

Thực trạng tiếp cận truyền thông và thông tin phòng chống bạo lực gia đình của công chúng hiện nay

TS NGUYỄN THỊ TUYẾT MINH

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: tuyetminh.hvbc@gmail.com

Nhận ngày 09 tháng 11 năm 2021; chấp nhận đăng tháng 02 năm 2022.

Tóm tắt: Bạo lực gia đình là một loại bạo lực trên cơ sở giới mà trong đó bạo lực vừa là phương tiện hạ thấp phụ nữ, vừa là hệ lụy của quá trình hạ thấp ấy, là hệ lụy của tình trạng bất bình đẳng giới. Phòng chống bạo lực gia đình tiếp tục được xác định là vấn đề quan trọng trong chiến lược phát triển quốc gia. Truyền thông được xác định vai trò chủ chốt, lâu dài và xuyên suốt. Đánh giá thực trạng tiếp cận truyền thông, tiếp nhận thông tin phòng chống bạo lực gia đình của công chúng hiện nay là quan trọng nhằm gợi ý về giải pháp truyền thông hiệu quả về vấn đề này. Bài viết sử dụng kết quả từ đề tài khoa học bộ 2020 - 2021 “Vai trò của truyền thông đại chúng trong phòng, chống bạo lực gia đình thời kỳ hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay” do Học viện Báo chí và Tuyên truyền là cơ quan chủ trì.

Từ khóa: truyền thông; bạo lực gia đình; bình đẳng giới; công chúng; nghiên cứu truyền thông.

Abstract: Domestic violence refers to one type of gender-based violence in which violence is a means and also a consequence of demeaning women and gender inequality. Domestic violence prevention continues to be regarded as a priority in the national development strategy. Communication is identified to play a key and long-term role. It is important to assess the actual situation of public access to media and information on domestic violence prevention today in order to suggest effective communication solutions. The article uses the results of the 2020-2021 ministerial-level project “The role of mass media in domestic violence prevention and control in Vietnam’s international integration period today” conducted by the Academy of Journalism and Communication.

Keywords: communication; domestic violence; gender equality; public; media research.

1. Khái niệm và mô tả mẫu khảo sát

Truyền thông là hoạt động chuyển tải và chia sẻ thông tin. Quá trình này diễn ra liên tục, trong đó, tri thức, tình cảm, kỹ năng liên kết với nhau, đây là một quá trình phức tạp, qua nhiều mắt, nhiều khâu, các mắt các khâu đó chuyển đổi tương đối linh hoạt, để hướng tới sự thay đổi nhận thức và hành vi của các cá nhân và các nhóm (Mai Quỳnh Nam, 2005). Truyền thông được phân thành nhiều loại dựa trên nhiều tiêu chí phân loại khác nhau. Trên tiêu chí phạm vi và ảnh hưởng, có thể phân loại thành truyền thông cá nhân, truyền thông nhóm và truyền thông đại chúng.

Truyền thông cá nhân được nhận diện là hoạt

động truyền thông giữa các cá nhân tham gia tổ chức, thực hiện việc trao đổi thông tin, suy nghĩ, tình cảm... Trong quá trình truyền thông, các cá nhân chịu ảnh hưởng lẫn nhau về nhận thức, thái độ, hành vi. Truyền thông cá nhân diễn ra trong mối quan hệ cá nhân, giới hạn số lượng người tham gia truyền thông diễn ra trong không gian, thời gian xác định. Hình thức trực tiếp mặt đối mặt và cũng có thể diễn ra gián tiếp với sự hỗ trợ của công nghệ truyền thông (điện thoại, thư từ, mạng xã hội...). Một số kỹ năng truyền thông cá nhân được xác định như gặp gỡ trực tiếp, gọi điện thoại, thư tín cá nhân, vận động hành lang, tư vấn cá nhân...

