

ĐỊNH KIẾN GIỚI TRONG HÌNH THỨC THỂ HIỆN GAME SHOWS “NGƯỜI ẤY LÀ AI” VÀ “BẠN MUỐN HẸN HÒ”

NGUYỄN THU HIỀN, NGUYỄN MINH KHUÊ*

NGUYỄN THỊ THANH THÚY**

Tóm tắt: Trong những năm qua, trên sóng truyền hình, các trò chơi truyền hình (game shows) nở rộ, thu hút lượng lớn công chúng trên các kênh truyền hình và các nền tảng số. Độ phủ sóng của các chương trình này cùng với xếp hạng (rating) cao đã thể hiện sự tác động rất lớn của chúng tới nhu cầu và sở thích của người xem truyền hình. Vì vậy, các game shows có nhạy cảm giới và lồng ghép giới tốt sẽ là kênh truyền thông quan trọng góp phần nâng cao nhận thức giới, tiến tới bình đẳng giới theo chủ trương của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước Việt Nam; ngược lại, các game shows ấy nếu thiếu nhạy cảm giới sẽ củng cố thêm định kiến giới. Qua khảo sát sơ bộ, chúng tôi nhận thấy, vẫn còn không ít những “hạt sạn” giới trên các game shows. Bài viết này làm rõ các biểu hiện của định kiến giới hiện nay trên game shows “Người ấy là ai” và “Bạn muốn hẹn hò”, thông qua một số hình thức biểu hiện như bối cảnh xuất hiện nhân vật, ngôn ngữ, biểu cảm của khách mời/người chơi, dẫn dắt và định hướng của MC.

Từ khóa: định kiến giới, trò chơi truyền hình, hình thức thể hiện.

GENDER STEREOTYPES IN THE FORM OF GAME SHOWS “WHO IS THAT PERSON?” AND “DO YOU WANT TO DATE”

Abstract: In recent years, on television, game shows have flourished, attracting a large audience on television channels and digital platforms. The coverage of these programs along with their high ratings has demonstrated their enormous impact on the needs and preferences of television viewers. Therefore, gender-sensitive and well-integrated game shows will be an important communication channel contributing to raising gender awareness and promoting gender equality in line with the guidelines of the Party and policies and laws of the Vietnamese State; conversely, if these game shows lack gender sensitivity, they will reinforce gender stereotypes. From a preliminary survey, we have noticed that there are still quite a

* Sinh viên Học viện Phụ nữ Việt Nam

** Khoa Truyền thông Đa phương tiện, Học viện Phụ nữ Việt Nam

Ngày nhận bài: 8/4/2024; Ngày phản biện: 15/4/2024; Ngày duyệt đăng: 24/5/2024

few gender “grains of sand” in game shows. This paper clarifies the current manifestations of gender bias in the game shows “Who is that person” and “You want to date”, through some forms of expression such as the context in which the character appears, language, expressions of guests/players, guidance and direction of the MC.

Keywords: *gender prejudice, game show, form of expression.*

1. Mở đầu

Game show là một dạng hoạt động văn hóa, giải trí được hình thành sau khi truyền hình trở thành một phương tiện truyền thông đại chúng. Game show gồm rất nhiều loại hình như: trò chơi trí tuệ, trò chơi vận động, trò chơi giải trí, trò chơi mạo hiểm. Phần lớn các trò chơi truyền hình thường được thực hiện tại trường quay của đài truyền hình hoặc trong một diện tích hẹp phù hợp với hoạt động thu hình, do đó số lượng người chơi thường không lớn. Tuy nhiên, nó lại thu hút một lượng lớn người xem và tương tác trên các kênh truyền hình phát sóng và trên các nền tảng số. Các yếu tố cấu thành một game show bao gồm: tên trò chơi, kịch bản, người dẫn- lời dẫn, người chơi, khán giả, thông điệp.

