê. Tuy vậy, phương pháp phỏng vấn sâu lại tiếp cận được đủ số mẫu chuyển giới nữ mong đợi; do đó, kết quả nghiên cứu đối với nhóm chuyển giới nữ sẽ hoàn toàn dựa vào định tính. Ngoài ra, nghiên cứu vẫn chưa tiếp cận được nhóm đối tượng hoàn toàn chưa công khai với bất kỳ ai ngoại trừ nhóm nghiên cứu, nên không có cơ sở để kết luận về sự khác biệt giữa nhóm công khai và chưa công khai. Bởi vậy, trong các nghiên cứu tiếp sau nên tập trung vào từng nhóm trong cộng đồng để có cái nhìn sâu hơn về ảnh hưởng của từng nhóm. Thứ ba, phạm vi nghiên cứu chỉ dừng lại ở các báo, trang tin trực tuyến và mạng xã hội tại Việt Nam. Các nghiên cứu sau này có thể mở rộng quy mô trên các nền tảng truyền thông, thông tin đại chúng khác. Do giới hạn về kinh phí và nhân sự thực hiện phỏng vấn, nhóm nghiên cứu chỉ tiến hành phỏng vấn sâu được những người LGBTQ trong phạm vi thành phố Hà Nội. Chúng tôi hy vọng những nghiên cứu sau này có thể khắc phục được các hạn chế trên, mở rộng ra nhiều địa bàn khác để có thể đem lại cái nhìn tổng quát hơn.

1.6. Đạo đức nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu đều được truyền tải rõ ràng đến người tham gia khảo sát trực tuyến và phỏng vấn sâu. Người tham gia nghiên cứu sẽ được cung cấp đầy đủ thông tin về nghiên cứu, bao gồm mục tiêu nghiên cứu, việc thông tin, dữ liệu được sử dụng thế nào sau khi thu thập. Bên cạnh đó, chúng tôi luôn xác nhận sự đồng ý của người tham gia thông qua thu âm khi phỏng vấn trực tiếp. Họ hoàn toàn có quyền quyết định việc đồng ý hay không đồng ý tham gia nghiên cứu, có thể chấm dứt việc tham gia nghiên cứu bất cứ khi nào họ cảm thấy không thoải mái hay không muốn tiếp tục mà không bị phân biệt đối xử, xử phạt hay đền bù. Để đảm bảo tính bảo mật thông tin, nhóm nghiên cứu không thu thập các thông tin có khả năng định danh như tên thật hay số chứng minh nhân dân, trừ trường hợp bắt buộc thu thập thông tin cho giấy tờ, thủ tục thanh toán. Dữ liệu sau khi thu thập sẽ được mã hóa, lưu trữ và chỉ 02 nhóm đồng nghiên cứu NextGEN và Viện iSEE có thể tiếp cận.

2. TỔNG QUAN TÀI LIỆU

2.1. Định kiến

Trong các nghiên cứu trước về định kiến, chúng tôi tìm được rất nhiều định nghĩa của định kiến. Allport (1954) định nghĩa định kiến là một cảm giác, tích cực hay tiêu cực, về một người hay một vật, trước khi có, hay không dựa trên, trải nghiệm thực tế với người đó hay vật đó. Theo Brown (1995, trang 8), định kiến được định nghĩa là “giữ thái độ xã hội hay niềm tin mang tính nhận thức có tính xúc phạm, thể hiện các yếu tố cảm xúc tiêu cực, thể hiện hành vi có tính chất phân biệt đối xử hay thù ghét với các thành viên của một nhóm chỉ bởi vì họ thuộc nhóm đó.” Một định nghĩa khác, định kiến là sự đánh giá tiêu cực một nhóm xã hội hay sự đánh giá tiêu cực một cá nhân đặc biệt dựa trên lý do cá nhân đó thuộc một nhóm xã hội đó. Tuy nhiên, định kiến không được thể hiện trực tiếp mà thể hiện gián tiếp qua các lý giải cho định kiến (ví dụ, đặc điểm quy gán, hệ tư tưởng, khuôn mẫu) (Crandall và các cộng sự, 2003). Các định nghĩa của định kiến hầu hết chứa hàm ý tiêu cực, dù các nghiên cứu trước đây không phủ nhận sự tồn tại của định kiến tích cực (Brown, 1995; Crandall và các cộng sự, 2003).

Về định kiến dựa trên xu hướng tính dục và bản dạng giới, theo Understand Prejudice, một nghiên cứu thực hiện bởi tổ chức Stonewall, có tồn tại định kiến tích cực với người đồng tính và người chuyển giới, qua việc sử dụng các khuôn mẫu hay thể hiện cảm xúc tích cực với nhóm cộng đồng này. Với người chuyển giới, thái độ thường thấy là sự chấp nhận, tuy nhiên,

sự chấp nhận này đến từ sự thương hại. Định kiến tích cực với người đồng tính được thể hiện như người đồng tính thì thường hài hước hay nhóm đồng tính nam thường được khen ngợi bởi tính cách “mang tính nữ” của họ (Valentine và các cộng sự, 2004). Các thái độ, hành vi này còn được gọi là hành vi xúc phạm ngầm định (microaggression). Trong đó, bao gồm việc giả định tất cả người LGBTQ đều giống nhau (ví dụ, người đồng tính nam yêu thích thời trang và thiết kế nội thất hay người đồng tính nữ thích ăn mặc và hành động “nam tính”). Một đặc điểm khác là việc ngoại lai hóa (exoticization), phi nhân hóa hay vật hóa người LGBTQ (ví dụ, lăng mạ hóa và giả định người đồng tính có một cuộc sống hào nhoáng hay hỏi quá nhiều về bộ phận sinh dục của người chuyển giới) (Nadal, 2011).

Một lý do thường được đưa ra để giải thích cho định kiến với người đồng tính nam và đồng tính nữ là do đây là các nhóm thiểu số “không bình thường” (Stonewall, 2004). Cách biện hộ này khá tương đồng với lý thuyết về định chuẩn hóa dị tính và lý thuyết về tính trình diễn giới của Judith Butler. Trong đó, theo Cavalcante (2013) sự định chuẩn hóa dị tính được thể hiện qua 04 tính chất:

- Định nghĩa sự dị tính là một bản chất sẵn có, cần có và nên có của con người
- Ưu tiên thể chế hôn nhân và coi đó là cách duy nhất thể hiện tình yêu
- Cho rằng cấu trúc nhị nguyên về giới là tự nhiên và không thể không có
- Cho rằng vai trò giới truyền thống là đúng và cần thiết.

Chúng ta sống trong thế giới mà dị tính và hợp giới (cis-gender) được coi là chuẩn mực, tự nhiên, và trong xã hội nhị nguyên đó, nếu biểu hiện giới của một người không thể hiện sự dị tính hay giới tính sinh học của người đó, người đó sẽ bị coi là lệch chuẩn, là tha nhân tính dục hoặc giới (Butler, 1990).

2.2. Sự hiện diện của người LGBTQ trên truyền thông

Truyền thông thường có sự nhầm lẫn giữa giới tính sinh học, bản dạng giới và xu hướng tính dục. Tuy gần đây đã có sự tăng hiện diện của các nhóm cộng đồng LGBTQ, đa số hình ảnh người LGBT trên truyền thông vẫn mang tính một chiều và khuôn mẫu (McInroy, 2016)..

Trên các kênh truyền thông truyền thống, các khuôn mẫu hành vi và chuẩn mực giới bị thổi phồng. Các câu chuyện về người LGBT thường chỉ có 02 kết cục, hoặc rất tiêu cực hoặc rất tích cực, mà thiếu đi sự phức tạp vốn có của cuộc sống. Trong đó, những người đồng tính nam thì hoặc rất “nam tính” hoặc rất “nữ tính”. Những người đồng tính nữ “nam tính” được mô tả là giống con trai, không nữ tính và thậm chí hung hăng trong khi những người

đồng tính nữ “nữ tính” thường xuyên được mô tả là hay ngại ngùng và thụ động. Những người trẻ thuộc cộng đồng LGBTQ thường được miêu tả là yếu ớt, tự ti và hay bị bắt nạt (McInroy, 2016).

Tương tự, theo Hirshfield (2015), tăng hiện diện trên truyền thông không có nghĩa là tăng sự hiện diện thực tế của cộng đồng, khi mà các hình ảnh trên truyền thông vẫn mang tính một chiều, đặc biệt với nhóm chuyển giới. Những hình ảnh về người chuyển giới trên truyền thông đa số là các ngôi sao, người nổi tiếng và tạo ra cái nhìn không thực tế về cộng đồng chuyển giới nói chung.

Một điều đáng chú ý khác, dù sự hiện diện của người LGBTQ có tăng lên so với quá khứ, không phải ai cũng có mong muốn công khai về xu hướng tính dục và bản dạng giới của mình. Theo Cavalcante (2013), khi nhắc đến sự đa dạng trong các yếu tố về giới và ưu tiên coi đó là đặc điểm duy nhất của người chuyển giới, truyền thông tiếp tục đóng góp xây dựng nên sự hiện diện quá mức (hypervisibility) của người chuyển giới. Người chuyển giới chịu sự kỳ thị xã hội (từ văn hóa chính thống có ưu thế) và các kỳ vọng xã hội (từ tiểu văn hóa queer đề cao sự kháng cự chuẩn mực xã hội truyền thống) (Cavalcante, 2013). Sự hiện diện quá mức được mô tả là sự sấm soi dựa trên sự khác biệt bị coi là lệch lạc; đây là kết quả của việc các cá nhân được biết tới nhờ “cái khác” hay sự lệch chuẩn và thường dẫn đến sự sấm soi và giám sát thay vì dẫn đến sự công nhận (Ryland, 2013; Brighenti, 2007).

Tại Việt Nam, trong giai đoạn 2004-2008, trên báo in và báo mạng, chân dung người đồng tính hiện lên với một số đặc điểm sau: bản năng tình dục khác thường, khó chấp nhận, đời sống tình dục và tình yêu bất ổn, nhân cách - đạo đức không tốt, quyền không được nhắc tới, quan hệ gia đình và xã hội ít được quan tâm. Các nhân vật đồng tính hay được đề cập đến là nhóm đồng tính nam, độ tuổi từ 18 đến 30 và sống ở thành thị, làm các công việc liên quan đến nghệ thuật. Ngoài ra, các khái niệm liên quan đến xu hướng tính dục đồng tính bị sử dụng nhầm lẫn (iSEE, 2011). Theo Cedric C. Clark (1969), sự hiện diện của các nhóm thiểu số thường trải qua 04 giai đoạn, (i): nhóm thiểu số hoàn toàn bị bỏ qua, (ii): nhóm thiểu số này bắt đầu xuất hiện trên truyền thông tuy nhiên với mục đích gây cười và chế giễu, (iii): xuất hiện nhiều nhân vật thuộc nhóm thiểu số hơn nhưng vẫn ít và hạn chế, (iv): đạt sự tôn trọng, nhóm thiểu số xuất hiện nhiều và câu chuyện cuộc đời của họ gắn liền với cuộc sống thường ngày. Có thể nói, khi nghiên cứu của iSEE được thực hiện, sự hiện diện của cộng đồng LGBTQ lúc này đang nằm ở giai đoạn (ii). Tới thời điểm hiện tại, chưa có nghiên cứu nào khác về hình ảnh người đồng tính, song tính, chuyển giới trên truyền thông Việt Nam.

2.3. Ảnh hưởng của truyền thông đến người LGBT

Các khuôn mẫu truyền thông là sự tái hiện mang tính hệ thống và được lặp đi lặp lại qua một số dạng như các trò đùa, truyện tranh hay qua tin tức, phim ảnh và truyền hình. Khuôn mẫu có tác động đặc biệt tiêu cực khi nó trở thành cách mà các nhóm có quyền lực khái quát về một nhóm yếu thế (Seiter, 2015). Việc tập trung vào tính dục của nhân vật trên truyền hình khiến hình ảnh của người LGBTQ tập trung xoay quanh nhãn dán LGBTQ của họ và đồng thời cũng làm lu mờ các khía cạnh khác của căn tính nhân vật đó có. Khi chỉ tiếp xúc các nhân vật LGB được đưa ra bởi truyền hình có cốt truyện giản đơn, nhạt nhòa, khả năng định hình các khía cạnh tính cách để hình thành bản thân của người trẻ LGB bị hạn chế (Bond và các cộng sự, 2017). Không những thế, khi truyền thông chỉ tập trung tạo dựng các hình ảnh tiêu cực với thông điệp ngầm rằng đây là “những tương lai bi kịch, buồn thảm và đen tối và nên tránh”, truyền thông đã góp phần vào cản trở, làm chậm và rối loạn quá trình một người chấp nhận bản thân là người chuyển giới (Cavalcante, 2013).

Truyền thông có vai trò quan trọng trong quá trình phát triển căn tính (identity development) và sự xuất hiện các nhân vật LGBT trên truyền thông là một cách khẳng định với người trẻ LGBT rằng họ không phải người duy nhất trải qua quá trình nhận diện xu hướng tính dục và bản dạng giới. Ngoài ra, sự xuất hiện này giúp người trẻ LGBT ít so sánh bản thân với một số chuẩn mực tự đặt ra hơn, cũng như tăng cường sức khỏe thể chất và tinh thần của họ (Bond và các cộng sự, 2015). Bên cạnh đó, việc theo dõi các nhân vật LGB trong các chương trình truyền hình được xây dựng, sản xuất và tiếp thị riêng cho nhóm người xem LGB có tác động tích cực đến nhóm người trẻ LGB (Bond và các cộng sự, 2017). Việc có một hình mẫu tích cực cũng có tác động đến người LGB, tạo nguồn cảm hứng, gây dựng cảm giác tự hào, là sự an ủi, động viên và giúp người LGB có cảm giác tích cực hơn về căn tính LGB của họ. Ngược lại, Gomillion và các cộng sự (2011) cũng chỉ ra các hình mẫu khuôn mẫu và hạn chế về người LGB trên truyền thông khiến họ cảm thấy bị tách biệt khỏi xã hội và hạn chế trong thể hiện căn tính

Tuy vậy, truyền thông chỉ tập trung vào các khuôn mẫu tích cực cũng có thể có tác động tiêu cực đến cộng đồng LGBT. Các khuôn mẫu tích cực về người đồng tính nam có thể dẫn tới việc những người đồng tính nam không cảm thấy thoải mái với các khuôn mẫu này sẽ tự tách mình khỏi cộng đồng; hoặc những người đồng tính nam không giống các khuôn mẫu tích cực này có thể sẽ bị chê cười (Brooks, 2016). Thêm vào đó, việc đẩy mạnh các hình tượng lý tưởng về thể chất ở người nam có thể làm xuất hiện ảnh hưởng tiêu cực đến mong muốn có cơ thể gầy hơn và các nỗi lo lắng về ngoại hình ở người đồng tính nam; tăng khả

năng mắc các bệnh hay triệu chứng của rối loạn ăn uống ở người đồng tính nam (Carper và các cộng sự, 2010; Lanzieri và các cộng sự, 2015). Bên cạnh đó, việc tăng sự hiện diện của hình ảnh các ngôi sao chuyên giới có thể không giúp người chuyên giới có cái nhìn tích cực hay tự tin hơn về bản thân; dù rằng cùng với việc gia tăng sự hiện diện thì các trường hợp công khai cũng tăng theo (Hirshfield, 2015).

2.4. Cách đối phó

Trước các hình ảnh người LGBT được xây dựng bởi truyền thông, người trẻ LGBT có trải qua một quá trình chiêm nghiệm về cách người trẻ LGBT được mô tả trên truyền thông và có sự so sánh mức độ liên quan với các trải nghiệm của chính mình (McInroy và các cộng sự, 2016). Các chương trình tập trung vào người LGB có tác động làm giảm các nỗi lo bị kỳ thị khi công khai. Những người LGB mà vẫn còn sự tự kỳ thị bản thân thường tìm đến các chương trình thân thiện với người LGB để thách thức và chống lại sự tự kỳ thị này hoặc để dần cảm thấy tích cực hơn về căn tính LGB của mình. Những người LGB khi đã chắc chắn với căn tính của mình tìm đến các chương trình thân thiện với người LGB để tìm hiểu thêm và cũng là một cách thể hiện sự chấp nhận bản thân (Winderman và các cộng sự, 2016).

Sống trong một xã hội đề cao sự dị tính cũng như hiểu rõ các chuẩn mực xã hội và văn hóa của giới trẻ, người trẻ LGBT có sự tự giám sát bản thân trong cách thể hiện trên mạng xã hội nhằm bảo vệ chính mình. Sự giám sát này bao gồm quá trình tự thương thuyết diễn ra liên tục với bản thân: câu chuyện nào chấp nhận được, câu chuyện nào không chấp nhận được. Một số ví dụ bao gồm có thể đăng tải câu chuyện về tình yêu của mình nhưng không đăng ảnh thân mật hay giấu tên người trong mối quan hệ với mình (Deridder, 2015).