Truyền thông nhóm diễn ra với số lượng người

tham gia nhiều hơn truyền thông cá nhân, yếu tố thiết chế xã hội thể hiện và diễn ra trong không gian, thời gian xác định với hình thức 1 - 1 nhóm hoặc truyền thông nhóm. Truyền thông 1 - nhóm diễn ra, trong đó, nhà truyền thông (1) hướng hoạt động của mình vào 1 nhóm xã hội (1 nhóm) với tác động có chủ đích. Hình thức truyền thông này hiệu quả cao khi nhóm có quy chế hoạt động, các vai xã hội trong nhóm (thủ lĩnh, lãnh đạo) được xác định cụ thể, có uy tín với nhau... Truyền thông nhóm khi phát triển thành nhóm lớn sẽ bao hàm nhiều nhóm nhỏ và sẽ diễn ra theo các cấp độ nhóm khác nhau.

Truyền thông đại chúng là quá trình truyền bá với số lượng lớn những nội dung thông tin giống nhau cho các cá nhân và nhóm xã hội dựa trên kỹ thuật truyền bá tập thể. Quá trình này chỉ được xác lập khi chúng mang đầy đủ các yếu tố như cần có nhà truyền thông (tạo ra thông điệp); có đại chúng (tiếp nhận thông điệp) và hoạt động truyền thông được diễn ra (chuyển tải thông điệp trên các kênh). Các kênh truyền thông đại chúng đa dạng và phong phú, có thể kể đến các kênh như báo chí, sách, điện ảnh...

Bạo lực gia đình là hành vi cố ý của thành viên gia đình gây tổn hại hoặc có khả năng gây tổn hại về thể chất, tinh thần, kinh tế đối với thành viên khác trong gia đình⁽²⁾. Bạo lực gia đình là một dạng của bạo lực trên cơ sở giới mà nguyên nhân sâu xa là tình trạng mất cân bằng về quyền lực giữa nam và nữ trong gia đình và xã hội. Hậu quả của bạo lực gia đình có thể dẫn đến chết người, thiệt hại kinh tế là rất đáng kể với ước tính mức chi phí cơ hội có thể bị thiệt hại do bạo lực gia đình ở Việt Nam là 1,41% GDP năm 2010 với giá trị 2.536.000 tỷ đồng (Liên hiệp quốc, 2012). Bạo lực gia đình có thể nhìn thấy được thông qua hành vi bên ngoài như đánh đập, nhưng có dạng bạo lực không nhìn thấy được như bạo lực tinh dục, bạo lực tinh thần...

Nội dung thông tin, tuyên truyền về phòng, chống bạo lực gia đình được quy định trong luật Phòng chống bạo lực gia đình (2007) bao gồm (1) Chính sách, pháp luật về phòng, chống bạo lực gia đình, bình đẳng giới, quyền và nghĩa vụ của các thành viên gia đình; (2) Truyền thống tốt đẹp của con người, gia đình Việt Nam; (3) Tác hại của bạo lực gia đình; (4) Biện pháp, mô hình, kinh nghiệm trong phòng, chống bạo lực gia đình; (5) Kiến thức về hôn nhân và gia

đình; kỹ năng ứng xử, xây dựng gia đình văn hoá; (6) Các nội dung khác có liên quan đến phòng, chống bạo lực gia đình

Truyền thông phòng chống bạo lực gia đình được xem như một giải pháp bền vững, lâu dài. Bạo lực gia đình không chỉ còn được nhìn nhận như vấn đề riêng tư, cá nhân mà được coi như vấn đề xã hội nan giải và cần phải được giải quyết. Luật Phòng chống bạo lực gia đình ra đời năm 2007 đã quy định rõ về vai trò của thiết chế truyền thông trong điều 40: (1) Bộ Thông tin và Truyền thông có trách nhiệm chỉ đạo các cơ quan thông tin đại chúng thông tin, tuyên truyền chính sách, pháp luật về phòng, chống bạo lực gia đình; (2) Cơ quan thông tin đại chúng có trách nhiệm thông tin kịp thời, chính xác chính sách, pháp luật về phòng, chống bạo lực gia đình.