Định kiến giới trên game show là quan điểm, thái độ và sự đánh giá thiên lệch, tiêu cực về đặc điểm vị trí, vai trò và năng lực của nam và nữ được thể hiện qua các yếu tố cơ bản của một game show như: kịch bản; phát ngôn, hành động của các nhân vật tham gia, của người dẫn chương trình; hình ảnh, diện mạo nhân vật, âm nhạc được sử dụng trong chương trình.

Bài viết tập trung làm rõ định kiến giới trong hình thức thể hiện của 02 game shows trên bằng phương pháp phân tích hình thức thể hiện game shows. Phương pháp này được tiến hành với việc phân tích nội dung các video game shows được đăng tải trên hai nền tảng phát sóng chính thức gồm website của HTV và kênh Youtube chính thức Vie GIẢI TRÍ, với 29 tập của chương trình *Bạn muốn hẹn hò* và 14 tập của chương trình *Người ấy là ai*, được phát sóng từ 20/5- 19/8 năm 2022. Đây là hai chương trình truyền hình có nội dung, thông điệp về tình yêu, gia đình, vì vậy, những yếu tố giới là một phần không thể thiếu của format chương trình. Từ đó, nhạy cảm giới trong chương trình là vô cùng quan trọng, và có sự ảnh hưởng rất lớn tới việc truyền thông về giới cho công chúng xem chương trình.

2. Các biểu hiện của định kiến giới trong hình thức thể hiện của “Người ấy là ai” và “Bạn muốn hẹn hò”

2.1. Gameshows “Người ấy là ai” và “Bạn muốn hẹn hò”

Format của game show “Người ấy là ai”: người chơi là những cô gái độc thân muốn đi tìm chàng trai phù hợp để yêu đương. Người chơi có nhiệm vụ phải loại ra những người đã có chủ (tức là đã có vợ/người yêu), những người LGBT, và tìm ra ai là người độc thân thích hợp cho mình. Mỗi tập có một ban cố vấn để giúp đỡ cho người chơi lựa chọn chàng trai thích hợp.

Format của game show “Bạn muốn hẹn hò”: Mỗi tập của chương trình sẽ có một cặp đôi, mỗi cặp gồm hai người chơi nam và nữ. Mỗi người chơi sẽ ngồi với một trong hai người dẫn chương trình và bị che khuất bởi một tấm màn. Hai người chơi sẽ giới thiệu bản thân về tính cách, sở thích, thói quen, mẫu người lý tưởng và tham khảo ý kiến của người thân ở trường quay. Từ những thông tin ấy, họ sẽ được gặp nhau ở cuối chương trình và quyết định có “chọn” nhau hay không.

Game show “Người ấy là ai” từ mùa đầu tiên ra mắt luôn đón nhận được sự yêu thích của công chúng ở mọi lứa tuổi với thành tích nổi bật với lượt xem, lượt truy cập và thảo luận lớn. Chương trình luôn tìm kiếm những khách mời được coi là “cực phẩm” với các tiêu chuẩn về ngoại hình, địa vị xã hội, công việc,... cũng như thực hiện các thử thách, trò chơi trong chương trình để các khách mời nam thể hiện sự “nam tính” của mình. Game show “Bạn muốn hẹn hò” tập trung khai thác câu chuyện tình yêu của các cặp đôi - những nhân vật bình thường, đem lại nội dung gần gũi với khán giả, đây cũng là lí do khiến game show thành công, thực hiện kéo dài trong nhiều năm và luôn được khán giả yêu quý.