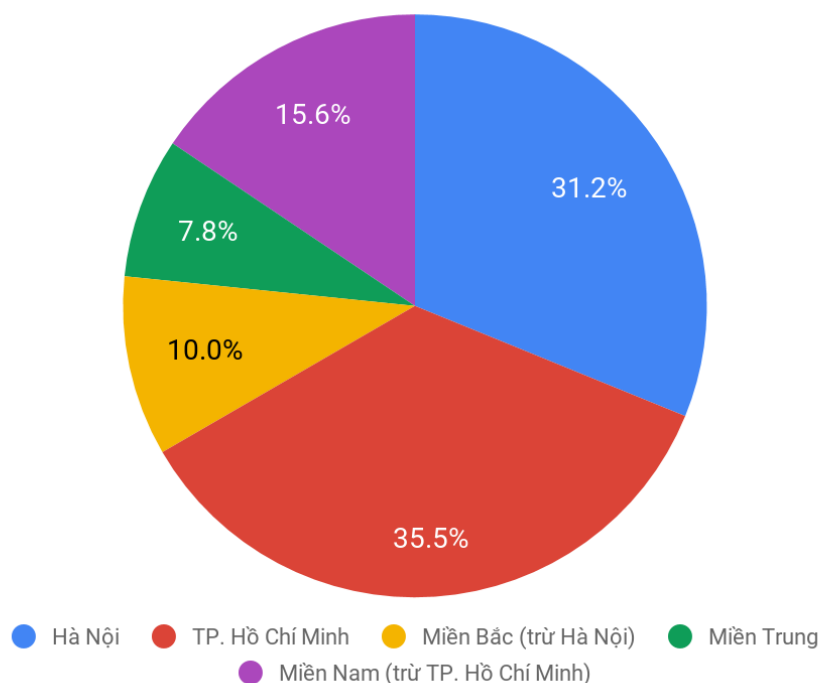
Bên cạnh đó, trước sự thiếu vắng hay hạn chế của hình ảnh người LGBT trên truyền thông truyền thống, người LGBT sử dụng truyền thông thể hiện sự biến đổi từ xấu hổ đến tự hào qua các câu chuyện công khai, điều khiển cảm xúc và các mối quan hệ trong vai trò “đại sứ queer”, và giúp người khác có thái độ cởi mở, chấp nhận hơn với người LGBT. Đây được coi là một dạng của lao động phi vật chất, lao động cảm xúc (Sender, 2012).

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

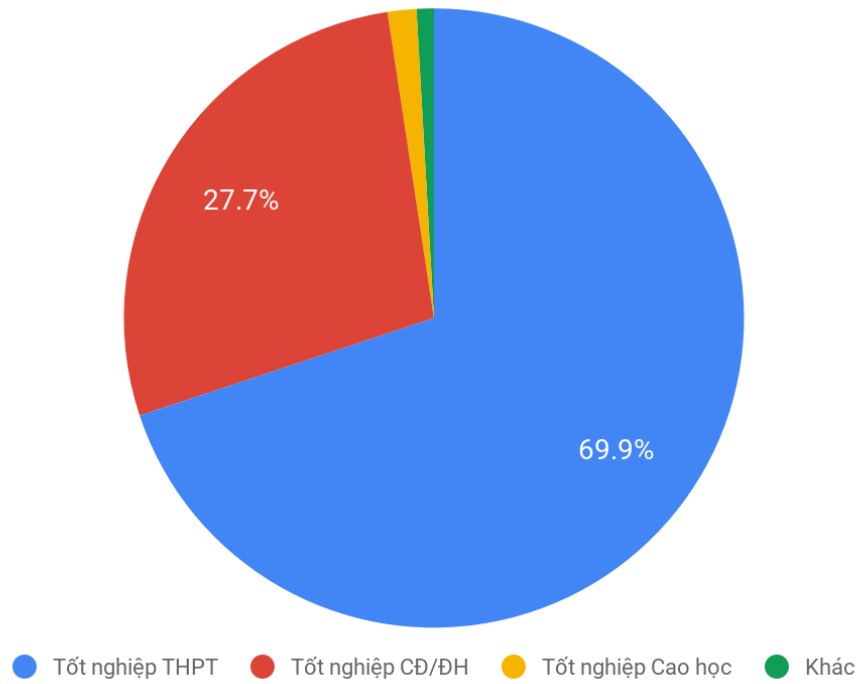
3.1. Thông tin chung

Trong số 462 mẫu khảo sát trực tuyến hợp lệ (như đã nêu trong phần phương pháp nghiên cứu), phần lớn sống tập trung tại TP. Hồ Chí Minh (35,5%) và Hà Nội (31,2%) (Hình

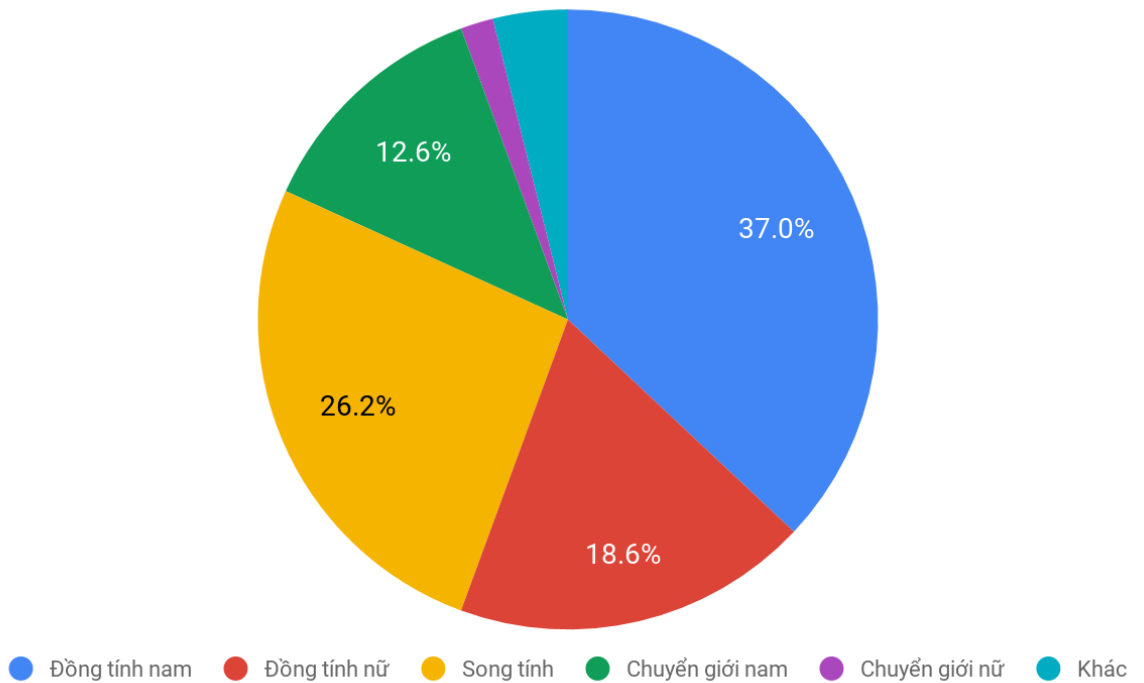
3.1). Đa số thuộc nhóm tuổi 18 - 24 tuổi (chiếm 69,9%) và có trình độ tốt nghiệp THPT hoặc thấp hơn (69,9%) (Hình 3.24). Ngoài ra, bản dạng giới và xu hướng tính dục (SOGI) đa dạng nhưng số lượng không đều giữa các nhóm. Cụ thể, nhóm đồng tính nam tham gia khảo sát đông nhất (37,0%), nhóm chuyển giới nữ tham gia ít nhất (1,7%) (Hình 3.3)



Hình 3.1.: Địa bàn đối tượng nghiên cứu



Hình 3.2.: Trình độ học vấn đối tượng nghiên cứu



Hình 3.3.: Xu hướng tính dục và bản dạng giới của đối tượng nghiên cứu

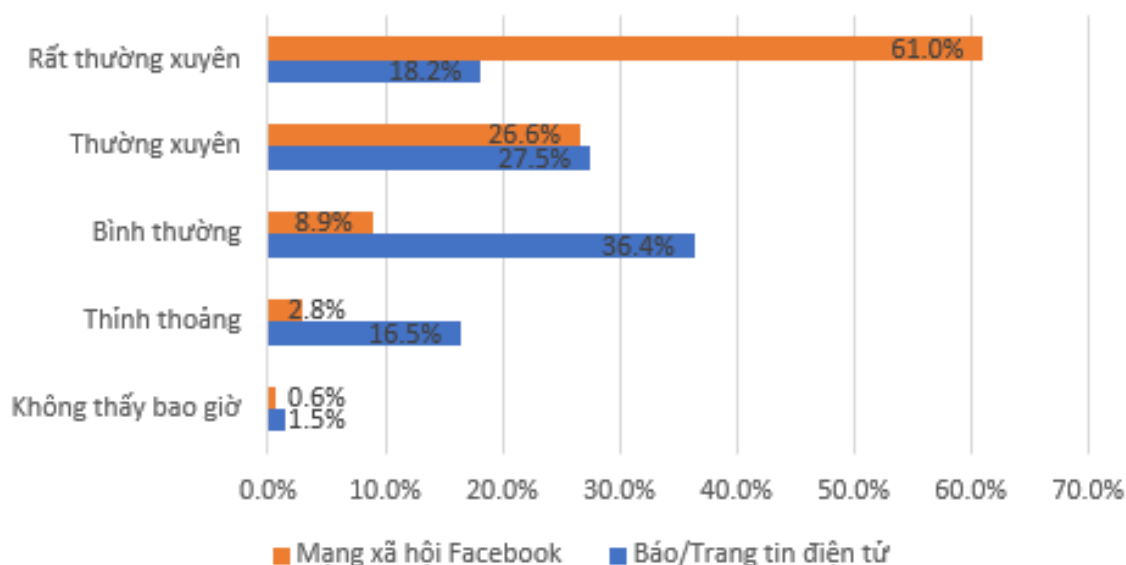
Tất cả 22 người tham gia phỏng vấn sâu đều đang sinh sống và làm việc/học tập tại Hà Nội, độ tuổi trong khoảng 18 - 30 tuổi. Thông tin cụ thể về mẫu nghiên cứu tham khảo phụ lục 1.

3.2. Sự hiện diện của hình ảnh người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội

Qua phỏng vấn sâu, nhóm nghiên cứu nhận thấy mạng xã hội và báo điện tử càng ngày càng trở thành các kênh thông tin phổ biến truyền tải các hình ảnh về người LGBTQ. Trên các phương tiện truyền thông này, những hình ảnh về cộng đồng LGBTQ cũng có sự thay đổi qua thời gian, đặc biệt nếu so sánh với nghiên cứu “Thông điệp truyền thông về đồng tính luyến ái trên báo in và báo mạng” của Viện iSEE (2011).

3.2.1. Tiếp cận thông tin về hình ảnh của người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội

Hầu hết những người tham gia khảo sát trực tuyến cho biết họ từng nhìn thấy những hình ảnh liên quan đến người LGBTQ khi trải nghiệm không gian trực tuyến như báo điện tử và mạng xã hội. Hình 3.4 cho thấy mức độ thường xuyên người LGBTQ gặp các hình ảnh về người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội.



Hình 3.4.: Mức độ nhìn thấy hình ảnh về người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook

Những người tham gia khảo sát trực tuyến cũng như những người tham gia phỏng vấn sâu đều cho biết họ thường xuyên nhìn thấy hình ảnh về người LGBTQ trên mạng xã hội Facebook hơn trên các báo và trang tin điện tử. Mẫu L3 chia sẻ:

“... bây giờ là thời đại công nghệ thông tin nó nhiều thì mọi người có thể thường thường như, kiểu đơn giản như kiểu là, lướt facebook thôi thì cũng có thể đọc ra được một số cái tin tức về cộng đồng LGBT của mình.”

Bên cạnh đó, một số người được phỏng vấn cho rằng họ thấy hình ảnh về người LGBTQ trên các trang báo điện tử. Như G3 chia sẻ: *“Một trong những trang em hay đọc về LGBT nhất đó là Kênh 14. Kênh 14 nó cũng là một cái kênh mà nó có rất nhiều những cái về LGBT...”* Khi được yêu cầu kể tên một số báo và trang tin điện tử thường xuyên xuất hiện hình ảnh người LGBTQ, đối tượng nghiên cứu thường kể đến Kênh 14, Một Thế Giới và Thế Giới Mới do đây là ba trang tin có một chuyên mục riêng về cộng đồng LGBT.

3.2.2. Sự thay đổi trong hình ảnh của người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội qua thời gian

Khi máy tính, Internet và mạng xã hội còn chưa phổ biến như hiện nay, các thông tin về người LGBTQ tại Việt Nam, bao gồm cả kiến thức về giới và hình ảnh cộng đồng, vẫn còn rất thưa thớt, chủ yếu xuất hiện trên báo điện tử. Cụ thể, theo nghiên cứu của iSEE (2011), người đồng tính trên báo chí lúc bấy giờ hiện lên với các đặc điểm như bản năng tình dục khác thường, cuộc sống tình dục và tình yêu với nhiều hiểm họa. Những người tham gia nghiên cứu cũng cho biết các thông tin được đến với người đọc - đa số là các bạn trẻ thông qua ti vi và báo giấy với số lượng ít ỏi lại thường chỉ tập trung vào nhóm đồng tính mà bỏ quên sự hiện diện của các nhóm tính dục thiểu số khác. Ngoài ra, trong quá trình nhận định bản thân, một số phải tiếp cận với các nguồn thông tin từ nước ngoài để nhận được thông tin đa dạng, chất lượng hơn.

“Hồi lớp tám thì đã là bao nhiêu năm về trước rồi đấy thì cái thời điểm đấy chắc chắn là nó không bài nó không nhiều như bây giờ, và kiểu cái số các bài thì đã ít đã dành rồi mà kiểu cái nội dung thì nó cũng chưa đa dạng lắm.”

(G2)

“Khái niệm về chuyển giới về nọ kia là cũng không có, hầu như là không có luôn, trên tất cả các diễn đàn luôn. Thời kỳ đấy các thông tin anh sàng lọc được rất là ít em ạ, cho nên sau đấy anh mới bảo là đa số là anh tìm hiểu mấy cái trang của nước ngoài...”

(TM4)

Các thông tin về LGBTQ trước đây không chỉ hạn chế về số lượng và chất lượng mà đa phần mang tính tiêu cực và chưa phản ánh đúng về cộng đồng.

“Ngày xưa thì hay câu, câu tí, ngày xưa thì hay có những cái tiêu cực hơn, em thấy ngày xưa nó tiêu cực hơn, nó như kiểu người tình đồng tính, giết người tình đồng tính...”

(P1)

Hay như L3 chia sẻ:

“Nói chung là gần như là ngày xưa thấy những cái tin tức về cộng đồng này thì nó xấu lắm, đến mình bản thân mình lúc đấy mình đọc mình còn thấy hơi sợ sợ, mà tại sao trong cộng đồng đấy lại có những người như thế này, tại sao lại có nhiều người không phải là ấy mà họ lại phải cố là người đồng tính, làm những cái việc không tốt như thế...”

Tuy nhiên, qua thời gian, các hình ảnh về người LGBTQ đã dần thay đổi theo hướng tích cực hơn. Điều này được khẳng định bởi 19/22 người tham gia phỏng vấn sâu. Phần lớn nhận định đều cho rằng các hình ảnh người LGBTQ có sự tăng lên về số lượng, nội dung được phản ánh đa dạng và đúng thực tế hơn, các câu chuyện hạnh phúc nhiều hơn và đặc biệt là sự xuất hiện dày đặc trên truyền thông của những người nổi tiếng trong cộng đồng.

“Tất nhiên là cái hơn thì nó vẫn là tích cực hơn rồi, có nghĩa là bây giờ xu hướng là người ta luôn ủng hộ, ủng hộ cái đấy hơn, có nghĩa là người ta luôn mang những câu chuyện, những cái tức là cái câu chuyện mà người ta đã vượt qua cái áp lực như thế nào này, hoặc là những cái sự kiện về cộng đồng này...”

(L2)

Bên cạnh đó, người tham gia cho rằng đa số các thông tin hiện nay chỉ phổ biến trong giới trẻ, các khu vực thành phố lớn.

“Mức độ truyền thông về người LGBT bây giờ thực ra là nói là vậy thôi cũng chưa là dày đặc [...] Nó rất là rầm rộ ở Hà Nội này, công nhận là rầm rộ nhưng mà ở quê thì lại ít, chưa tiếp cận được.”