Khảo sát bằng bảng hỏi anket được tiến hành tại 3 địa phương gồm Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Quảng Trị với cỡ mẫu 561 trường hợp, Hà Nội chiếm 35,8%; Quảng Trị chiếm 27,5% và thành phố Hồ Chí Minh chiếm 36,7%. Phân bố mẫu khảo sát theo giới tính người trả lời (NTL) gồm 42,4% là nam giới và 57,6% là nữ giới, nhóm giới tính khác chiếm không đáng kể.

2. Thực trạng tiếp cận truyền thông, truyền thông đại chúng

Nhằm đo lường thời lượng tiếp cận các phương tiện truyền thông, truyền thông đại chúng của NTL một cách chính xác nhất có thể, thang đo tỷ lệ được sử dụng với đơn vị đo là phút và tính trong ngày (24h), các phương tiện được đưa vào khảo sát bao gồm truyền hình, phát thanh, báo in, báo mạng và mạng xã hội.

Thời lượng trung bình trong ngày người trả lời sử dụng tiếp cận với mạng xã hội là cao nhất với 76,78 phút, mức tiếp cận cao nhất trong ngày với mạng xã hội cũng là cao nhất, cá biệt có những trường hợp sử dụng mạng xã hội 24/24h (1440 phút). Phương tiện truyền thông đại chúng mà người trả lời sử dụng thời lượng trung bình trong ngày cao thứ 2 để tiếp cận là truyền hình với 40,25 phút/ngày. Trong các phương tiện truyền thông đại chúng được khảo sát thì truyền hình có thời lượng tiếp cận trung bình trong ngày là cao nhất, tuy nhiên, so với mạng xã hội thì vẫn thấp hơn nhiều, thời lượng trung bình trong ngày người trả lời tiếp cận mạng xã hội cao gần gấp đôi so với tiếp

cận kênh phổ biến nhất hiện nay là truyền hình. Báo mạng có thời lượng tiếp cận trung bình cao thứ 2 trong nhóm các phương tiện truyền thông đại chúng với 36,26 phút, tuy nhiên, phát thanh và báo in là hai phương tiện có thời lượng tiếp cận trung bình trong ngày rất thấp, chưa tới 10 phút/ngày.

Kết quả phân tích số liệu khảo sát cho thấy có sự khác biệt đáng kể về thời lượng tiếp cận mạng xã hội và truyền thông đại chúng giữa nam và nữ, thời lượng tiếp cận trung bình với mạng xã hội ở nữ cao hơn nam là 26,04 phút/ngày (Nam 62,65 phút so với nữ 88,69 phút). Thời lượng trung bình trong ngày nam dành cho truyền hình và báo mạng cao hơn so với nữ khoảng 20 phút (Nam 46,89 phút so với nữ 39,42 phút tiếp cận truyền hình; Nam 44,10 phút so với nữ 31,38 phút tiếp cận báo mạng). Sự khác biệt về thời lượng trung bình tiếp cận phát thanh và báo in đều thấp tương đương nhau, phát thanh hơn 7 phút và báo in trên dưới 6 phút.

Thời lượng trung bình tiếp cận mạng xã hội trong ngày là cao nhất, tới 76,78 phút/ngày. Kết quả khảo sát trong biểu đồ 1 cho thấy, tỉ lệ sử dụng mạng xã hội cao nhất là Facebook, cao thứ hai là zalo và thứ 3 là youtube. Ba mạng xã hội gồm viber và hai mạng mới của Việt Nam (gapo và lotus) đều thấp. Tỷ lệ nữ sử dụng Facebook cao hơn so với nam giới khoảng 10%; riêng mạng viber, gapo và lotus đều có tỷ lệ sử dụng thấp ở cả nam và nữ.

Như vậy, kết quả khảo sát cho thấy thời lượng trung bình trong ngày NTL tiếp cận với mạng xã hội là cao nhất; thứ hai là truyền hình; thứ ba là báo mạng; báo in và phát thanh đều có thời lượng tiếp cận trung bình thấp nhất. Thời lượng trung bình trong tiếp cận các kênh truyền thông có sự khác biệt theo giới tính, trong đó, nữ dành thời lượng cho mạng xã hội cao hơn trong khi nam dành thời lượng cho truyền hình và báo mạng cao hơn. Ba mạng xã hội có tỷ lệ tiếp cận cao phổ biến theo thứ tự là Facebook; Zalo; Youtube.