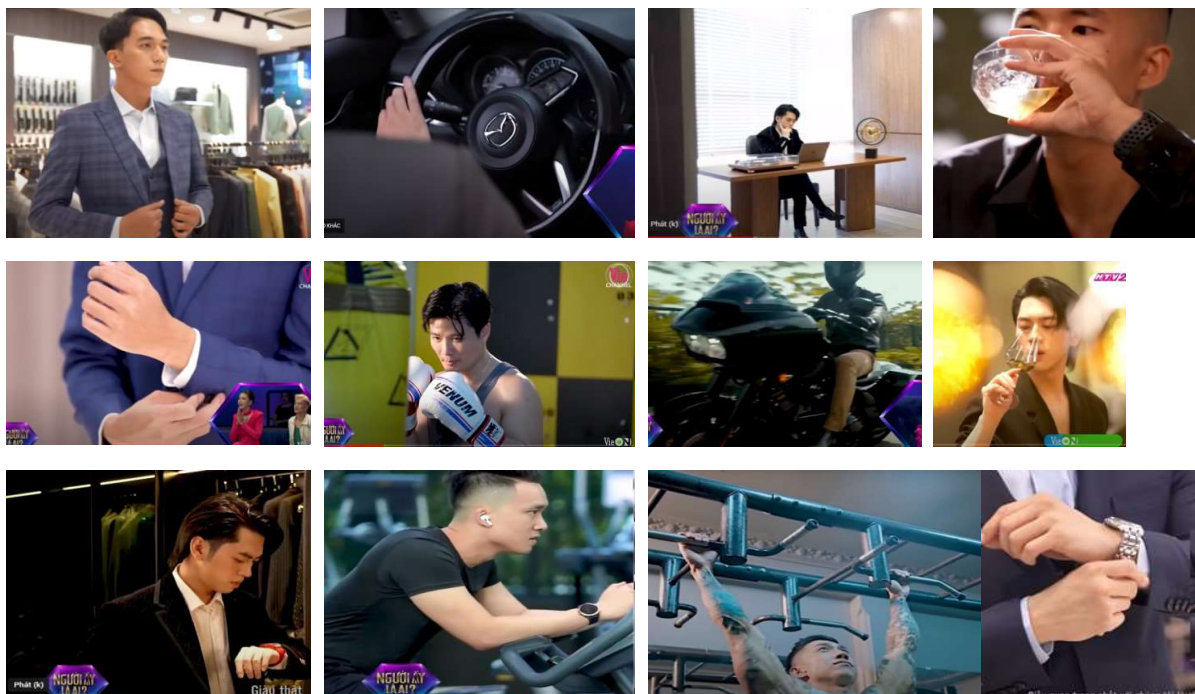
2.2. Các biểu hiện của định kiến giới trong hình thức thể hiện game show

2.2.1. Định kiến trong tạo dựng bối cảnh xuất hiện nhân vật trong game show

Để mở đầu cho sự xuất hiện của các nhân vật chính tham gia trong Người ấy là ai, chương trình đã xây dựng một số video ngắn. Qua các video ấy, nhân vật nữ thường được mô tả nhiều màu sắc tính cách. Tuy nhiên, nhân vật nam thì luôn đóng khuôn trong những hình ảnh lịch lãm, giàu có, quyền lực. Họ luôn xuất hiện cùng xe sang, đồng hồ, vest, motor, chơi thể thao, rượu, cà phê và xuất hiện với công việc lý tưởng. Hiệu ứng về thị giác kích thích ngay sự tập trung của công chúng. Họ bị gây ấn tượng mạnh vào hình ảnh những người đàn ông mạnh mẽ, quyền lực, độc lập tài chính, thành công trong cuộc sống và công việc. Chương trình xây dựng hình ảnh và dựng khuôn các đặc điểm được coi là “đàn ông đích thực”, từ đó định hình nhận thức xã hội nói chung và đặc biệt là đối với giới trẻ, với nữ giới về các tiêu chuẩn chọn người yêu, bạn đời.

Khảo sát toàn bộ các video ấy, số sản phẩm chứa thông điệp về khuôn mẫu giới chiếm tỉ lệ khá lớn. Trung bình, mỗi tập phát sóng có 5 video thì có tới 3-4 video mang khuôn mẫu giới như vậy, tổng hợp trên 13 tập phát sóng của “Người ấy là ai”, có tới 49/65 video.

Các hình ảnh trên gây hiệu ứng thị giác mạnh bởi sự đặc tả vào các tiêu chuẩn: nam giới phải mạnh mẽ, cơ bắp, thành đạt, giàu sang, quyền lực mà không chú trọng nhiều tới các tiêu chuẩn về người đàn ông biết chia sẻ, yêu thương, biết tôn trọng bạn đời, tôn trọng gia đình, có trách nhiệm với gia đình và cộng đồng. Điều này sẽ “dựng khuôn” tiêu chuẩn nam giới lệch lạc, gây áp lực lên cả hai giới, và củng cố thêm định kiến giới và sự thiếu hiểu biết về giới trong xã hội.