Ngoài những ý kiến trên, chúng tôi thu thập được một số ý kiến khác về sự thiếu hiện diện của một số nhóm trên truyền thông hay sự thờ phụng của truyền thông. Một số người trả lời phỏng vấn cho rằng truyền thông chưa phản ánh hết đời thực, thiếu thông tin và hình ảnh của cộng đồng LGBTQ, đặc biệt là cộng đồng người song tính. Cụ thể, cộng đồng người song tính được mô tả “nhảy bên này nhảy bên nọ” hay “có sự lựa chọn” trong các mối quan hệ. Như B5 chia sẻ:

“Mình thấy là [hình ảnh người song tính] chưa được nhiều và nó cũng không phong phú về đề tài đấy, đấy là nó giống như cái bài nó nói những người song

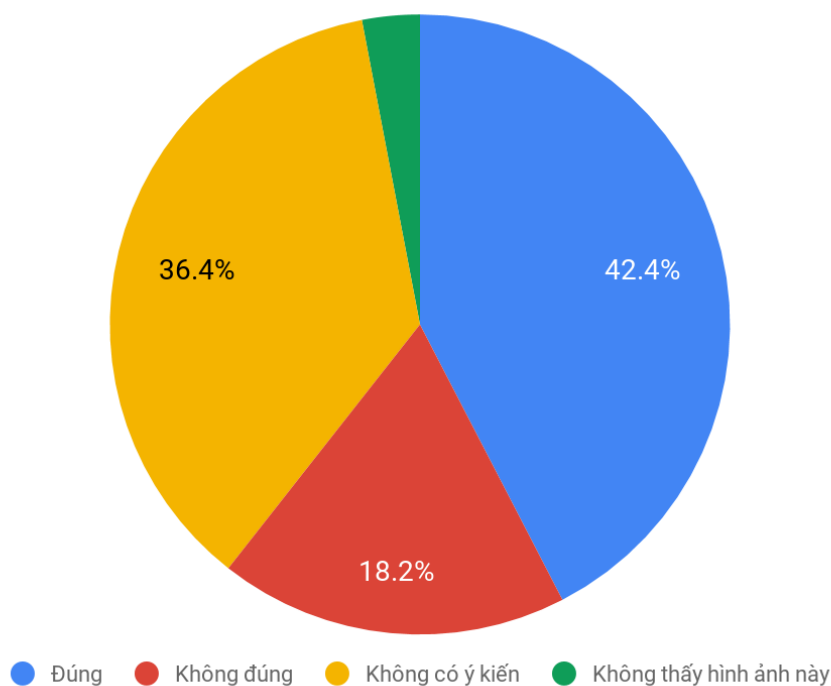
tính, thực ra thì mình lên đọc thì mình cũng thấy những cái bài báo những người song tính kể lại cái bản thân của họ là họ kiểu như họ đang yêu một người như thế này họ lại yêu sang một người khác, đây mình đọc thấy rất là nhiều bài báo như thế.”

Ngoài ra, khi nhắc về các hình ảnh tích cực trên truyền thông, một số bạn nhận định rằng đã lên báo thì mọi thứ đều phải tốt, phải hoàn hảo để thu hút được người đọc. Như P1 chia sẻ: *“Long lanh, thì nói chung là phải có ngoại hình long lanh, một mối tình đẹp thì mọi người mới kiểu cổ vũ, mọi người, mọi người mới có một cái ảo tưởng về tương lai chứ sao.”*. Điều này tương tự với nhận định trong nghiên cứu của McInroy (2016), trên các kênh truyền thông truyền thống hình ảnh người LGBT bị thổi phồng.

3.2.3. Hình ảnh của người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội

a) Ngoại hình

Khi được hỏi nhận xét về hình ảnh người LGBTQ trên truyền thông, đa số người trả lời cho rằng người LGBTQ xuất hiện trên báo chí và mạng xã hội có ngoại hình đẹp. Hơn 97% từng thấy hình ảnh này và hơn 42% nghĩ rằng hình ảnh này đúng thực tế (Hình 3.5).



Hình 3.5.: Nhận định về hình ảnh người LGBTQ đẹp trên truyền thông so với thực tế

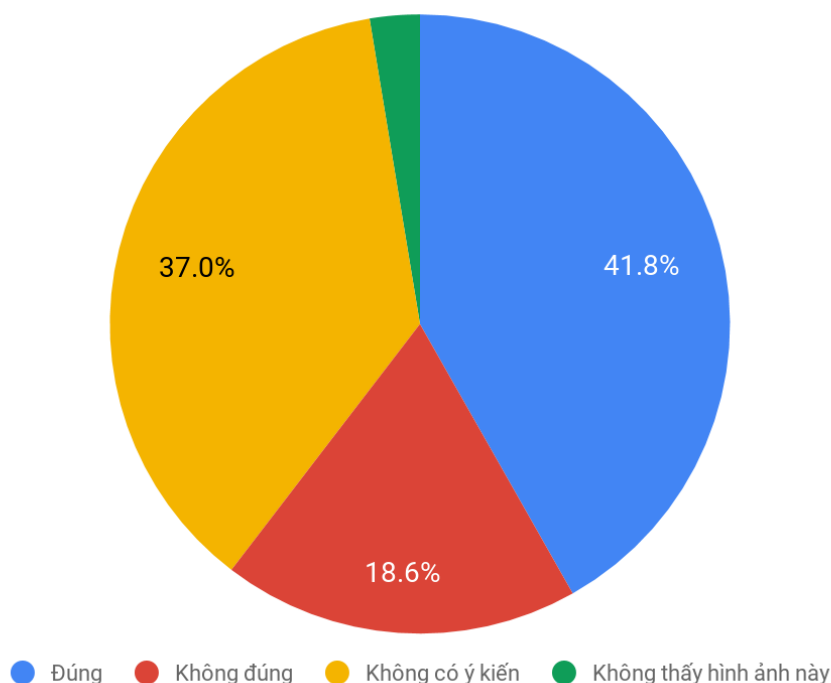
Đáng chú ý, mỗi nhóm nhỏ trong cộng đồng được gắn với một số đặc điểm điển hình như sau: Người chuyển giới thường có ngoại hình phù hợp với chuẩn mực về thẩm mỹ trong

khuôn mẫu giới của xã hội Việt Nam hiện nay. Trong đó, người chuyển giới nữ có hình thể đẹp, khuôn mặt xinh xắn, nữ tính; nổi bật hơn cả là nữ ca sĩ đoạt vương miện Hoa hậu chuyển giới Quốc tế trong năm 2018, Hương Giang. Cùng với đó, sự hiện diện người chuyển giới nam trên báo chí và mạng xã hội cũng gây được sự chú ý với ngoại hình nam tính, tóc ngắn, có cơ bắp, có râu, có giọng nói trầm. Theo như nhận định của người trả lời, họ hoàn toàn giống “người nam bình thường”.

“Hình tượng của người chuyển giới nam thì tôi không thấy một hình tượng nào cụ thể cả, các bạn ấy hầu hết đều là những người đã dùng hoóc môn hoặc là các bạn ấy đã kiểu có ngoại hình rất là nam tính rồi, các bạn ấy hoàn toàn giống như những người nam bình thường”

(TM1)

Theo kết quả khảo sát, có 41.8% người tham gia khảo sát cho rằng những hình ảnh về người chuyển giới xuất hiện trên báo chí và mạng xã hội phản ánh đúng thực tế, gấp trên hai lần so với 18.6% người phản đối ý kiến trên (Hình 3.6).



Hình 3.6.: Nhận định về hình ảnh người chuyển giới có vẻ bề ngoài theo chuẩn mực nam - nữ trên truyền thông so với thực tế

Những đặc điểm về ngoại hình được mô tả trùng khớp với tính chất nhị nguyên của giới nằm trong sự định chuẩn hóa dị tính, khi mặc định người chuyển giới nam cần giống người nam hợp giới hay người chuyển giới nữ cần giống người nữ hợp giới.

Với nhóm đồng tính và song tính, người tham gia nghiên cứu không đưa ra những đặc điểm ngoại hình thường xuyên đi cùng nhóm này. Đa số đối tượng nghiên cứu đưa ra một câu trả lời mang tính chung chung, cho rằng người LGBTQ có ngoại hình đẹp. Như P1 chia sẻ: *“Những bài đã lên báo đầy đa phần toàn là ngoại hình long lanh cả.”* Hay như *“Tớ thấy khá là đẹp, trên truyền thông thì họ tức là cái cách mà họ mang đến với độc giả đầy tớ nghĩ khá là đẹp, không biết ngoài đời nó có thật như thế không.* - L1 cho biết.

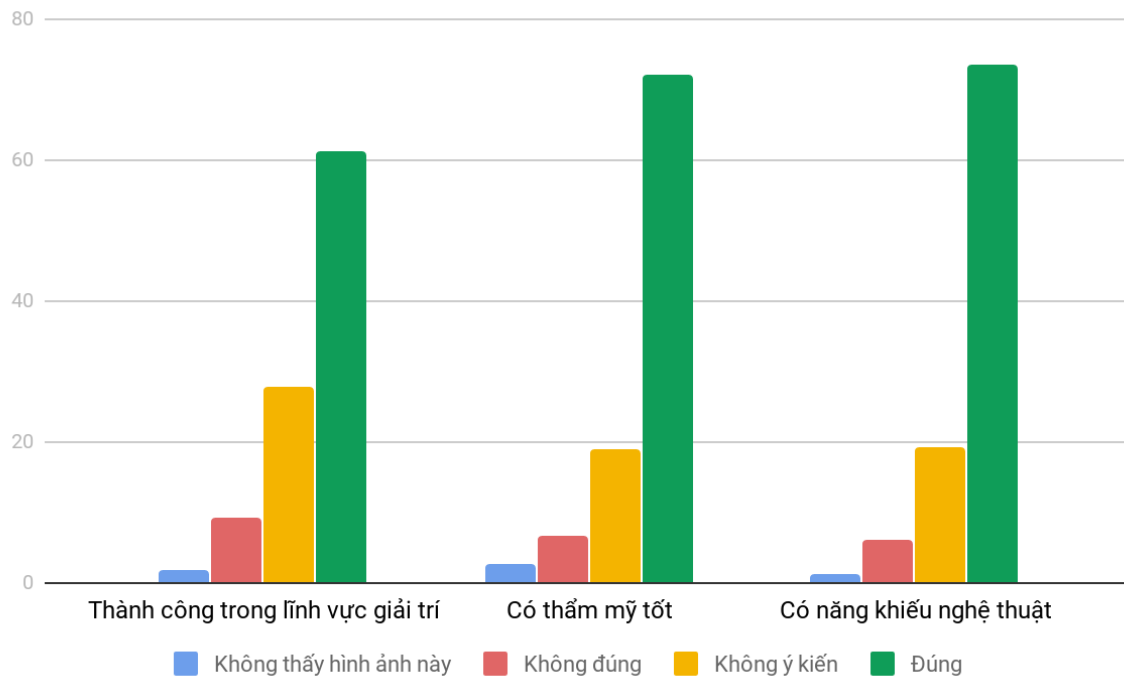
Tuy nhiên, có một số người trả lời phỏng vấn nghi ngờ về tính khách quan và chân thật của hình ảnh về ngoại hình của những người LGBTQ trên truyền thông hiện nay. Bạn G3 chia sẻ:

“Trên thực tế thì qua quá trình tiếp xúc với nhiều người thì những cái đó không hoàn toàn chính xác, ví dụ như người ta hay đặt tiêu chuẩn là những người là top thì họ phải có một cái ngoại hình rất là to cao, rất là nam tính này, rất là men này giống như là một người trai thẳng thật sự đấy, nhưng mà trên thực tế thì lúc em gặp không phải ai cũng như vậy.”

b) Nghề nghiệp, tài năng

Từ số liệu thực tế thu thập được, 70% số người tham gia đều cho biết họ thấy và thừa nhận những hình ảnh người LGBTQ với với *năng khiếu nghệ thuật* và *thẩm mỹ tốt* trên báo chí đưa tin rất *đúng* với ngoài đời thực. Bên cạnh đó, người trả lời cũng cho rằng sự tương ứng với thực tế của 2 nhân tố *năng khiếu nghệ thuật* và *thẩm mỹ* có mức ảnh hưởng xấp xỉ nhau.

Yếu tố người *LGBT thành công trong lĩnh vực giải trí* được bình chọn đúng với thực tế đến 60%, là hình ảnh đứng thứ 3 về mức độ trùng khớp ngoài đời. Điều này cũng tương đồng với kết quả nghiên cứu của iSEE (2011). Nhiều người trả lời phỏng vấn nhắc tới những người nổi tiếng, những người hoạt động trong lĩnh vực nghệ thuật thuộc cộng đồng như Tim Cook, Lê Thiện Hiếu, Amber Heard, Ellen Degeneres, Kristen Stewart và đặc biệt được nhắc đến nhiều nhất là Hương Giang Idol.



Hình 3.7.: Nhận định về một số hình ảnh về người LGBTQ trên truyền thông so với thực tế (Đơn vị: %)

Qua biểu đồ trên có thể thấy, về nghề nghiệp, hình ảnh người LGBTQ trên truyền thông vẫn được mô tả gắn liền với các công việc trong lĩnh vực giải trí. Ngoài ra, những người tham gia phỏng vấn sâu còn cho biết hình ảnh người LGBTQ trên các kênh truyền thông còn được mô tả với những ‘nghề’ đi hát đám ma, đám cưới; nghề nghiệp của người chuyển giới cũng gồm cắt tóc, trang điểm, bán quần áo, thời trang, sàn nhảy, lập đoàn lô tô đi diễn.

“...thực ra có đọc những cái bài báo về nghề nghiệp của người LGBT cũng có. Ví dụ như kiểu là, người chuyển giới nữ, rất kiểu là bị, hay bị gọi là đi lô tô, đúng không, đi lô tô đấy. Và người ta đưa ra một cái hình ảnh không hay cho lắm, đặc biệt là những năm trước...”

(TM3)

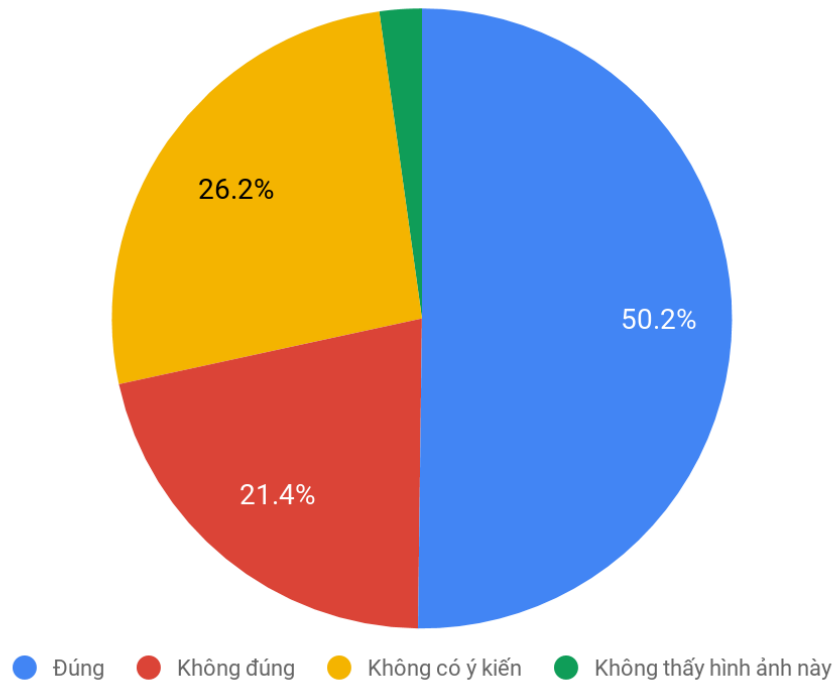
Người LGBTQ cũng thường xuyên gắn với công việc trong lĩnh vực nghệ thuật hay sáng tạo, tài năng và năng khiếu về nghệ thuật. Ngoài ra, họ được mô tả có khả năng giao tiếp và khả năng sử dụng ngoại ngữ tốt.

“...những cái người LGBT mà được người ta nhắc đến như thế [...] cái khả năng giao tiếp, cái khả năng tiếng Anh này, ngoại giao này hoặc là những cái thiên về nghệ thuật của người ta rất giỏi...”

(B1)

c) **Mối quan hệ**

Đối với những mối quan hệ của người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội, người tham gia nghiên cứu nhận định rằng đây là khía cạnh thường xuyên được nhắc đến trên báo chí điện tử và mạng xã hội, đặc biệt các mối quan hệ với những ‘tạo hình’ đẹp.



Hình 3.8.: Nhận định về hình ảnh người LGBTQ có mối tình đẹp trên truyền thông so với thực tế

Trong mối quan hệ của người LGBTQ, một yếu tố thường xuyên được nhắc đến là sự thay đổi trong thái độ của gia đình của các cặp đôi cùng giới, từ không chấp nhận đến ủng hộ. Ví dụ một số người tham gia nghiên cứu nhận định rằng đa số cặp đôi trên báo chí và mạng xã hội, sau khi trải qua nhiều khó khăn đã nhận được sự ủng hộ từ gia đình, và điều này trở thành hình mẫu lý tưởng, một nguồn động lực lớn cho không ít thành viên trong cộng đồng trong thực tế. Thêm nữa, đối tượng nghiên cứu cho biết người LGBTQ thường được miêu tả cần trải qua quá trình đấu tranh để có được niềm hạnh phúc ấy.