3. Thực trạng tiếp cận thông tin về phòng chống bạo lực gia đình

Nghiên cứu tiến hành khảo sát mức độ tiếp nhận các thông tin về phòng chống bạo lực gia đình của NTL từ các kênh thông tin khác nhau trong vòng 5 năm qua, từ thời điểm khảo sát (2016 - 2021), với cách tính mức độ theo điểm số: Không bao giờ tiếp

cận là 1 điểm; Hiếm khi là 2 điểm; thỉnh thoảng là 3 điểm; Thường xuyên là 4 điểm và Rất thường xuyên là 5 điểm. Như vậy, số điểm càng cao nghĩa là NTL càng thường xuyên tiếp cận thông tin về phòng chống bạo lực gia đình và ngược lại. Nguồn thông tin tiếp cận được đo lường từ 3 hình thức truyền thông gồm: (1) truyền thông cá nhân, liên cá nhân như trao đổi trực tiếp với bạn bè, người thân; trao đổi trực tiếp riêng với cán bộ cơ sở các cấp (thôn, khu phố...); trao đổi trực tiếp riêng với cán bộ truyền thông tại địa phương; trao đổi gián tiếp qua mạng xã hội (FB, Zalo...); các hình thức khác; (2) truyền thông nhóm gồm tập huấn, nói chuyện các hình thức tại địa phương; tham gia, biết các hoạt động tuyên truyền cổ động tại địa phương các dịp trong năm; từ các hoạt động truyền thông của ban ngành, đoàn thể, cơ sở tôn giáo...; các hình thức khác; (3) truyền thông đại chúng gồm truyền hình; phát thanh; báo in; báo mạng điện tử.

Kết quả phân tích số liệu khảo sát cho thấy, điểm số trung bình cao nhất là hình thức trao đổi trực tiếp với bạn bè, người thân (3,43 điểm) và thứ hai là trao đổi gián tiếp qua mạng xã hội (FB, Zalo...) (3,07 điểm). Mặc dù, hai kênh truyền thông liên cá nhân này có số điểm trung bình cao nhất nhưng vẫn chưa tới mức 4 điểm, nghĩa là mức độ tiếp nhận được đánh giá trên trung bình nhưng chưa tới mức thường xuyên. Kênh truyền thông liên cá nhân với hình thức trao đổi trực tiếp riêng với cán bộ cơ sở các cấp (thôn, khu phố...) (2,29 điểm); Trao đổi trực tiếp riêng với cán bộ truyền thông tại địa phương đạt điểm số trung bình thấp (2,13 điểm), hơn 2 điểm, nghĩa là ở mức độ hiếm khi.

Ở hình thức truyền thông nhóm thì cả 3 hình thức chủ yếu gồm tập huấn, nói chuyện chuyên đề tại địa phương (2,20 điểm); tham gia, biết các hoạt động tuyên truyền cổ động tại địa phương các dịp trong năm (2,55 điểm); các hoạt động truyền thông của ban ngành, đoàn thể, cơ sở tôn giáo... (2,64 điểm) kết quả đều ghi nhận ở mức độ thấp nhất so với truyền thông liên cá nhân và truyền thông nhóm với hơn 2 điểm, nghĩa là hơn mức hiếm khi một chút và còn cách xa mức độ thỉnh thoảng.

Trong số các hình thức truyền thông đại chúng gồm truyền hình, phát thanh, báo in, báo mạng điện tử thì báo mạng và truyền hình là hai nguồn thông tin

đạt mức độ điểm trung bình cao nhất với gần 4 điểm (báo mạng đạt 3,59 điểm; truyền hình đạt 3,40 điểm), tức là xấp xỉ mức thường xuyên, qua ngưỡng mức độ thỉnh thoảng. Tuy nhiên, điểm trung bình đánh giá mức độ tiếp cận với phát thanh (2,76 điểm) và báo in (2,66) đều ở mức thấp. Điều này cho thấy, truyền thông phòng chống bạo lực gia đình tỏ ra hiệu quả ở hình thức truyền thông đại chúng và truyền thông cá nhân hơn là truyền thông nhóm.