Hình 1. Hình ảnh “nam tính”, “chuẩn men” của người chơi nam trong “Người ấy là ai”

Nguồn: Internet

2.2.2. Định kiến giới thể hiện trong ngôn ngữ của những người tham gia game shows

Khảo sát ngôn ngữ trên hai game show “Người ấy là ai” và “Bạn muốn hẹn hò”, bao gồm ngôn ngữ của người dẫn chương trình (MC), ngôn ngữ của người chơi và ngôn ngữ của khách mời, chúng tôi nhận thấy, cũng còn có không ít “sạn” giới.

Trong game show “Bạn muốn hẹn hò” và “Người ấy là ai”, khi mô tả về tiêu chuẩn phụ nữ, từ “dịu dàng” xuất hiện 24 lần, cụm từ “biết làm nội trợ” xuất hiện 19 lần và “người của gia đình” là 10 lần. Bản thân các khách mời nữ cũng tự cho rằng điểm mạnh của mình là “biết nấu ăn”, “quan tâm gia đình”. Những từ ngữ xuất phát từ tiêu chuẩn người phụ nữ truyền thống, mang theo nhận thức về khuôn mẫu giới đã ở sâu trong tiềm thức của cả nam giới và nữ giới. Các đặc tính như khả năng nấu ăn và quan tâm đến gia đình thường được đánh giá cao và xem là những yếu tố quan trọng để định nghĩa vai trò của một người phụ nữ. Người chơi nam Văn Tuấn có chia sẻ về gu bạn gái “Em thích nữ trên m55 là được, hiền và vui tính, nấu ăn được càng tốt, em thích người sạch sẽ” - Tập 65 “Bạn muốn hẹn hò”.

Nếu người phụ nữ thường được gắn với những từ nữ tính, nhẹ nhàng thì nam giới thường được nhắc tới trong hình mẫu mạnh mẽ với các từ “chủ động”, “men”. Trong “Người ấy là ai”, từ “mạnh mẽ” xuất hiện 36 lần trong các tập phim và từ này xuất hiện 29 lần trong “Bạn muốn hẹn hò”. Tiếp đến từ “chủ động” xuất hiện 20 lần trong hai chương trình, số còn lại là các từ/cụm từ “che chở”, “bảo vệ”, “ga lăng”, “tài chính”, và “không thể là người núp sau

phụ nữ”. Khách mời Di Bằng trong Người ấy là ai tập 4 chia sẻ: “Đã là đàn ông bảo vệ phụ nữ mà đứng trước bao nhiêu người đây đã sợ sệt rụt rè rồi, lờ ra đường đời gặp chuyện gì chông gai chẳng lẽ núp sau phụ nữ. Theo Bằng là đã bảo vệ phải bảo vệ mọi lúc mọi nơi chứ không phải bảo vệ tùy lúc tùy nơi”. Cùng quan điểm trên trong “Bạn muốn hẹn hò” tập 53, Người chơi Ngọc Diễm, 52 tuổi, chia sẻ: “Em thấy anh quá hiền có thể thay đổi để mạnh mẽ thêm một chút để em tin tưởng em có bờ vai người đàn ông trong đời”.

Cụm từ “bảo vệ” được áp đặt cho nam giới và song song với đó người phụ nữ bị đóng khuôn trong vai trò là phái yếu, luôn bị động và cần được che chở, bảo vệ; nam giới sẽ luôn phải tỏ ra mạnh mẽ, không được thể hiện cảm xúc và phải “gồng” mọi lúc, mọi nơi trong vai trò người bảo vệ.