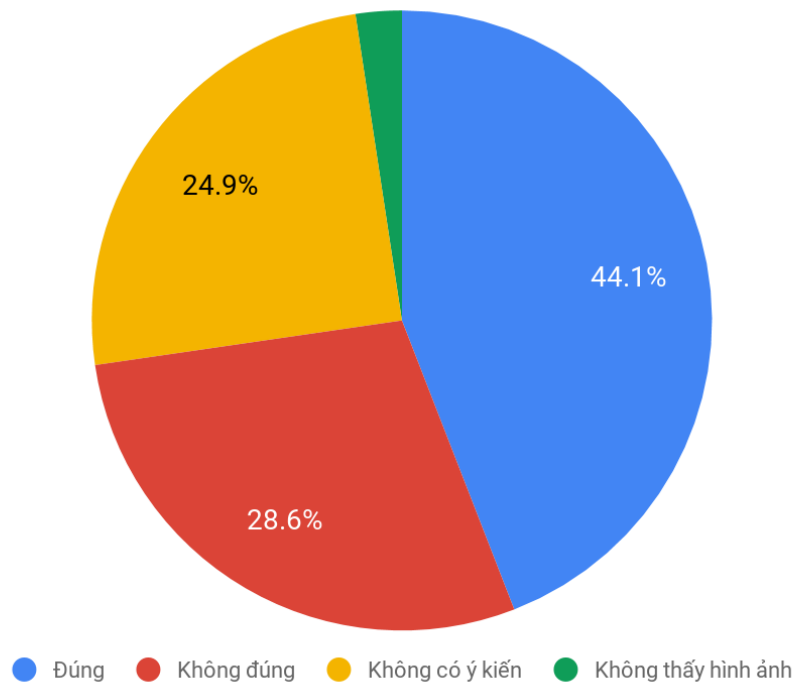
“Chị đọc được những bài báo mà kiểu nói về cái tình yêu đẹp của hai cái anh anh này, đó sau đó thì chị có tìm hiểu thêm về cái chuyện tình trước kia của hai anh này thì cũng kiểu bị phản đối nhưng mà sau đấy thì bởi vì tình yêu nó kiểu chiến thắng tất cả đấy, nên đã trải qua và kết thúc bằng một cái đám cưới tuyệt vời đấy.”

(B1)

“Tôi thấy may mắn cho cộng đồng lắm, bởi vì là những cái tin như thế sẽ là động lực rất lớn đối với cả các bạn chưa come out hoặc là những cái bạn mà đang kiểu thất vọng về tình yêu đấy, bởi vì các bạn ấy luôn luôn nghĩ là trong giới này thì không có tình yêu.”

(TM1)

Thêm vào đó, một hình ảnh được 3/22 người trả lời nhắc tới và phân tích trong quá trình phỏng vấn sâu của chúng tôi: cặp đôi đồng giới có sự phân vai tương tự mối quan hệ dị giới. Cụ thể, các mối quan hệ thường phân chia thành công – thụ, với công là người có vai trò tương tự người nam trong mối quan hệ dị giới, thụ là người có vai trò tương tự người nữ. Từ khảo sát của chúng tôi, 44.1% cho rằng sự phân chia vai trò giới này đúng với thực tế cộng đồng LGBTQ.



Hình 3.9.: Nhận định về sự phân chia vai trò giới nam - nữ ở các cặp đôi LGBTQ trên truyền thông so với thực tế

Trong phỏng vấn sâu, một số người tham gia nghiên cứu chia sẻ về kỳ vọng của bản thân về mối quan hệ và mong muốn có sự phân vai nam - nữ trong mối quan hệ đó hoặc cảm thấy sự phân vai nam - nữ là đúng và cần thiết. Điều này tương đồng với tính chất mặc định vai trò giới là thuận tự nhiên và cần thiết của sự định chuẩn hóa dị tính, định nghĩa bởi Cavalcante (2013).

“Thực ra mình cũng đã từng có một cái vấn đề về như thế. Có nghĩa là mình phân vai nhưng cái vai trò của mình không làm đúng. Mình lại quá đàn ông so với cái bạn kia thế chẳng hạn, thì mình lại bị kiểu như là nó, nó một cái phản ứng ngược đấy. Tức là họ thì họ muốn ở trên, nhưng mà mình lại, kiểu như là mình lại đàn ông hơn đấy nó phản ứng ngược. Thế là mình cảm thấy nó bị sai đấy, nó bị không khớp với nhau đấy. Thế là mình chia tay cái bạn ấy, thế là mình cảm thấy rất là bức bách kiểu thế, kiểu như mình muốn làm cho người ta như thế này nhưng người ta lại muốn làm cho mình như thế này, hai cái đập vào nhau nó không ai nhận của ai cái gì cả.

(B5)

“Để tóc ngắn là tại vì cái xu hướng của mình nó không phải là, không phải là kiểu nữ tính đấy, tức là mình muốn thể hiện một cái sự nam tính với bạn gái của mình đấy thì mình sẽ để tóc ngắn.”

(L2)

3.3. Ảnh hưởng của các hình ảnh người LGBTQ trên mạng xã hội Facebook và trang tin điện tử đến cộng đồng

Người tham gia phỏng vấn sâu cho rằng các hình ảnh tiêu cực về người LGBTQ được thúc đẩy bởi truyền thông trong quá khứ, thậm chí ở thời điểm hiện tại, có ảnh hưởng xấu trực tiếp tới cách nhìn nhận của xã hội với cộng đồng thiểu số tính dục và giới.

“Đưa những cái kiểu cuộc sống như là kiểu bất hạnh lên đấy thì những cái bạn cộng đồng LGBT khi mà mới, mới nhận ra bản dạng giới của mình thì các bạn ấy sẽ cái cuộc đời mình nó sẽ đi về đâu. Nó cũng sẽ giống như những người này cũng bị đau khổ như thế này á, mình cũng sẽ như thế như những người đã ở trên ti vi, thế là họ sẽ rụt rè hơn họ sẽ, và họ sẽ còn có những cái suy nghĩ tiêu cực và dẫn đến những cái chứng trầm cảm.”

(B5)

Đồng thời, những người tham gia nghiên cứu cho rằng việc thúc đẩy các hình ảnh tích cực của người LGBTQ trên mạng xã hội và trang tin điện tử có ảnh hưởng tốt đến cộng đồng và làm thay đổi định kiến trước kia của xã hội về người LGBTQ. Ngoài ra, chúng còn trở thành nguồn động lực và cảm hứng lớn lao, góp phần tăng tính tự hào của cộng đồng. Người tham gia phỏng vấn B5 chia sẻ:

“Khi mà mình cho họ thấy những cái người đấy thì họ, họ thấy ô cái này bình thường, cái này mình là người bình thường mình có thể tự tin về vấn đề này thì

chẳng có cái gì mà ngăn cản được mình cả, chỉ là họ sẽ cảm thấy rất tự tin với bản thân, họ sẽ không bao giờ bị cái chuyện là rụt rè không dám tiếp cận với bạn bè.”

Một số người phỏng vấn còn cho rằng điều này tác động tích cực đến quyết định công khai của người LGBTQ, tác động tích cực đến cái nhìn của người ngoài cộng đồng đối với người trong cộng đồng LGBTQ.

“Thì mọi người sẽ biết, sẽ sống thật với chính bản thân mình hơn, mọi người sẽ luôn sẽ cố gắng nỗ lực bản thân mình để khẳng định cái vị trí của mình và cái giá trị của mình là mình xứng đáng được xã hội công nhận, xứng đáng được mọi người tôn trọng”

(G3)

“Những cái truyền thông về người LGBT đấy nó khiến cho cái người, người một cái nhìn tích cực và kiểu người ta muốn tìm hiểu sâu, người ta muốn kiểu hòa đồng hơn đấy, chứ không phải kiểu e dè như ngày xưa nữa”

(B1)

Những người tham gia chia sẻ suy nghĩ của mình về vai trò của các ngôi sao, người nổi tiếng đã công khai là người đồng tính, song tính hay chuyển giới, với cộng đồng. Trong đó, nhân vật tiêu biểu thường xuyên được nhắc đến là hoa hậu Hương Giang. Theo đó, những người nổi tiếng này thường xuyên xuất hiện trên các trang tin tức và mạng xã hội cùng hình ảnh mang tính tích cực, như tài năng, xinh đẹp và giỏi giang, đã góp phần không nhỏ thay đổi định kiến xã hội về người LGBTQ. Ngoài ra người tham gia nghiên cứu cho rằng, khi bắt gặp những người nổi tiếng công khai về xu hướng tính dục và bản dạng giới, người ngoài cộng đồng biết đến cộng đồng này nhiều hơn và có nhu cầu tìm hiểu về người LGBTQ.

“Kiểu xây dựng một cái hình ảnh đẹp trong mắt công chúng đấy, nhiều khi để cho kiểu mọi người có cái nhìn tích cực hơn về cộng đồng chuyển giới. [...] Qua đó có thể, kiểu làm cho mọi người, có khi bình thường họ chẳng quan tâm đến cộng đồng người chuyển giới đâu, nhưng mà tự nhiên bất chợt lúc nào đấy biết đến những người như kiểu em Hiếu này hay là bạn Giang chẳng hạn thì có khi nào đấy họ sẽ tìm hiểu họ sẽ biết rõ về cộng đồng. [...] Những cái gì họ làm anh thấy họ tạo những cái hiệu ứng rất là tốt trong dư luận trong quần chúng, chứ không có cái gì tiêu cực.”

(TM4)

Tuy nhiên, có người tham gia phỏng vấn cũng cho biết rằng, việc thúc đẩy các hình ảnh tích cực về người LGBTQ cũng có thể gây ra một số bất lợi với chính cộng đồng, tạo “phản ứng ngược”. Những hình ảnh tích cực này có thể khiến người tiếp nhận có cái nhìn thiên lệch về cộng đồng khi họ khái quát hóa một đặc điểm. B5 chia sẻ:

“Mình nghĩ không nên kiểu như là gắn một hình mẫu nào đấy cho người cộng đồng LGBT đấy. Nghĩa là cuộc sống tích cực, cuộc sống của họ hàng ngày như thế nào, bình thường cái cuộc sống của họ ra sao, cuộc sống họ làm việc như thế nào, họ đóng góp được gì cho xã hội đấy là những cái tích cực chứ không phải là mình tạo ra một cái hình mẫu biểu tượng đẹp, kiểu như lúc nào cũng tràn đầy hoa lá trên mạng xã hội chẳng hạn, để cho mọi người nhìn thấy là người LGBT là người ta phải có cái đầu óc như thế này này. Với cả người ta rất dễ là dán nhãn của người LGBT là như thế này, và khi mà gặp những người LGBT khác người ta không thấy như thế thì nó lại tạo ra một cái phản ứng ngược. Phản ứng ngược có nghĩa là khi mà người ta cảm thấy như là cái vấn đề mình đưa ra nó không giống như những gì người ta nhìn thấy thì là người ta không tin vào cái vấn đề đấy nữa.”

Hay:

“Mình thấy là điều đấy vừa tích cực là cũng vừa tiêu cực, tích cực là có thể phần nói đúng, tại vì rất là nhiều người LGBT thành công trong lĩnh vực nghệ thuật, nhưng mà tiêu cực là vô hình trung họ gán cho cái người LGBT là họ chỉ làm được cái lĩnh vực về nghệ thuật thôi mà không thể làm được những cái việc khác.”

(TM3)

3.4. Ảnh hưởng của các hình ảnh người LGBTQ trên mạng xã hội và các trang tin điện tử lên cá nhân LGBTQ

Theo kiểm định thống kê Chi-square, **không** có sự khác biệt về ý kiến đối với sự ảnh hưởng của báo điện tử/mạng xã hội lên cá nhân giữa các nhóm tuổi, địa bàn sinh sống và trình độ học vấn (P lớn hơn 0.05). Trong khi đó, có sự khác biệt về ý kiến giữa các nhóm khác nhau về tính dục và giới ($P = 0,005$).

3.4.1. Liên hệ bản thân với những hình ảnh về người LGBTQ trên báo/trang thông tin điện tử và mạng xã hội Facebook

Khi được hỏi về *sự tự so sánh bản thân với các hình ảnh đẹp trên báo chí truyền thông*, có 61,9% số người trả lời *có*.

So sánh những hình ảnh về người LGBTQ trên truyền thông với bản thân		Xu hướng tính dục và bản dạng giới						Tổng
		Đồng tính nam	Đồng tính nữ	Song tính	Chuyển giới nam	Chuyển giới nữ	Khác	
Không	N	53	32	52	24	1	14	176
	% của nghiệm thể	31.0%	37.2%	43.0%	41.4%	12.5%	77.8%	38.1%
	% của tổng	11.5%	6.9%	11.3%	5.2%	0.2%	3.0%	38.1%
Có	N	118	54	69	34	7	4	286
	% của nghiệm thể	69.0%	62.8%	57.0%	58.6%	87.5%	22.2%	61.9%
	% của tổng	25.5%	11.7%	14.9%	7.4%	1.5%	0.9%	61.9%
Total	N	171	86	121	58	8	18	462
	% của nghiệm thể	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% của tổng	37.0%	18.6%	26.2%	12.6%	1.7%	3.9%	100.0%

Bảng 1 : Ảnh hưởng của các hình ảnh người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook

Nhìn chung, với tỉ lệ % chọn **CÓ** của toàn bộ các xu hướng tính dục và bản dạng giới là 61,9%, có thể thấy rằng những hình ảnh về người LGBTQ trên trang thông tin điện tử có ảnh hưởng không nhỏ lên nhận thức của người trong cộng đồng. Báo mạng điện tử đóng vai trò quan trọng khiến đối tượng nghiên cứu hay suy nghĩ về bản thân và không hài lòng với

chính mình. Tương tự với kết quả định lượng, trong kết quả phỏng vấn sâu, 17/22 người có sự liên hệ bản thân với các hình ảnh LGBT được khắc họa trên báo chí và mạng xã hội:

“Đó cũng gần như là hình mẫu, hình mẫu để kiểu mình cũng muốn được như người ta, mình cũng muốn như kiểu ấy hơn đấy, thành công hay là cái gì đó để sau này người ta nhìn có một cái nhìn khác về cộng đồng hơn đấy”

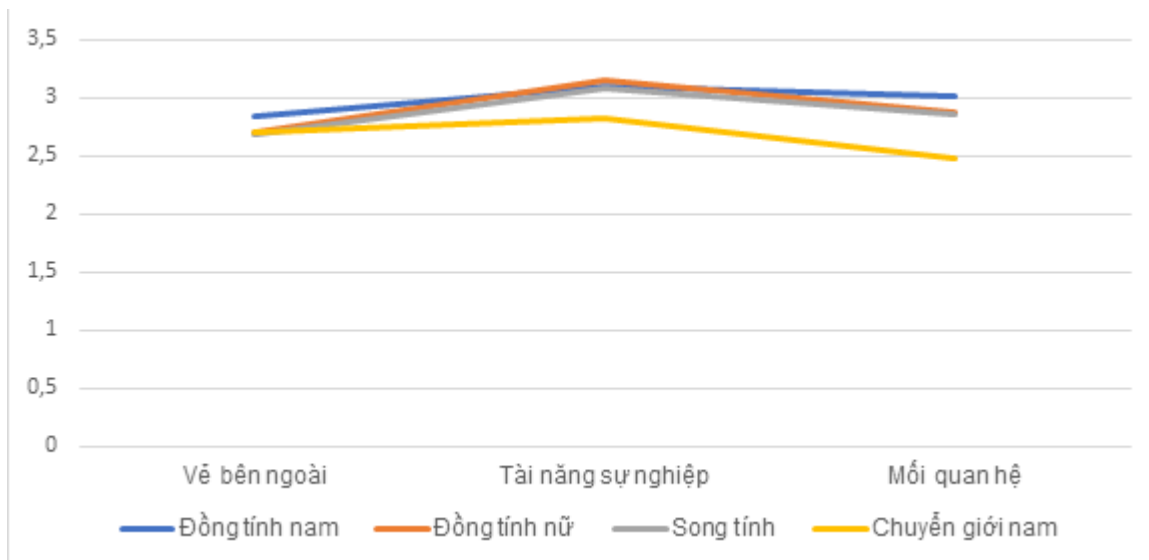
(G1)

Đặc biệt, trong nhóm khảo sát đồng tính nam, số lượng người xác nhận *có tự so sánh bản thân* chiếm đa số, gấp đôi số người trả lời *không* (69% so với 31%) và cao nhất so với các nhóm khác. Như vậy, những người có xu hướng tính dục đồng tính nam là nhóm rất dễ bị ảnh hưởng bởi mạng xã hội và thường xuyên có ý nghĩ so sánh bản thân với những hình ảnh bên ngoài.