Kết quả phân tích sự khác biệt giới tính và mức độ tiếp cận trung bình của người trả lời tiếp nhận thông tin phòng chống bạo lực gia đình thông qua các kênh truyền thông cá nhân, nhóm và đại chúng cho thấy không có sự khác biệt nhiều giữa nam và nữ. Với hình thức truyền thông cá nhân thì trao đổi trực tiếp với bạn bè (nam 3,38 điểm; nữ 3,47 điểm), người thân hoặc trao đổi gián tiếp qua mạng xã hội (FB, Zalo...) (nam 3,04 điểm; nữ 3,15 điểm) là hai nguồn thông tin tiếp cận ở mức độ cao hơn, trên mức thỉnh thoảng nhưng chưa đạt đến mức thường xuyên. NTL không có thói quen trao đổi thông tin về bạo lực gia đình với bằng hình thức trao đổi trực tiếp với cán bộ cơ sở các cấp (thôn, khu phố...) (nam 2,29 điểm; nữ 2,06 điểm) hoặc trao đổi trực tiếp riêng với cán bộ truyền thông tại địa phương (nam 2,45 điểm; nữ 2,21 điểm). Đây cũng là điểm cần lưu ý trong truyền thông cấp cộng đồng, nên tính toán đến phương án các hình thức truyền thông cá nhân như thăm hộ gia đình, tư vấn hộ gia đình... từ phía chính quyền cơ sở.

Số liệu phân tích điểm số trung bình cho thấy hình thức truyền thông nhóm là hình thức có mức độ tiếp cận thông tin thấp nhất trong 3 hình thức, đều chưa đạt đến 3, mức thỉnh thoảng, mà mới đạt tới mức hơn 2 là mức hiếm khi (giao động điểm từ 2,13 - 2,54), nghĩa là có hình thức này nhưng mức độ rất ít. Đây cũng là một vấn đề cần tính toán trong truyền thông phòng chống bạo lực gia đình tại cơ sở, bởi vì, các hình thức truyền thông nhóm thường được các tổ chức phi chính phủ thực hiện nhiều trong các dự án can thiệp tại cộng đồng vì tính ưu việt của nó trong cung cấp thông tin từ nhận thức đến thái độ và hành vi.

Mức độ tiếp nhận thông tin trung bình qua truyền thông đại chúng chủ yếu ở kênh truyền hình (nam đạt 3,31 điểm; nữ đạt 3,47 điểm) và báo mạng (nam đạt 3,55 điểm, nữ đạt 3,63 điểm), đều đạt mức trên 3 và gần đến 4 tức là qua mức thỉnh thoảng và gần chạm

ngưỡng thường xuyên. Mức độ tiếp cận trung bình qua báo in (nam đạt 2,64 điểm; nữ đạt 2,68 điểm) và phát thanh (nam đạt 2,66 điểm; nữ đạt 2,84 điểm) đều thấp và mức độ này phổ biến ở nam và nữ, không có khác biệt nhiều.

Các phân tích cụ thể mức độ tiếp nhận các thông tin về phòng chống bạo lực gia đình từ các kênh truyền thông cá nhân qua số liệu khảo sát cho thấy với trao đổi gián tiếp giữa NTL với các cá nhân khác qua mạng xã hội tới 1/3 là thỉnh thoảng (34,4%) hoặc thường xuyên (34,1%); Trao đổi trực tiếp với bạn bè và người thân mức độ thỉnh thoảng là cao nhất với gần 1/2 số người trả lời (46,2%) sử dụng cách này. Tuy nhiên, mức độ trao đổi cá nhân với cán bộ truyền thông của địa phương thì tới 36,3% là không bao giờ, trao đổi trực tiếp với cán bộ cơ sở các cấp thôn bản, khu phố cũng tới 28,3% là không bao giờ. Điều này cho thấy đội ngũ cán bộ cầm chốt cơ sở như hội phụ nữ thôn bản, y tế thôn bản, cán bộ dân số cần được huy động và phát huy hơn nữa vai trò của mình trong truyền thông phòng chống bạo lực gia đình tại cơ sở.