Ngoài ra, khi mô tả về hình dáng nhân vật, phụ nữ chải chuốt, ăn mặc đẹp được coi là bình thường, là “dễ thương”, “nữ tính”, “đẹp”. Còn khi đàn ông mặc trang phục ưa nhìn, chải chuốt hay chăm sóc bản thân sẽ bị dùng những ngôn từ như “ngon”, “giới tính thứ 3” và bị coi là quá “nữ tính”. Trong Người ấy là ai tập 13 Hồng Ngọc có nói: “Đàn ông chinh phục bằng cá tính và chân thành. Chị thấy là chải chuốt quá”.

Có thể thấy, ngôn ngữ được sử dụng trong các chương trình trên còn mang tính khuôn mẫu giới, gia tăng thêm định kiến cho cả hai giới. Điều đó tác động tiêu cực đến quan điểm và nhận thức của khán giả về vai trò và giá trị của nam giới, nữ giới; gây áp lực và định hình những kỳ vọng không cần thiết đối với nam và nữ, gây ra sự căng thẳng và không thoải mái trong việc tự thể hiện và khám phá bản thân; gây ra sự phân biệt đối xử và/hoặc kỳ thị đối với những người không phù hợp với những khuôn mẫu giới truyền thống.

2.2.3. Định kiến giới trong dẫn dắt và định hướng của MC

Người dẫn chương trình (MC) có vai trò quan trọng trong việc định hướng các quan điểm thuộc về format chương trình game show, mang theo dụng ý của nhà sản xuất, trong đó, có cả các vấn đề về giới. Với vai trò của mình, MC có khả năng ảnh hưởng đến cách mà khán giả nhìn nhận về vai trò, giá trị của các giới thông qua cách MC thể hiện thái độ, lựa chọn từ ngữ, hành vi phi ngôn ngữ và cách truyền đạt thông tin. MC thường là những người có tầm ảnh hưởng xã hội (opinion leader) vì vậy, ngôn từ của họ sẽ tác động mạnh tới công chúng. Những nhận xét, bình luận về giới trong game show giải trí tưởng như vô hại, bông đùa nhưng lại có tác dụng “dựng khuôn” và định hướng nhận thức đối với công chúng về ngoại hình, tính cách, hành vi ứng xử của nam-nữ.

Về ngoại hình, trong tập 7 “Người ấy là ai”, khi bình luận về bàn tay để nhận diện nhân vật, MC nói: “Cái tay để có một sự thô ráp, nhất định của người đàn ông”. Hình ảnh đôi bàn tay thô ráp không thể là căn cứ hoặc minh chứng cho việc xác định hoặc phủ định xu hướng tính dục hay tính nam của một người đàn ông. Đây là quan điểm thể hiện định kiến giới về ngoại hình. Xu hướng tính dục, tính nam hay tính nữ không thể nhận biết hoàn toàn chính xác chỉ dựa trên ngoại hình hoặc những đặc điểm ngoại hình như hình dạng bàn tay.

Về đặc điểm tính cách, định kiến về các đặc điểm nhân vật nam - nữ qua dẫn dắt và bình luận của MC thể hiện khá rõ:

Đối với nam giới

- “Rõ ràng đàn ông phải có lý tưởng”, MC Trấn Thành, tập 8 “Người ấy là ai” 2022
- Một người đàn ông ít nhất có điều kiện lo cho bản thân mình, gia đình mình rồi hẵng nghĩ đến việc yêu đương người nào đó để lo cho người đó”, MC Trấn Thành, tập 13 “Người ấy là ai”.
- “Phụ nữ thích lãng mạn mình cố gắng mạnh mẽ chút nữa”; “Mạnh mẽ lên mới lãng mạn được” MC Quyền Linh, MC Ngọc Lan, “Bạn muốn hẹn hò”, tập 53.
- “Cho anh thay đổi và hoàn thiện bản lĩnh đàn ông”, MC Quyền Linh, tập 53.