3.4.2. Sự mong muốn thay đổi bản thân theo những hình ảnh trên mạng xã hội

Trong mục khảo sát *Bạn có muốn thay đổi bản thân theo những hình ảnh trên mạng không*, kết quả cho điểm trung bình bằng 2.9/4 (gần đạt mức *mong muốn* - 3) cho tất cả các nhóm chứng tỏ số đông người tham gia nghiên cứu đều mong muốn thay đổi bản thân của mình theo những hình ảnh trên mạng xã hội. Sau khi phỏng vấn sâu, kết quả cho thấy có 17/22 người trả lời cũng có kết quả tương tự. Như TW1 chia sẻ: *“Họ có tóc dài thì mình cũng muốn tóc dài, họ có ngực thì mình cũng muốn có ngực”*.

Theo kết quả kiểm định One way ANOVA, trị số $P = 0,013$ (nhỏ hơn 0,05), chứng tỏ có sự khác biệt về ý nghĩa thống kê giữa mong muốn thay đổi hình ảnh bản thân giữa các nhóm đại diện về giới. Như vậy, ở từng nhóm xu hướng tính dục và bản dạng giới sẽ có suy nghĩ về mong muốn thay đổi bản thân khác nhau.



Hình 3.10.: Mức độ mong muốn thay đổi bản thân theo hình ảnh trên mạng xã hội (Tính theo DTB)

Trong đó nhóm đồng tính nam và đồng tính nữ có xu hướng mong muốn thay đổi cao nhất (ĐTB lần lượt là 3,00 và 2,9). Trong khi đó, nhóm chuyển giới nam không có mong muốn quá nhiều về sự thay đổi này (ĐTB = 2,67). Tuy nhiên, kết quả định tính lại cho thấy điều ngược lại.

“Các bạn chuyển giới nam là có sử dụng hoặc môn các bạn ấy có những cái đặc điểm của người nam, ví dụ như giọng trầm hơn này, có râu này, rồi lông tay lông chân, đó rồi gân tay nổi lên, tất cả những cái đặc điểm đấy là mình cảm thấy bị ghen tị đấy, áp lực là vì cũng phải được như người ta, muốn được như người ta đấy.”

(TM2)

Cụ thể hơn, trong số 3 biểu hiện mong muốn thay đổi (Hình 3.10), những người tham gia đều cho biết mong muốn thay đổi bản thân theo các hình ảnh được mô tả về tài năng và sự nghiệp có xu hướng được kỳ vọng cao nhất (điểm trung bình tổng đạt trên mức mong muốn). Trong đó, nhóm đồng tính nữ có mức độ kỳ vọng lớn nhất trong tất cả các nhóm đối tượng (ĐTB = 3,151, cao hơn mức tổng chung của tất cả các nhóm tính dục cộng lại). Mong muốn thay đổi về vẻ bên ngoài có điểm trung bình thấp nhất, cho thấy đa số những người tham gia nghiên cứu chưa có nhu cầu cao về mục tiêu thay đổi ngoại hình theo các hình ảnh trên mạng xã hội và trang tin điện tử.

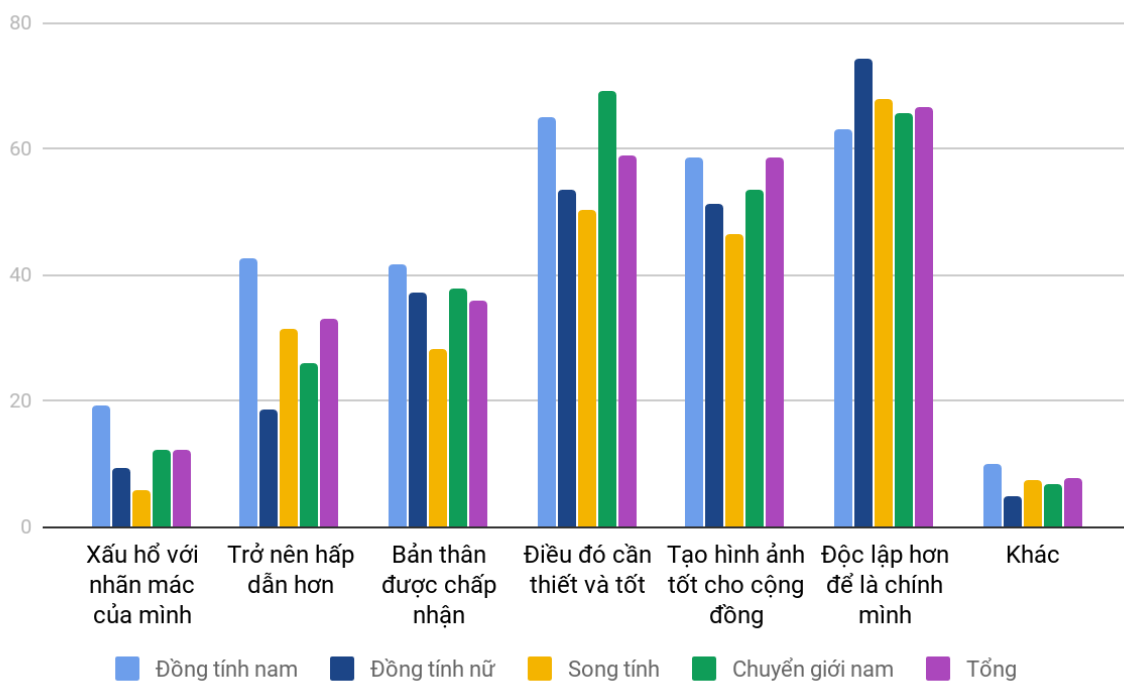
“Nói nghiêm túc là kiểu bao giờ mà mình xây dựng được một cái thành tựu gì đấy mình phải đạt được một cái gì đấy kiểu nó đủ lớn để khi nói ra thì kiểu mọi

người sẽ không nghĩ đến cái việc là mình come out [công khai] như thế nào, mà kiểu mọi người sẽ chỉ nghĩ đến xoay quanh cái việc là mình đã làm được cái gì”

(G2)

Trong khi nhóm chuyển giới nam cho biết mong muốn thay đổi về ngoại hình quan trọng thứ 2, các nhóm còn lại cho rằng đây là yếu tố ít được quan tâm nhất. Ngược lại, trong khi ba nhóm đồng tính nữ, đồng tính nam và song tính khá ưu tiên thay đổi về mối quan hệ (ĐTB cao thứ 2 trong 3 yếu tố), nhóm chuyển giới nam lại không cho rằng đây là vấn đề nên được cân nhắc nhiều (ĐTB thấp nhất toàn bảng = 2,483).

Khi được hỏi về lý do tại sao mong muốn thay đổi bản thân, số liệu thu được như sau:



Hình 3.11.: Thống kê bình chọn lý do mong muốn thay đổi bản thân (Đơn vị: %)

Như vậy, trong tổng số 7 nguyên nhân, nguyên nhân số 6 (Muốn độc lập hơn để là chính mình) nhận được nhiều sự đồng tình nhất. Trong đó nhóm đồng tính nữ có phần trăm đồng ý nổi bật nhất (74,4%). Có thể thấy các bạn đồng tính nữ có khát khao được thay đổi theo những hình ảnh trên mạng xã hội, vì họ cho rằng mình cần thể hiện sự độc lập và tự tin hơn đối với chính bản thân.

Tuy nhiên, kết quả này lại trái ngược với đồng tính nam và chuyển giới nam. Đối với 2 nhóm này, phần lớn các bạn lại cho rằng lý do thay đổi bản thân vì đây là điều *cần thiết và tốt cho chính họ* (đáp án 4, phần % lựa chọn tương ứng là 64,9% và 69%) :

“Áp lực không, thì tớ phải nghĩ như thế thì tớ mới sống tích cực được đây [...] có nghĩa là tớ cố tình để bản thân vào áp lực để vượt qua để làm được những cái điều đấy, rồi khi mình nhìn lại tớ biết thừa là tớ sẽ làm được”

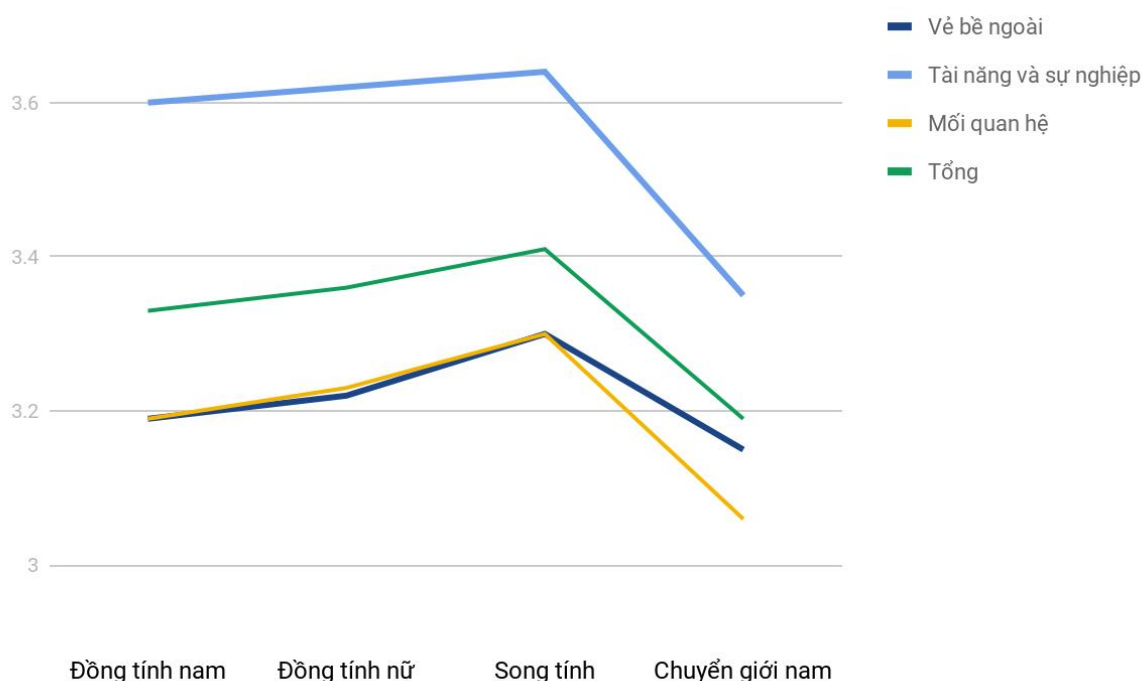
(G4)

“Nó vẫn là tích cực bởi vì mình đã chấp nhận hy sinh cái cuộc sống riêng của bản thân mình để mình đóng góp cho cộng đồng cái điều đấy cũng là một điều tốt”

(G3)

Ngoài ra, nguyên nhân *Tôi cảm thấy xấu hổ với những nhãn mác "èo lả" hay "không ra trai, không ra gái"* (đáp án 1) được cho rằng ít chính xác nhất. Trong 4 nhãn đại diện giới, nhóm đồng tính nam để ý tới vấn đề ngoại hình nhất, chiếm gần $\frac{1}{5}$ tổng số (hơn hẳn trung bình tổng, $19,3\% > 12,3\%$), trong khi chỉ có $5,8\%$ số song tính đồng ý với nhận định này. Như vậy, với đồng tính nam, họ vẫn có 1 sự nhạy cảm nhất định đối với những nhãn mác mà xã hội đặt ra cho họ (èo lả, trai chẳng ra trai), từ đó mong muốn thay đổi ngoại hình cũng cao hơn những nguyên nhân khác. Còn đối với song tính, họ không bị ảnh hưởng bởi vấn đề ngoại hình quá nhiều có thể do sự thể hiện giới của song tính không bộc lộ rõ rệt như đồng tính nam và chuyển giới

3.4.3. Ảnh hưởng của việc liên hệ bản thân và mong muốn thay đổi theo những hình ảnh đã đề cập về người LGBTQ được mô tả trên báo điện tử và mạng xã hội Facebook



Hình 3.12.: Ảnh hưởng của những hình ảnh đã đề cập về người LGBTQ được mô tả trên báo điện tử và mạng xã hội Facebook lên bản thân người trả lời

Theo kết quả kiểm định One way - ANOVA, trị số $P = 0,314 > 0,05$, như vậy không có sự khác biệt về ý nghĩa thống kê khi so sánh kết quả giữa các nhóm đồng tính nam, đồng tính nữ, song tính và chuyển giới nam.

Tổng quan, tầm ảnh hưởng của những hình ảnh trên mạng xã hội lên người trong cộng đồng nằm trong khoảng bình thường đến khá tích cực (ĐTB = 3,341). Trong 3 yếu tố, yếu tố tài năng và sự nghiệp có mức độ ảnh hưởng cao nhất (ĐTB = 3,595). Có thể thấy, các bạn trong cộng đồng rất chú ý đến vấn đề tài năng và sự nghiệp, họ đều có xu hướng nhận định vấn đề này có ảnh hưởng tương đối tích cực lên họ và làm động lực để họ phát triển bản thân. Các bạn không cho rằng những yếu tố trên gây tác động tiêu cực hay làm gánh nặng cho họ.

Tuy nhiên khi tiến hành phỏng vấn để tìm hiểu vấn đề sâu hơn, những ảnh hưởng này với một số đối tượng mang lại hậu quả khá tiêu cực và thậm chí mang tính ép buộc nhiều hơn. Họ nghĩ rằng bản thân cần thay đổi để tránh trở nên khác thường với người xung quanh.

“Người ta sẽ mặc định chuyển giới nữ sẽ là phẫu thuật rồi, người ta hỏi mà có định phẫu thuật hay không, thế cho nên là ở nhiều khi mình nói là mình không phẫu thuật

thì mình sẽ khác người thôi, mình có cảm giác thì đa phần là người ta phẫu thuật mà, mình tự dung mình bảo không em không phẫu thuật đâu thì mình sẽ bị quăng một cái ánh nhìn liệu mày có phải là chuyển giới nữ không, đó.”

(TW1)

Hơn nữa, có 3/22 bạn trả lời cảm thấy ghen tị khi nhìn thấy những hình ảnh tích cực trên báo chí và mạng xã hội:

“Tất cả những cái đặc điểm đấy là mình cảm thấy bị ghen tị đấy, áp lực là vì cũng phải được như người ta, muốn được như người ta đấy”

(TM2)

Trong số những người tham gia nghiên cứu, 7/22 người nói rằng bản thân phải gồng mình hơn các bạn dị tính khác để đạt được sự công nhận.

“Nhiều lúc mình cũng tự thấy tủi thân cho chính bản thân mình vì mình cứ phải gồng lên, những bạn nam khác bạn ấy sinh ra bạn ấy chả bao giờ phải lo đến chuyện là bạn ấy có một người vợ rồi, còn mình thì gần như đấy là một cái mơ ước xa vời đấy.”

(TM2)

“Mình luôn quan niệm trong đầu mình là mình là một người chuyển giới thì mình phải nhất định phải thành công, nhất định phải tạo dựng được một cái hình ảnh tốt trong mắt mọi người, mình không chắc là mọi người có cái suy nghĩ đấy không nhưng mà đấy cũng là một cái áp lực của mình, giống như tự đặt hết cho mình thôi.”

(TM3)

Trong quá trình thực hiện các hành động thay đổi bản thân, người tham gia nghiên cứu nhận xét rằng họ cảm thấy mệt mỏi (4/22) và chia sẻ các cảm giác khác như nản lòng, ám ảnh, sợ hãi.

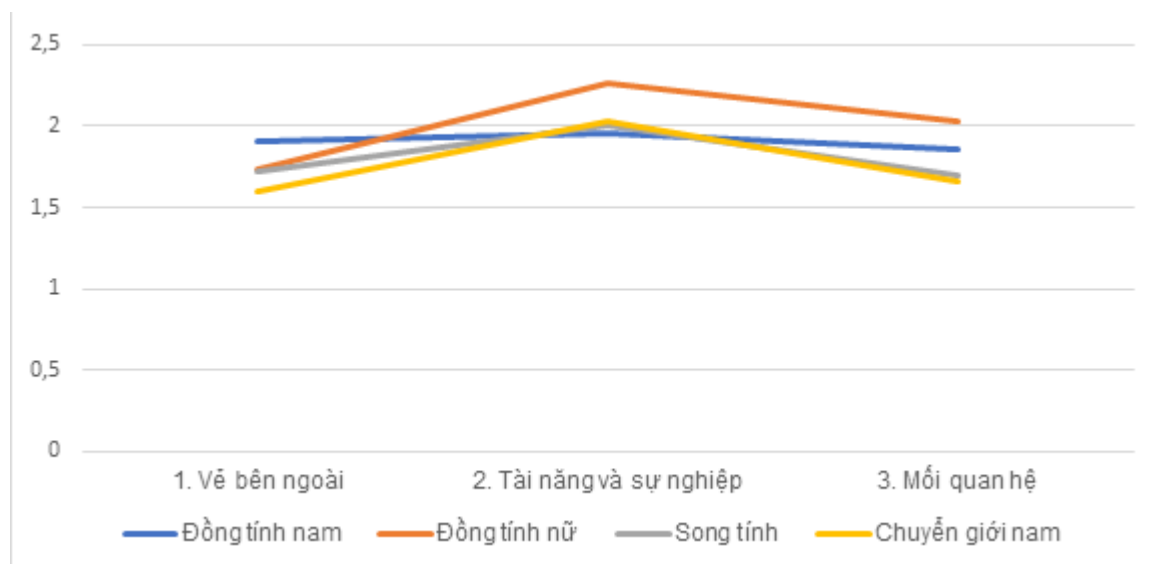
“Chị lại bảo tại sao chị lại không được như người ta, bắt đầu hình thành một cái sự kiêu mình phải cố gắng, mình phải quyết tâm được như người ta, ám ảnh, chị nghĩ chị phải cố gắng hơn nhiều, nhiều lúc cảm thấy mệt mỏi”

(B1)

Tóm lại, điều này cho thấy một số đối tượng đích thực hiện các hành vi thay đổi bản thân nhưng không thật sự cảm thấy thoải mái và hạnh phúc. Những hành động này, trên thực tế, lại mang tính ép buộc bởi nó khiến đối tượng tin rằng họ cần phải tuân theo những tiêu chuẩn xã hội để trở thành người tốt hơn hoặc không trở thành người quá khác biệt. Bởi vậy, đa số có suy nghĩ rằng thay đổi theo hình ảnh “lý tưởng” trên trang

tin và mạng xã hội là sự thay đổi tốt mà lại không ý thức được mức độ và tính chất ảnh hưởng của những hình ảnh “lý tưởng” tới mong muốn của họ và những phần đầu thay đổi bản thân.