Kết quả khảo sát về mức độ tiếp nhận thông tin về phòng chống bạo lực gia đình từ các kênh truyền thông nhóm cho thấy tỷ lệ trả lời cao ở mức “Không bao giờ” hoặc “Hiếm khi”. Trong đó tới hơn 1/3 số NTL (34,1%) cho biết, họ chưa bao giờ tham dự hình thức tập huấn hoặc nói chuyện tại địa phương, cộng đồng. Hơn 1/3 số lượng NTL (34,6%) thỉnh thoảng có tham gia hoặc biết các hình thức tuyên truyền cổ động trong các dịp cao điểm; 35,3% ở mức thỉnh thoảng tiếp nhận các thông tin về phòng chống bạo lực gia đình qua các hoạt động truyền thông của ban ngành, đoàn thể... và hình thức truyền thông nhóm khác chiếm 32,7%. Ở mức thường xuyên và rất thường xuyên thì tỷ lệ người trả lời cho biết tiếp nhận thông tin về phòng chống bạo lực gia đình từ các hoạt động truyền thông của các ban ngành, đoàn thể... là cao nhất với 21,5%; tham gia hoặc biết các hoạt động tuyên truyền cổ động tại địa phương cao thứ 2 chiếm 18,3%; các hình thức khác chiếm 16,4% và các buổi tập huấn, nói chuyện tại địa phương với tỷ lệ thấp nhất 13,5%;

Mức độ tiếp nhận thông tin về phòng chống bạo lực gia đình từ các kênh truyền thông đại chúng về cơ bản vẫn là cao hơn các hình thức truyền thông khác. Hai kênh thông tin đại chúng được ghi nhận có mức

độ tiếp nhận thông tin phòng chống bạo lực gia đình thường xuyên ở các mức độ thỉnh thoảng trở lên là truyền hình và báo mạng điện tử. Điều này cũng là gợi ý cho giải pháp truyền thông phòng chống bạo lực gia đình cần phát huy vai trò của truyền thông đại chúng trong truyền thông phòng chống bạo lực gia đình.

4. Kết luận và khuyến nghị

Kết quả đo lường với thang tỷ lệ về số phút trong ngày NTL sử dụng ở từng kênh truyền thông cho phép tính toán được thời lượng trung bình trong ngày NTL đã dành cho từng kênh cụ thể. Trong đó, thời lượng trung bình tiếp cận mạng xã hội là cao nhất trong ngày.

Tính toán thời lượng trung bình trong ngày NTL tiếp cận các kênh truyền thông đại chúng cho thấy truyền hình có thời lượng tiếp cận trung bình cao nhất, đồng thời truyền hình cũng là kênh có tỷ lệ NTL tiếp cận cao nhất. Báo mạng là kênh có thời lượng tiếp cận trung bình trong ngày cao thứ hai và cũng là kênh chiếm tỷ lệ tiếp cận cao thứ hai. Phát thanh và báo in là hai kênh có thời lượng tiếp cận trung bình trong ngày thấp nhất và đồng thời cũng là hai kênh có tỷ lệ NTL tiếp cận thấp nhất. Kết quả phân tích này cũng gợi ý về sự cần thiết của việc sử dụng kênh mạng xã hội trong truyền thông phòng chống bạo lực gia đình trong điều kiện hoàn cảnh mới, nhất là đối với nhóm công chúng đích là người trẻ.