3.4.4. Sự áp lực thay đổi bản thân từ những hình ảnh trên mạng xã hội



Hình 3.13.: Mức độ áp lực thay đổi bản thân theo các hình ảnh trên trang tin điện tử và mạng xã hội (Theo ĐTB)

Theo kết quả kiểm định Oneway - ANOVA, trị số $P = 0,147 > 0,05$ chứng tỏ không có sự khác biệt về ý nghĩa thống kê trong kết quả thu được nếu xét theo nhóm yếu tố đồng tính nam, đồng tính nữ, song tính và chuyển giới nam.

Số liệu định lượng cho thấy, những hình ảnh trên mạng xã hội hầu như không gây áp lực lên cộng đồng (ĐTB = 1,876 nằm trong mức *không áp lực* đến *ít áp lực*). Trong đó, chỉ có yếu tố *Tài năng và Sự nghiệp* có mức áp lực lớn nhất ở người đồng tính nữ, còn đối với các nhóm tính dục khác mức áp lực không đáng kể.

Tuy nhiên, qua các dữ liệu PVS mà nhóm nghiên cứu thu được, chúng tôi nhận thấy có sự tồn tại của áp lực (13/22 người), đa phần sự áp lực này đến từ công việc và ngoại hình.

“Em có cảm thấy áp lực để như kiểu vươn tới một cái hình tượng thành công cho cái đích đến thành công cho mình đặt ra cho mình chính mình. Stress luôn ấy.”

(L1)

Điểm đáng quan tâm là với những người trả lời rằng họ không cảm thấy áp lực, nhóm nghiên cứu sau khi tìm hiểu sâu hơn đã nhận ra rằng trên thực tế, họ có bị áp lực bởi những hình ảnh về LGBTQ trên báo điện tử và mạng xã hội. Tuy nhiên họ không nhận ra điều đó và thậm chí còn coi sự áp lực này là điều tốt, điều cần thiết để giúp họ xây dựng một bản thân hoàn thiện hơn trong tương lai. Điều này được cho rằng khá phổ biến và là điều hiển nhiên trong cuộc sống.

“Thực ra thì ai cũng có áp lực nhưng mà bởi vì áp lực đấy thì mình mới hoàn thành những cái gì mình đặt ra, và khi mà mình hoàn thành rồi mình nhìn lại đấy, thì mình cảm thấy những cái thành tựu. Có nghĩa là tở cố tình để bản thân vào áp lực để vượt qua để làm được những cái điều đấy, rồi khi mình nhìn lại tở biết thừa là tở sẽ làm được”

(G4)

Một số dạng áp lực có thể là sự lo lắng và sợ hãi rằng những hình ảnh của bản thân có thể ảnh hưởng tới hình ảnh cộng đồng, đặc biệt là với những hành động mang tính tiêu cực bởi chúng có thể khiến người ngoài cộng đồng kì thị cộng đồng LGBTQ hơn.

“Tại vì mình rất là sợ việc mình nghĩ khá nhiều về cái việc nếu mà mình không thành công và nếu mình trở thành một người không được tốt thì mọi người cũng nhìn vào mình và đánh giá cả một cái cộng đồng đấy.”

(TM3)

Điều này cho thấy rằng việc giữ hình ảnh bản thân tốt đẹp, đặc biệt về khía cạnh đạo đức hay phẩm chất cá nhân như không hành động quá lố, không phạm tội, lối sống lành mạnh... trở thành tiêu chuẩn để được công nhận, để trở thành “người bình thường”. Những tiêu chuẩn này vô hình chung đã gây nên những áp lực không nhỏ cho đối tượng được phỏng vấn.

“Chị nhà mình thì kiểu hai đứa mình cũng không có sử dụng chất kích thích gì, không có thể hiện quá, rồi sống tốt với cả mọi người xung quanh thì mình nghĩ rằng là điều đấy thì mọi người sẽ chấp nhận thôi”

(B4)

“Những người trong cộng đồng bị áp lực là mình phải trở nên đủ tốt đấy thì lúc đấy mọi người mới chấp nhận mình”

(P1)

Ngoài ra, các bạn trong cộng đồng cũng bị áp lực cần phải tự chủ tài chính. Có tới 6/22 người trả lời rằng việc tự chủ tài chính là điều cần thiết cho một cuộc sống tốt hơn và

đảm bảo hơn cho tương lai. Như L1 chia sẻ: “Em nghĩ tự chủ tài chính là cái quan trọng nhất”. Hay:

“À mình thấy các cặp đôi là như kiểu là họ có cái sự nghiệp họ vững vàng đấy, nghĩa là cuộc sống của họ dư giả đấy thì họ có thể lo được cho đối phương một cách toàn diện nhất, đấy thì đấy mình thấy cái đấy thì mình cũng phải nên cố gắng để về sau mình có thể lo cho người con gái của đời mình chẳng hạn, kiểu vậy”

(L3)

Đặc biệt hơn, tự chủ tài chính cũng là yếu tố quan trọng hàng đầu quyết định thời điểm công khai của các bạn trong cộng đồng bởi sự lo sợ rằng gia đình của chính những người trong cộng đồng có thể bị gia đình chối bỏ, bị đuổi ra khỏi nhà... Và vì vậy, việc thiếu đảm bảo về mặt tài chính có thể ảnh hưởng lớn đến cuộc sống sau này.

“Tại vì mình chưa sẵn sàng [công khai] với gia đình đấy, thì mình nghĩ rằng là khi mà mình có công việc ổn định hơn khi mà mình có thể hơn một xíu nữa thì tiếng nói của mình nó sẽ có giá trị hơn.”

(B4)

Ngoài bị áp lực bởi những hình ảnh LGBTQ trên báo điện tử và mạng xã hội, những người tham gia trả lời phỏng vấn nhận thấy họ bị áp lực sâu sắc bởi gia đình, và sự áp lực này nhiều khi còn lớn hơn sự áp lực từ hình ảnh LGBTQ trên truyền thông.

“Mình nghĩ tới cả hai [gia đình và hình ảnh trên mạng xã hội về người LGBTQ thành công], nhưng mình thì mình thiên về gia đình nhiều hơn.” (Khi được hỏi về yếu tố ảnh hưởng đến mục tiêu độc lập tài chính)

(B4)

Tóm lại, cộng đồng LGBT vẫn phần nào quan tâm đến các yếu tố tài năng và sự nghiệp, có suy nghĩ phải dựa vào tài năng và sự nghiệp để khẳng định bản thân mình với xã hội bên ngoài. Ngoài ra, có thể do những người trong cộng đồng LGBTQ chịu rủi ro bị chối bỏ từ gia đình khi công khai nên yếu tố tài chính trở thành mối quan tâm lớn của cộng đồng. Chính vì thế, yếu tố này tạo ra một sự áp lực nhất định lên chính cộng đồng nhưng những áp lực này là “áp lực ẩn” bởi chính những người trong cuộc cũng không nhận ra những gì họ phải chịu đựng.

3.5. Cách ứng phó trước ảnh hưởng từ các hình ảnh người LGBTQ trên báo điện tử và mạng xã hội

Trước các ảnh hưởng đến từ cách người LGBTQ được mô tả trên truyền thông như hiện nay, đối tượng nghiên cứu cũng chia sẻ cùng chúng tôi những hành động họ thực hiện để đối mặt với thay đổi trong sự hiện diện của cộng đồng LGBTQ trên truyền thông. Người trẻ LGBTQ có thể cảm thấy bản thân cần thay đổi và có thể có thực hiện các hành động thay đổi bản thân; đặc biệt, một mong muốn phổ biến là trở thành một con người tốt và có ích trong xã hội. Các lý do chủ yếu được đề cập là mong muốn được công nhận bởi xã hội, có thể đóng góp cho cộng đồng và giữ hình ảnh tích cực của cộng đồng. Sự đóng góp có thể đến từ những hành động cá nhân như cố gắng là người tốt trong cuộc sống thường ngày.

3.5.1. Sử dụng mạng xã hội để thể hiện nhận dạng LGBTQ của mình, tìm hiểu bản thân và đồng thời, cố gắng xóa bỏ định kiến

Trong các cuộc phỏng vấn sâu, khi hỏi các bạn trẻ LGBTQ về việc thể hiện nhận dạng LGBTQ của mình trên mạng xã hội, chúng tôi thường nhận được câu trả lời rằng các bạn không thể hiện theo kiểu “hô hào”. Chia sẻ thông tin hay các bài đăng liên quan là một cách các bạn ngầm công khai và thể hiện mình thuộc cộng đồng LGBTQ. Trên một không gian mạng đang dần cởi mở hơn với người LGBTQ, việc đăng tải hay chia sẻ thông tin về cộng đồng có thể được diễn giải đơn giản là sự thể hiện thái độ ủng hộ với cộng đồng hoặc là một cách “khéo léo” công khai cùng người quen trên mạng xã hội.

“Mình không thể hiện kiểu hô hào đâu. Mà mình thể hiện dưới dạng thông tin, mình chia sẻ các cái bài viết thì ai quan tâm thì họ sẽ quan tâm thôi. [...] Vì từ trước tới giờ ai hiểu mình đấy, hay là ai mà đọc những cái thông tin mà mình chia sẻ chẳng hạn, thì họ đều biết mình là người chuyển giới nam. Nhưng mà mình cũng không đăng lên tôi là người chuyển giới nam hay là một cái danh từ nào để cho họ biết cả. Tức là ai hiểu mình thì sẽ biết còn ai không hiểu mình thì sẽ không biết, sẽ nghĩ mình là kiểu đồng tính hay là gì đấy, đại khái là một dạng LGBT gì đấy.”

(TM2)

“Như kiểu, như kiểu là nhiều khi có những cái tin tức về những cái cặp đôi mà mình yêu thích chẳng hạn, hoặc là như kiểu như kiểu là ai nếu mà theo dõi facebook chẳng hạn như kiểu họ thích những cặp đôi trên đấy mình cũng rất hay

thường hay share những cái đấy.” (Về cách thể hiện xu hướng tính dục trên mạng xã hội)

(L3)

Đặc biệt, trong các buổi phỏng vấn sâu, người tham gia nghiên cứu cũng chia sẻ rằng thể hiện nhận dạng về xu hướng tính dục và bản dạng giới của mình là một cách các bạn cởi mở hơn về bản thân mình, cụ thể là về nhận dạng bản thân. Công khai là người đồng tính, song tính, chuyển giới trên mạng xã hội, tham gia các hội nhóm LGBTQ và nói về các vấn đề của bản thân trên mạng xã hội thể hiện sự chấp nhận bản thân và đồng thời thúc đẩy sự tìm tòi, đào sâu tìm hiểu về tính dục của bản thân và về cộng đồng. Người tham gia nghiên cứu chia sẻ rằng họ thường bắt đầu công khai, tham gia vào các hoạt động trên mạng xã hội khi họ chấp nhận bản thân hơn và tìm đến bài đăng, bài báo mang tính tích cực cũng là một cách giúp bản thân củng cố sự chấp nhận bản thân.

“Cái điều mình thể hiện xu hướng tính dục hay mình thể hiện bản dạng giới trên cái mạng xã hội thì nó cũng giúp mình thể hiện đúng với con người thật của mình hơn đấy. Kiểu giúp mọi người hiểu rõ hơn đấy. Thì mình có thể là, mình dùng nó như một cái công cụ hiểu những cái vấn đề mà mình đang gặp phải và từ đó có thể giao tiếp thoải mái hơn về cái vấn đề đó.”

(TM3)

“Còn những cái nhóm chat hay là những cái gì thì dành riêng cho cộng đồng gay hoặc những cộng đồng LGBT thì mới tiếp cận từ cách đây khoảng một năm [sau khi chấp nhận bản thân nhiều hơn] thôi. [...] Với những bài báo mà nó mang nội dung tích cực đấy, kiểu giá trị của những người đồng tính hay là những người đồng tính đóng góp gì cho xã hội, mình cũng cảm thấy là nó có một cái gì đấy khiến cho mình không còn cái nhìn nó trốn tránh hay là cảm thấy phủ nhận nó nữa. Mà mình sẽ, bản thân cũng tự chấp nhận hơn và tự bản thân chấp nhận được thì là mọi người cũng sẽ chấp nhận được.”

(G3)

Một điều đáng chú ý khác, mạng xã hội cũng trở thành một công cụ và một nền tảng để người trẻ LGBTQ cố gắng xóa bỏ định kiến về người LGBTQ và giúp đỡ các bạn khác trong cộng đồng. Đến từ mong muốn tạo hình ảnh tốt cho cộng đồng đã được phân tích ở phần trước, người trẻ LGBTQ sử dụng mạng xã hội và chia sẻ thông tin về cộng đồng trên trang cá nhân của mình như một cách giúp người đọc có hiểu biết và cái nhìn khác về cộng đồng LGBTQ. Đồng thời, các thông tin được chia sẻ cũng để những người khác trong cộng đồng có thể biết tới và nâng cao hiểu biết.

“Share thì chỉ là đưa thông tin đến những người ngoài cộng đồng. Kiểu cho họ một cái nhìn thân thiện hơn, khách quan hơn, kiểu khách quan, với lại họ hiểu hơn đấy, hiểu vì sao mà người LGBT phải tổ chức những cái hoạt động, ví dụ như là Pride khá là lớn, đi diễu hành, vì sao mà phải làm toáng lên như thế.”

(TM3)

Ngoài ra, trò chuyện và giúp đỡ các bạn trong cộng đồng thông qua mạng xã hội cũng là một cách để người trẻ LGBTQ tham gia đóng góp vào cộng đồng.

“Qua việc nói chuyện với bạn ấy thì chị nghĩ là, thì chị đã làm một cái gì đó cho một ai đó ở trong cộng đồng, và chị cảm thấy là ít nhất thì nó, chắc là nó là cái thứ mà nếu mà để chị kể ra thì nó là cái thứ khiến chị tự hào nhất cho tới bây giờ, là chị đã giúp được một ai đó thoát khỏi cái vực sâu đen tối.”

(B1)

3.5.2. Đối mặt với những hình ảnh một chiều hoặc tiêu cực về người LGBTQ

Như đã đề cập ở phần trên, những người tham gia nghiên cứu cho rằng, dù hình ảnh người LGBTQ trên mạng xã hội và trang tin điện tử đã được đa dạng hóa và xuất hiện nhiều hơn, các mô tả này vẫn không phản ánh đầy đủ được cộng đồng, đặc biệt một số nhóm thiểu số. Thừa nhận ảnh hưởng của sự phản ánh một chiều của truyền thông, đối tượng nghiên cứu khẳng định tầm quan trọng của việc tự tìm hiểu về cộng đồng hay một vấn đề cụ thể.

Trong một cuộc phỏng vấn sâu, người tham gia chia sẻ về cảm giác không thoải mái của mình với những người giả gái được mô tả trên báo và bày tỏ mong muốn được tìm hiểu thêm để xóa bỏ các cảm xúc tiêu cực với những người này.

“Không thoải mái lắm, nhưng mà đấy là do chắc là chưa tiếp xúc với nhiều bạn, nên kiểu đấy là lý do tại sao mà muốn tìm hiểu về cộng đồng hoặc tham gia các cộng tác viên gì đó để mình biết được, quen với mọi người để mình có cái nhìn khác hơn, bởi vì bây giờ suy nghĩ thì, nói thẳng ra suy nghĩ nhiều lúc cảm thấy như là éch ngòi đáy giếng.”

(G1)

Đối với các bài đăng, tin tức mang tính tiêu cực, ví dụ như đề cập đến vấn đề phản bội, tranh chấp trong một mối quan hệ, một số người tham gia cho biết họ không đọc những bài đăng này, thậm chí, đôi khi, họ còn báo cáo vi phạm các bài viết này. Có thể nói, hành động này đến từ ảnh hưởng của các hình mẫu tiêu cực trước đó lên cộng đồng, khiến họ cảm thấy những hình ảnh tiêu cực về cộng đồng cần được loại bỏ.

“Mình thì có nghĩa là mình sẽ sàng lọc thông tin đấy, cái nào tích cực thì mình sẽ xem, nếu mà thấy nó phù hợp với mình thì có thể là mình sẽ học hỏi, nếu cái tin đấy mà tiêu cực đấy thì mình sẽ bỏ nó ra.”

(B4)

“Em không muốn đọc, không muốn.[...] Vì cả cộng đồng bị ảnh hưởng, tức là không muốn vì đọc những cái tin nhỏ như thế mà kiểu hình ảnh trong đầu mình xấu đi hơn đấy.”

(L1)

“Nhưng nó vẫn được đăng đấy, có những bài em đã report.” (Về các bài đăng mang tính “bóc phốt” sau khi mối quan hệ không thành)

(L1)

Đặc biệt, trong nghiên cứu của chúng tôi, rất nhiều người tham gia phỏng vấn sâu chia sẻ về cảm giác luôn phải “gồng”, phải chú ý hơn tới hành động, lời nói của mình để đáp ứng ‘chuẩn mực’ và ‘kỳ vọng’ xã hội. Việc này thể hiện ở việc tự nhắc nhở bản thân về các khuôn mẫu tiêu cực và không thực hiện một số hành vi có thể bị đánh giá bởi người ngoài cộng đồng.

“Có chứ, mình cảm thấy [người song tính bị cho rằng “không chung thủy”] cũng là một cái áp lực mà, kiểu như là nó nhắc nhở mình là mình phải tốt hơn.”

(B5)

“Ví dụ bạn mình có chia sẻ một cái câu chuyện đấy là cái cặp nó có đeo một cái huy hiệu cái logo của cờ đồng tính. Nó không dám vượt đèn đỏ bởi vì nó sợ là người ta nhìn vào người ta thấy cái logo lại bảo cái thằng kia pê đê mà nó lại còn vượt đèn đỏ kia. Đấy, đấy là một cái áp lực.”

(TW1)

Và đôi khi, bên cạnh việc chú ý hơn tới hành vi của bản thân, người tham gia nghiên cứu cũng chia sẻ kỳ vọng của bản thân với những người khác trong cộng đồng LGBTQ, cho rằng những người trong cộng đồng LGBTQ không nên có những hành động “lố”, “làm quá lên” hay “hô hào” ảnh hưởng xấu đến hình ảnh cộng đồng.

“Đúng, có một thời gian em từng cãi nhau tức là từng gây gổ ở trên cộng đồng đấy, khi đó có một cái bài đăng là đó là một cái gọi là chị đi, chị ấy có chồng có con. Em không, em không vì chuyện gì, mấy cái đấy nhá, em hoàn toàn không, nhưng cái vấn đề là khi mà chị ấy đăng lên, đăng một hình ảnh gì đó lên trên cộng đồng thì thứ nhất là cái hình ảnh thì nó phải không cần quá đẹp nhưng cũng phải trau chuốt một chút.”

Có thể thấy, trong một không gian mạng cởi mở hơn với người LGBTQ, đồng thời chịu ảnh hưởng từ sự thay đổi trong cách mô tả hình ảnh người LGBTQ, người trẻ trong cộng đồng tự do tìm hiểu, thể hiện bản thân hơn nhưng cũng đồng thời bắt đầu hình thành các kỳ vọng dành cho bản thân và cộng đồng.

4. BÀN LUẬN, KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

4.1. Bàn luận

Đây là một trong những nghiên cứu góp phần làm rõ hơn sự ảnh hưởng của những hình ảnh người LGBT trên truyền thông Việt Nam, được thực hiện bởi chính những người trong cộng đồng LGBT. Sau quá trình thu thập số liệu định lượng và định tính, những hình ảnh nổi bật mà người LGBTQ nhận thấy hình ảnh về họ trên mạng xã hội và trang tin điện tử mang tính tích cực và đa dạng hơn. Ví dụ, đối tượng nhận định rằng người LGBTQ trên báo chí và mạng xã hội thường có vẻ ngoài đẹp, phù hợp với chuẩn mực về thẩm mỹ trong khuôn mẫu giới. Hay chuyện tình đẹp của các cặp đôi LGBTQ với sự phân chia vai trò giới rõ ràng, các LGBTQ nổi tiếng góp phần làm thay đổi hình ảnh cộng đồng tốt đẹp hơn trên truyền thông... Tuy nhiên, những mô tả này vẫn còn hạn chế, một chiều và đôi khi, bị cường điệu hóa. Các phát hiện này trùng khớp với các phát hiện từ nghiên cứu của McInroy (2016) và Hirschfield (2015). Khi tham gia khảo sát và phỏng vấn sâu, người tham gia cho rằng đa số người LGBTQ được mô tả “đẹp” trên truyền thông cùng với sự hiện diện chủ yếu của nhiều người đồng tính nam và chuyển giới nữ. Bên cạnh đó, hình ảnh của người chuyển giới nam và song tính gần như vắng mặt trên truyền thông.

Hình ảnh người LGBTQ trên truyền thông có ảnh hưởng nhất định lên các cá nhân trong cộng đồng LGBTQ. Tương tự như nghiên cứu của Bond (2015, 2017), Hirschfield (2015) và Gomillion (2011), hình ảnh tích cực về người LGBTQ trên mạng xã hội và trang tin điện tử là nguồn động lực và truyền cảm hứng tới những người trẻ LGBTQ, giúp họ thoải mái hơn trong việc thể hiện bản thân và sống đúng với nhận dạng của bản thân. Tuy nhiên, các khuôn mẫu tích cực này cũng có thể có các tác động tiêu cực. Nhiều người tham gia nghiên cứu cho biết họ coi những tiêu chuẩn do truyền thông và xã hội tạo ra là mục tiêu cần đạt đến, và họ cảm thấy hạnh phúc khi đạt được. Ngược lại, cũng có một số người cho biết họ không hạnh phúc khi cảm thấy bị ép buộc phải tuân theo các hình ảnh này để được công nhận và để được cảm thấy tốt hơn. Một số chia sẻ họ có cảm giác là người “khác thường” nếu không tuân thủ một số chuẩn mực được thể hiện đó. Điều này tương đồng với nghiên cứu trước của

Brooks (2016), cho rằng khuôn mẫu tích cực khiến những người không có đặc điểm theo khuôn mẫu cảm giác không thoải mái và có thể bị chê cười.

Ngoài ra, qua các dữ liệu thu được, nhóm nghiên cứu nhận thấy sự tồn tại của áp lực nhưng nhiều trong số những người tham gia nghiên cứu không nhận ra áp lực ấy hoặc coi đó là điều hiển nhiên và cần thiết để đạt được những mục tiêu trong cuộc sống. Cụ thể hơn, các bạn đa số đều bị áp lực và đặt ra tiêu chuẩn chung để hướng tới cho bản thân là tự chủ tài chính. Các bạn đều đồng tình rằng sau khi đạt được sự nghiệp nhất định và ổn định tài chính thì mới công khai với gia đình.

Trong quá trình tìm hiểu, phỏng vấn sâu và phân tích, nhóm nghiên cứu nhận thấy rằng ảnh hưởng từ gia đình tới những người trong cộng đồng tương đối lớn. Một số bạn nhận xét rằng tuy rằng họ cũng có so sánh, liên hệ với những hình ảnh về LGBT truyền thông trên báo chí và mạng xã hội, tuy nhiên họ gặp áp lực từ gia đình và môi trường sống xung quanh nhiều hơn. Kết quả này bổ sung và khẳng định lại kết quả nghiên cứu: “Cha mẹ chấp nhận và lên tiếng ủng hộ quyền của con là người LGBT: Những yếu tố tác động” của Viện nghiên cứu Kinh tế, Xã hội và Môi trường (iSEE) trong việc tìm hiểu lý do gia đình đóng một vai trò cốt yếu trong cách người LGBTQ thể hiện nhận dạng của mình từ chính góc nhìn của người trong cuộc. Ngoài ra, nghiên cứu tương lai có thể tìm hiểu lý do vì sao người LGBTQ thường xuyên cảm thấy bản thân cần đạt được một số thành công nhất định để được xã hội công nhận.

Ngoài nghiên cứu về ảnh hưởng của các hình ảnh người LGBTQ trên truyền thông, chúng tôi còn tìm hiểu về cách người trẻ LGBTQ đối phó với những ảnh hưởng này và tìm được những kết quả tương đồng với các nghiên cứu trước đó. Trước sự thay đổi của truyền thông trong việc mô tả người LGBTQ, người trẻ LGBTQ bắt đầu sử dụng mạng xã hội để thể hiện nhận dạng LGBTQ của mình, tìm hiểu căn tính bản thân, và đồng thời, đóng góp vào cộng đồng qua nhiều cách và cố gắng xóa bỏ định kiến xã hội trên các mạng xã hội. Kết quả này trùng khớp với nghiên cứu của Winderman (2016), cho rằng truyền thông thân thiện với người LGB giúp họ cởi mở hơn về căn tính của mình, từ đó tìm đến các kênh truyền thông này để tìm hiểu về bản thân cũng như căn tính của mình. Ngoài ra, đối tượng nghiên cứu chia sẻ cảm giác “gồng” và chú ý hơn tới hành động của mình trên mạng xã hội cũng như ngoài đời, tránh không thực hiện các hành vi có thể khiến người khác đánh giá tiêu cực, điều này tương đồng với nghiên cứu của Sender (2012) và Deridder (2015), cho biết người LGBT có sự kiểm soát hành vi bản thân và thêm trách nhiệm giúp người khác cởi mở hơn với người LGBT. Đồng thời, trong quá trình nghiên cứu, chúng tôi phát hiện ra rằng người trẻ LGBTQ có kì vọng những người khác trong cộng đồng thực hiện hành vi tương tự, như chú ý hơn tới hành động của bản thân và không có những hành vi có thể làm xấu hình ảnh của cộng đồng.

Các nghiên cứu sau có thể tìm hiểu về những kỳ vọng của chính những người trong cộng đồng với các thành viên khác và những ảnh hưởng có thể có từ những kỳ vọng này.

4.2. Kết luận

Tóm lại nghiên cứu “Ảnh hưởng của hình ảnh người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook đến sự tự áp lực thay đổi bản thân của người trẻ LGBTQ” của chúng tôi có những kết quả chính sau.

Thứ nhất, người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội được khắc họa theo chiều hướng tích cực hơn. Những người LGBTQ hiện lên với hình ảnh đẹp, chau chuốt theo chuẩn mực khuôn mẫu giới mà xã hội tạo ra; có chuyện tình yêu đẹp với sự phân chia vai trò giới rõ ràng. Đồng thời, chính người LGBTQ nổi tiếng góp phần cải thiện hình ảnh cộng đồng.

Thứ hai, sự tăng lên trong hình ảnh người LGBTQ trên truyền thông đem lại ảnh hưởng nhất định lên chính người trong cộng đồng LGBTQ ngoài đời. Họ tự so sánh bản thân với những hình ảnh người LGBTQ trên truyền thông và mong muốn thay đổi theo những hình ảnh đó. Thậm chí, một số đặt ra cho mình hình mẫu lý tưởng để noi theo. Ảnh hưởng này mang tính tích cực khi chúng đặt ra cho đối tượng những mục tiêu tốt đẹp và khiến họ hạnh phúc khi bản thân họ trở nên tốt hơn. Tuy nhiên, những hình ảnh về người LGBTQ cũng đem lại một số ảnh hưởng tiêu cực khiến đối tượng cảm thấy áp lực, mệt mỏi, và sợ hãi khi bản thân không giống các hình mẫu trên. Một số người tham gia trả lời phỏng vấn không nhận ra bản thân họ gặp áp lực hoặc coi đó là chuyện tất nhiên. Họ gặp áp lực chính về vấn đề tự chủ tài chính và công việc và thường xuyên trả lời rằng sẽ công khai khi đã có sự nghiệp và tài chính ổn định. Ngoài ra, nhóm trả lời phỏng vấn nhận xét rằng họ cũng gặp áp lực rất lớn từ sự kỳ vọng của gia đình.

Thứ ba, người LGBTQ sử dụng mạng xã hội để thể hiện và công khai bản thân mình, qua đó nhằm nỗ lực thay đổi định kiến xã hội. Tuy nhiên, đối tượng thường có cảm giác phải gò bó mình và kiểm soát hơn các hành động của mình trên mạng xã hội cũng như ngoài đời để không làm xấu đi hình ảnh cộng đồng.

4.3. Khuyến nghị

Nhóm nghiên cứu đề xuất truyền thông cần cẩn trọng và tìm hiểu kỹ lưỡng hơn khi mô tả hình ảnh người LGBTQ tránh việc thúc đẩy những khuôn mẫu khác đồng thời thể hiện các hình ảnh đa dạng và thực tế về người LGBTQ. So sánh với 04 giai đoạn phát triển sự hiện diện của nhóm thiểu số của Clark, truyền thông cần thúc đẩy các câu chuyện của người

LGBTQ trong cuộc sống thường ngày, với sự đa dạng và phức tạp vốn có của cuộc sống. Các câu chuyện này cũng cần phản ánh được trải nghiệm của một con người trung bình, không nổi tiếng, không có vẻ đẹp “đạt chuẩn” hay không có tài năng điển hình. Việc thu hẹp cộng đồng người LGBTQ vào một số hình ảnh nhất định có thể hạn chế sự đa dạng trong tự do thể hiện bản thân của người LGBTQ, một đặc điểm nổi bật của cộng đồng này từ trước đến nay.

Thêm nữa, báo điện tử và mạng xã hội là hai nguồn thông tin lớn trong cuộc sống hiện đại. Bởi vậy, chúng ta luôn được bao quanh bởi những thông tin trên truyền thông và có thể dễ dàng bị tác động bởi chúng. Có thể thấy rằng nếu chúng ta bị động tiếp nhận những hình ảnh ấy, sẽ có những tác động một cách tiêu cực tới chúng ta - chính những người trong cộng đồng. Chính vì vậy, để có cuộc sống thoải mái và hạnh phúc, có lẽ cộng đồng LGBTQ cần chủ động “tiêm vaccine” cho chính mình để miễn dịch khỏi những ảnh hưởng xấu từ các hình mẫu và chuẩn mực được xây dựng từ xã hội và thúc đẩy bởi truyền thông.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Allport, G.W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Addison Wesley.
- Bakar, A. Y. A., & Ishak, N. M. (2014). Depression, anxiety, stress, and adjustments among Malaysian gifted learners: Implication towards school counseling provision. *International Education Studies*, 7(13), 6
- Bond, B. J. (2015a). *The mediating role of self-discrepancies in the relationship between media exposure and well-being among lesbian, gay, and bisexual adolescents*. *Media Psychology*, 18(1), 51–73.
- Bond, B. J., & Miller, B. (2017). *From screen to self: The relationship between television exposure and self-complexity among lesbian, gay, and bisexual youth*. *International Journal of Communication*, 11, 94–112.
- Brighenti, A. (2007). *Visibility: A category for the social sciences*. *Current Sociology*, 55(3), 323–342.
- Brooks, Ashley S. (2016). *Conceptualisation and psychometric validation of a new measure of ambivalent homophobia towards gay men*. Doctoral thesis, Anglia Ruskin University.
- Brown, R. (1995). *Prejudice: Its social psychology*. London: Basil Blackwell.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge
- Carper, T. L. M., Negy, C., & Tantleff-Dunn, S. (2010). *Relations among media influence, body image, eating concerns, and sexual orientation in men: A preliminary investigation*. *Body Image*, 7(4), 301–309.
- Cavalcante, A. (2013). *The struggle for the ordinary: Media culture, transgender audiences and the achievement of everyday life*. Doctoral Dissertation. Retrieved from Deep Blue (University of Michigan).
- Clark, C. C. (1969, Spring). *Television and social control: Some observations on the portrayals of ethnic minorities*. *Television Quarterly*, 8, 18–22.
- Crandall, C. S., & Eshleman, A. (2003). *A justification-suppression model of the expression and experience of prejudice*. *Psychological Bulletin*.
- De Ridder, S., Van Bauwel, S. (2015a). *The discursive construction of gay teenagers in times of mediatization: Youth's reflections on intimate storytelling, queer shame and realness in popular social media places*. *Journal of Youth Studies*, 18, 777–793.
- Gomillion, S.C. and Guiliano, T. A. (2011). *The influence of media role models on gay, lesbian, and bisexual identity*. *Journal of Homosexuality*, 58: 330–354.