Kết quả phân tích cũng chỉ ra sự khác biệt giới tính cũng cho thấy sự khác biệt trong tiếp cận các kênh truyền thông theo hướng tỷ lệ nữ sử dụng mạng xã hội với tỷ lệ cao hơn hẳn so với nam. Theo đó, khi sử dụng mạng xã hội trong phòng chống bạo lực gia đình với nhóm công chúng đích là nữ giới. Ngược lại, khi truyền thông cho các nhóm công chúng đích là nam thì nên chú ý hơn đến kênh báo mạng và truyền hình. Phát thanh và báo in có tỷ lệ tiếp cận trực tiếp thấp hơn nhưng vẫn có thể tăng cơ hội khi dẫn sang nền tảng mạng xã hội, nhất là Facebook, zalo và youtube.

Công chúng tiếp nhận thông tin phòng chống bạo lực gia đình từ các hình thức hình truyền thông từ truyền thông liên cá nhân, truyền thông nhóm và truyền thông đại chúng. Do đó, truyền thông phòng chống bạo lực gia đình cần chú trọng và phát huy truyền thông chéo qua các hình thức truyền thông khác nhau nhằm tăng hiệu quả tiếp cận với các nhóm công chúng đích hiệu quả.

Đối với loại hình truyền thông cá nhân, nên phát huy hơn nữa hình thức trao đổi thông tin trực tiếp với bạn bè, người thân, bởi kết quả khảo sát chỉ ra đây là hình thức mà NTL có tỷ lệ lựa chọn cao nhất. Bên cạnh đó, cần phát huy hơn nữa hình thức trao đổi thông tin về bạo lực gia đình giữa các cá nhân qua mạng xã hội mà chủ yếu là facebook và zalo. Bởi vì, kết quả khảo sát cho thấy đây là hai kênh mà NTL tiếp cận thông tin phòng chống bạo lực gia đình với tỷ lệ cao nhất. Cần phát huy sự tham gia của các KOLs, những người có uy tín, có ảnh hưởng trong các nhóm để truyền thông nâng cao hiệu quả tiếp cận thông tin cao. Điều này gợi ý về hình thức truyền thông cá nhân về phòng chống bạo lực gia đình nên sử dụng cả hình thức trực tiếp và gián tiếp. Với các hình thức sử dụng thủ lĩnh ý kiến, những người có ảnh hưởng nhằm tạo nên môi trường trao đổi cởi mở về vấn đề bạo lực gia đình để nó không còn là chuyện riêng tư hoặc “đóng cửa bảo nhau” và những câu chuyện về bạo lực gia đình được nói ra nhằm hướng đến sự thay đổi về nhận thức, thái độ, hành vi của người trong cuộc cũng là hình thức cộng đồng lên tiếng chống lại bạo lực gia đình mà không phải mang tiếng “vạch áo cho người xem lưng”. Tuy nhiên, ở hình thức truyền thông cá nhân cần phát huy vai trò của cán bộ cơ sở với các hình thức thăm viếng, tư vấn... phòng chống bạo lực gia đình một cách chủ động thay vì chờ đợi nạn nhân.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy tiếp cận thông tin phòng chống bạo lực gia đình qua hình thức truyền thông nhóm còn hạn chế. Mặc dù các hình thức đều được ghi nhận là có nhưng tỷ lệ tiếp cận còn rất thấp. Điều này gợi ý cần phát huy thế mạnh của truyền thông nhóm trong phòng chống bạo lực gia đình như tập huấn, nói chuyện nhóm nhỏ, nhóm lớn, các hình thức sinh hoạt câu lạc bộ, lồng ghép các hoạt động của các ban ngành đoàn thể địa phương cấp cơ sở.

Tiếp cận thông tin phòng chống bạo lực gia đình trên kênh truyền thông đại chúng với kênh truyền hình và báo mạng chiếm tỷ lệ cao ở các địa phương và cả nam, nữ. Điều này cho thấy cần phát huy thế mạnh của kênh truyền hình và báo mạng trong truyền thông phòng chống bạo lực gia đình./.

(1) Luật Phòng chống bạo lực gia đình. Số 02.2007/QH12.
<http://vanban.chinhphu.vn/> online Chủ nhật, 26.09.2021.