Hirshfield, Aiden. (2015). *Has Increased Media Representation and Celebrity Disclosure Impacted Views on Transgender Identity? A Survey of Transgender Individuals and How They Are Seen by Others*. 10.13140/RG.2.2.16132.53122.

Kevin L. Nadal , Marie-Anne Issa , Jayleen Leon , Vanessa Meterko , Michelle Wideman & Yinglee Wong. (2011). *Sexual Orientation Microaggressions: “Death by a Thousand Cuts” for Lesbian, Gay, and Bisexual Youth*. *Journal of LGBT Youth*, 8:3, 234-259.

Lanzieri, N., & Hildebrandt, T. (2016). *Using objectification theory to examine the effects of media on gay male body image*. *Clinical Social Work Journal*, 44(1), 105-113.

Luther, C.A., Lepre, C.C., & Clark, N. (2011). *Diversity in US Mass Media*. Wiley-Blackwell.

McInroy, L. B., & Craig, S. L. (2016). *Perspectives of LGBTQ emerging adults on the depiction and impact of LGBTQ media representation*. *Journal of Youth Studies*.

Nelson, L. J., and C. M. Barry. (2005). “*Distinguishing Features of Emerging Adulthood: The Role of Self-Classification as an Adult*.” *Journal of Adolescent Research* 20 (2): 242–262. doi:10.1177/ 0743558404273074.

Ryland, M. (2013). *Hypervisibility: How scrutiny and surveillance makes you watched, but not seen*. Truy cập ngày 05/05/2019 tại <https://beautyvsbeast.wordpress.com/2013/10/18/hypervisibility-how-scrutiny-and-surveillance-makes-you-watched-but-not-seen/>

Seiter, Ellen. (2015). “*Stereotype*.” *Keywords for Media Studies*. Eds. Jonathan Gray and Laurie Ouellette. New York: New York University Press, 2015.

Sender, K. (2012). “*No Hard Feelings. Reflexivity and Queer Affect in the New Media Landscape*.” In *The Handbook of Gender, Sex and Media*, edited by K. Ross, 207–225. Malden: WileyBlackwell.

Valentine, G. and MacDonald, I. (2004). *Understanding prejudice*. London: Stonewall.

Viện nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường (iSEE). (2011). *Thông điệp truyền thông về đồng tính luyến ái trên báo in và báo mạng*.

Winderman, K., & Smith, N. G. (2016). *Sexual minority identity, viewing motivations, and viewing frequency of LGB-inclusive television among LGB viewers*. *Sexuality & Culture*, 20, 824–840.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Đặc điểm của người tham gia phỏng vấn

CODE	Đặc điểm của người tham gia phỏng vấn sâu
G1	20 tuổi, đồng tính nam, đi học
TM1	27 tuổi, chuyển giới nam, đi làm
B1	23 tuổi, song tính nữ, đi học và đi làm
TW1	19 tuổi, chuyển giới nữ, đi học và đi làm
TM2	24 tuổi, chuyển giới nam, đi làm
TM3	19 tuổi, chuyển giới nam, đi học
G2	21 tuổi, đồng tính nam, đi học
L1	20 tuổi, đồng tính nữ, đi học và đi làm
L2	22 tuổi, đồng tính nữ, đi học và đi làm
TW2	25 tuổi, chuyển giới nữ, đi làm
G3	21 tuổi, nam có khả năng bị hấp dẫn bởi cả nam và nữ nhưng thiên hướng về nam, đi học
L3	24 tuổi, đồng tính nữ, đi làm
B2	20 tuổi, song tính nữ, đi học và đi làm
P1	20 tuổi, toàn tính nữ, đi học và đi làm
TW3	19 tuổi, chuyển giới nữ, đi học và đi làm
TM4	28 tuổi, chuyển giới nam song tính, đi làm
TW4	26 tuổi, chuyển giới nữ, đi làm
G4	20 tuổi, đồng tính nam, đi học và đi làm

B3	24 tuổi, song tính nữ, đi làm
B4	21 tuổi, song tính nữ, đi học
B5	20 tuổi, song tính nam, đi học
B6	20 tuổi, song tính nam, đi học và đi làm

Phụ lục 2: Bảng hỏi khảo sát online

(*) Câu hỏi bắt buộc

Phần 1: Thông tin chung

Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi câu hỏi trong phần này

1. Bạn thuộc nhóm tuổi nào sau đây?*

- Dưới 18 tuổi
- 18 - 24 tuổi
- 25 - 30 tuổi
- Trên 30 tuổi

2. Bạn tự nhận mình là:*

- Đồng tính nam (Nam yêu nam)
- Đồng tính nữ (Nữ yêu nữ)
- Song tính (Yêu cả nam và nữ)
- Chuyển giới nam (Sinh ra là nữ và tự nhận mình là nam)
- Chuyển giới nữ (Sinh ra là nam và tự nhận mình là nữ)
- Dị tính (Yêu người khác giới) → Skip to the end
- Khác:

3. Bạn đang sống ở tỉnh/thành phố nào?*

(63 tỉnh/thành phố)

.....

4. Trình độ học vấn cao nhất của bạn là gì? *

(Ví dụ: Nếu bạn đang học đại học thì trình độ học vấn cao nhất bạn đạt được là Tốt nghiệp Trung học phổ thông hoặc thấp hơn)

- Tốt nghiệp Trung học phổ thông hoặc thấp hơn
- Tốt nghiệp Cao đẳng/Đại học
- Tốt nghiệp Cao học
- Khác:

5. Hiện tại, bạn có đang tự chủ tài chính không?*

(Tự chủ tài chính là khả năng chi trả các khoản chi phí của bản thân mà không phụ thuộc vào người khác)

- Không
- Có

Phần 2: Hình ảnh của người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook

1. Hãy đánh giá mức độ thường xuyên bạn nhìn thấy/đọc được thông tin về người LGBTQ *
 Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi hàng trong phần này

	1. Rất thường xuyên (Hàng ngày)	2. Thường xuyên (Vài lần 1 tuần)	3. Bình thường (Vài lần 1 tháng)	4. Thỉnh thoảng (Vài lần 1 quý)	5. Không thấy bao giờ
1. Trên báo/trang thông tin điện tử					
2. Trên mạng xã hội Facebook					

2. VỀ VÊ BÊN NGOÀI, theo bạn người LGBTQ ĐƯỢC MÔ TẢ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook có phản ánh đúng người LGBTQ trên thực tế không? *

Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi hàng trong phần này

	0. Không thấy hình ảnh này	1. Hoàn toàn không đúng	2. Không đúng	3. Không có ý kiến	4. Có vẻ đúng	5. Hoàn toàn đúng
1. Người LGBTQ có ngoại hình đẹp						
2. Người chuyển giới có ngoại hình, hành động và cử chỉ theo chuẩn mực xã hội về nam và nữ						

3. VỀ TÀI NĂNG VÀ SỰ NGHIỆP, theo bạn người LGBTQ ĐƯỢC MÔ TẢ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook có phản ánh đúng người LGBTQ trên thực tế không? *

Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi hàng trong phần này

	0. Không thấy hình ảnh này	1. Hoàn toàn không đúng	2. Không đúng	3. Không có ý kiến	4. Có vẻ đúng	5. Hoàn toàn đúng
1. Người LGBTQ có gu thẩm						

mỹ tốt						
2. Người LGBTQ có năng khiếu nghệ thuật						
3. Người LGBTQ có thành tích tốt trong học tập						
4. Người LGBTQ thường làm và thành công trong lĩnh vực giải trí						
5. Người LGBTQ tài năng và thành đạt						

4. VỀ ĐẶC ĐIỂM TRONG MỐI QUAN HỆ, theo bạn người LGBTQ ĐƯỢC MÔ TẢ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook có phản ánh đúng người LGBTQ trên thực tế không? *

Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi hàng trong phần này

	0. Không thấy hình ảnh này	1. Hoàn toàn không đúng	2. Không đúng	3. Không có ý kiến	4. Có vẻ đúng	5. Hoàn toàn đúng
--	----------------------------	-------------------------	---------------	--------------------	---------------	-------------------

<p>1. Người LGBTQ có mỗi tình đẹp và đáng ngưỡng mộ dù trải qua nhiều thử thách</p>						
<p>2. Trong mỗi quan hệ đồng giới có sự phân vai nam - nữ về ngoại hình, hành động, cử chỉ giống như trong một mối quan hệ khác giới</p>						

5. Ngoài những hình ảnh kể trên, bạn còn thấy những hình ảnh nào khác về người LGBT thường xuyên được phản ánh trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook?

.....

6. Bạn thường thấy những hình ảnh được liệt kê trong các câu trên từ kênh truyền thông trực tuyến nào sau đây? *

Chọn **MỘT HOẶC NHIỀU** câu trả lời cho phần này

- Mạng xã hội Facebook
- Báo/Trang tin điện tử (Kênh 14, Một Thế Giới, Zing News, Việt Nam Mới, Báo Mới,...)
- Khác:

Phần 3: Ảnh hưởng của các hình ảnh người LGBTQ trên báo/trang tin điện tử và mạng xã hội Facebook

1. Bạn có so sánh những hình ảnh kể trên về người LGBTQ trên báo/trang thông tin điện tử và mạng xã hội Facebook với bản thân mình ở hiện tại không? *

Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi hàng trong phần này

	1. Không	2. Có
1. Về bên ngoài		
2. Tài năng và sự nghiệp		
3. Mọi quan hệ		

2. Bạn có mong muốn thay đổi bản thân theo các hình ảnh trên không? *

Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi hàng trong phần này

	1. Hoàn toàn không muốn	2. Không mong muốn	3. Mong muốn	4. Hoàn toàn mong muốn
1. Về bên ngoài				
2. Tài năng và sự nghiệp				
3. Mọi quan hệ				

3. Lý do bạn mong muốn thay đổi bản thân là gì? *

Chọn MỘT HOẶC NHIỀU câu trả lời cho phần này

- Tôi cảm thấy xấu hổ với những nhãn mác "ẻo lả" hay "không ra trai, không ra gái" thường dành cho cộng đồng
- Tôi muốn trở nên hấp dẫn hơn
- Tôi muốn bản thân mình được chấp nhận
- Tôi cảm thấy điều đó cần thiết và tốt cho tôi
- Tôi muốn tạo hình ảnh tốt cho cộng đồng LGBTQ
- Tôi muốn độc lập hơn để có thể là chính mình
- Khác:

4. Những hình ảnh đã đề cập về người LGBTQ được mô tả trên báo điện tử và mạng xã hội Facebook ảnh hưởng thế nào đến bản thân bạn? *

Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi hàng trong phần này

	1. Rất tiêu cực	2. Khá tiêu cực	3. Bình thường	4. Khá tích cực	5. Rất tích cực
1. Về bên ngoài					
2. Tài năng và sự nghiệp					
3. Mối quan hệ					

5. Những hình ảnh kể trên về người LGBTQ có khiến bạn cảm thấy bị áp lực thay đổi bản thân không? *

Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi hàng trong phần này

	1. Không áp lực	2. Ít áp lực	3. Khá áp lực	4. Rất áp lực
1. Về bên ngoài				
2. Tài năng và				

sự nghiệp				
3. Mối quan hệ				

6. Bạn có thực hiện những hành vi thay đổi bản thân theo những hình ảnh trên không? *

Chọn DUY NHẤT MỘT câu trả lời cho mỗi hàng trong phần này

	1. Không	2. Có
1. Về bên ngoài		
2. Tài năng và sự nghiệp		
3. Mối quan hệ		

Phụ lục 3: Hướng dẫn phỏng vấn sâu với người LGBTQ

STT	Câu hỏi	Ghi chú
Phần 1: Thông tin cá nhân		
1.1	Bạn muốn được gọi là gì?	Tên trên consent form và giấy biên nhận cần dùng tên thật.
1.2	Bạn bao nhiêu tuổi?	
1.3	Bạn đang đi học hay đi làm?	
1.4	Bạn sinh ra và lớn lên ở đâu?	
1.5	Xu hướng tính dục và bản dạng giới của bạn là gì?	
Phần 2: Sự hiện diện của người LGBTQ trên báo điện tử và mạng xã hội		
I. Tiếp cận thông tin về người LGBTQ		
2.1	Bạn có thường xuyên sử dụng Facebook không? Ngoài Facebook, bạn có sử dụng trang mạng xã hội nào không? Nếu có, hãy kể tên.	
2.2	Bạn có thường xuyên thấy/đọc các bài đăng trên Facebook về người LGBTQ không?	
2.3	Bạn có thường xuyên thấy/đọc các bài báo về người LGBTQ không? Bạn thường đọc những tin đó ở trang báo/trang tin nào?	
II. Hiện diện của người LGBTQ trên báo điện tử và mạng xã hội		
2.5	Bạn thường xuyên thấy hình ảnh người LGBTQ như thế nào trên báo điện tử và mạng xã hội?	Hỏi thêm về hình ảnh chung, hình ảnh riêng (dựa vào XHTD và BDG) ->

		nhóm thành các dạng
2.6	Các hình ảnh trên có đúng thực tế không? Tại sao?	Dựa theo các dạng thể hiện
2.7	Bạn có chia sẻ các bài báo/bài đăng này không? Tại sao?	
Phần 3: Ảnh hưởng của hình ảnh người LGBT trên báo điện tử và mạng xã hội		
I. Với bản thân		
3.1	Trước các hình ảnh trên, bạn cảm thấy thế nào? Tại sao?	
3.2	Bạn thấy các hình ảnh trên tích cực hay tiêu cực? Tại sao?	
3.3	Những hình ảnh nào bạn cảm thấy liên quan đến mình?	
a) Về tâm lý/tâm trí		
3.4	Các hình ảnh đó ảnh hưởng thế nào đến cách bạn nhìn nhận về bản thân? Về ngoại hình của bản thân?	
3.5	Các hình ảnh đó có khiến bạn cảm thấy áp lực không? Tại sao?	
b) Về các quyết định		
3.6	Các hình ảnh đó ảnh hưởng thế nào đến quyết định công khai (come out)?	
3.7	Các hình ảnh đó ảnh hưởng thế nào đến phong cách, cách bạn thể hiện bản thân (cách ăn mặc, hành động, cử chỉ,...)	
	Bạn có thể hiện xu hướng tính dục hay bản dạng giới của mình trên mạng xã hội không? Các hình ảnh đó ảnh hưởng thế nào đến cách bạn thể hiện bản thân trên mạng xã hội? Tại sao?	
3.8	Các hình ảnh đó ảnh hưởng thế nào đến quyết định nghề nghiệp tương lai của bạn?	

3.9	Các hình ảnh đó có khiến bạn muốn phẫu thuật thẩm mỹ?	
3.10	Các hình ảnh đó có khiến bạn muốn sử dụng các dịch vụ can thiệp y tế như tiêm hormone hay phẫu thuật chuyển đổi giới tính không?	Dành cho các bạn chuyển giới
c) Về mối quan hệ		
3.11	Các hình ảnh đó ảnh hưởng thế nào đến mối quan hệ giữa bạn và người xung quanh (gia đình, người yêu, bạn bè, đồng nghiệp,...)	
3.12	Các hình ảnh đó ảnh hưởng thế nào đến cách bạn nhìn nhận cộng đồng LGBT?	
d) Về học tập, công việc		
3.12	Các hình ảnh đó ảnh hưởng thế nào đến kết quả học tập của bạn?	
3.13	Các hình ảnh đó ảnh hưởng thế nào đến công việc của bạn?	
II. Với cộng đồng		
3.14	Các hình ảnh kể trên ảnh hưởng thế nào đến cách người ngoài cộng đồng nhìn nhận cộng đồng người LGBT?	
3.15	Các hình ảnh kể trên ảnh hưởng thế nào đến cách người trong chính cộng đồng nhìn nhận nhau? Đến cách mọi người đối xử với nhau?	- Với người cùng nhân - Với người khác nhân
III. Các yếu tố khác (Không bắt buộc)		
3.16	Bạn đã công khai (come out) chưa? Với ai? Có được những người đó ủng hộ không?	
3.17	Bạn có tự chủ tài chính không?	

3.18	Bạn có quen biết/thân thiết với người trong cộng đồng LGBT không?	
IV. Mong muốn thay đổi		
3.19	Các hình ảnh trên có khiến bạn mong muốn thay đổi không? Mong muốn gì? Tại sao?	
Phần 4: Bạn đối mặt với các hình ảnh trên như thế nào?		
4.1	Từ các mong muốn đó, bạn đã có hành động gì để thay đổi bản thân? (Nếu không có mong muốn thay đổi/không thay đổi, tại sao?)	Hoặc đưa ra ý kiến trái chiều “Một số người thay đổi bản thân mình theo các hình ảnh trên.”, bạn có suy nghĩ gì về ý kiến trên?
4.2	Khi thực hiện các hành động trên bạn cảm thấy thế nào?	
4.3	Trong quá trình thay đổi bản thân này, bạn có chia sẻ, tâm sự với ai không?	