Việc một người phải có lý tưởng dường như đã trở thành điều tất yếu trong xã hội. Tuy nhiên, khi nói “Đàn ông phải có lý tưởng” thể hiện kì vọng của xã hội cũng như nam giới lên chính bản thân. Vì vậy, áp lực thành công đặt lên người đàn ông lớn hơn so với phụ nữ, nam giới phải có lý tưởng để đạt được thành công. Quan điểm này cũng xem nhẹ khả năng, vai trò giới của người phụ nữ. Thực tế là, cả nam giới và phụ nữ đều có thể có lý tưởng và kỳ vọng đối với cuộc sống và sự thành công của mình. Tôn trọng và khuyến khích sự tự do cá nhân của cả nam giới và phụ nữ trong việc xác định ý nghĩa và định hình thành công theo cách riêng của họ, mà không bị giới hạn bởi những kỳ vọng truyền thống hay áp lực xã hội mới thực sự là hướng đi đúng đắn.

Hay quan điểm một người đàn ông cần phải đủ điều kiện để “lo” cho mọi người. Về mặt tích cực, nhận định trên đề cao trách nhiệm của một người nam giới đối với gia đình, nhưng mặt khác lại gây nên áp lực và thiếu tự tin nếu nam giới chưa thành công và chưa thể lo chu toàn cho gia đình, họ sẽ không dám nghĩ đến hạnh phúc cá nhân. Còn nữ thì coi đó là “tiêu chí” để định hướng tìm người yêu hoặc bạn đời.

Đối với nữ giới

- “Bên ngoài tỏ ra mạnh mẽ nhưng em chỉ là con gái thôi”, khách mời Ngô Kiến Huy và MC Trấn Thành, tập 14, “Người ấy là ai”.
- “Món quà lớn nhất mà Thượng Đế dành cho phụ nữ, món quà duy nhất mà ông không cho đàn ông là được phép yếu đuối”, MC Trấn Thành, tập 14, “Người ấy là ai”.
- “Mình cũng đừng quá mạnh mẽ, hãy nhõng nhẽo, hãy yếu đuối đúng lúc”, MC Ngọc Lan, tập 53, “Bạn muốn hẹn hò”.
- “Gái nóng tính là hơi mệt rồi đó. Rồi có khi nào em nóng lên em đánh người ta chưa?”, MC Quyền Linh, tập 64, “Bạn muốn hẹn hò”.

Có thể thấy, các đặc điểm tính cách của nữ giới được MC, bình luận và định hướng, dẫn dắt khá thống nhất. Những đặc tính “yếu đuối”, “nhõng nhẽo” được nhấn mạnh trong nhiều

tập phát sóng, là định hướng dẫn dắt người chơi nữ “sửa mình” để đi tìm hạnh phúc. Sự đồng tình từ phía khách mời về các nhận định này tiếp tục củng cố thêm định kiến giới, rằng phụ nữ phải yếu đuối, không thể mạnh mẽ, dù thế nào cũng chỉ là “phụ nữ” thôi. Những cảm xúc, phản ứng như sự yếu đuối hay mạnh mẽ đều tồn tại trong cả nam và nữ. Sự yếu đuối không phải là một món quà mà phụ nữ được ban tặng, nó là một trạng thái của con người và sẽ xuất hiện ở cả nam và nữ trong một số tính huống khác nhau. Trong một xã hội công bằng, tất cả mọi người đều có quyền được yếu đuối và được đối xử với sự tôn trọng và đồng cảm. Và nếu một người phụ nữ nóng tính được cho là sẽ dễ dàng gây gổ, “đánh người” (MC Quyền Linh) thực sự là một nhận thức lệch lạc và mang nặng định kiến về người phụ nữ không được cáu giận, phải luôn nhu mì, hiền thực.

Về cách ứng xử nam- nữ khi hẹn hò, một phát ngôn gây khá nhiều thảo luận khi khách mời Mai Tiến Dũng và MC Trấn Thành trong tập 5 “Người ấy là ai” 2022, khi cả hai đồng thuận cho rằng: *“Khi một cặp đôi hẹn hò lần đầu thì người đàn ông nên trả lần đầu”*. Việc chia sẻ tài chính trong lần gặp đầu tiên phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau. Cả hai giới đều có nhu cầu gặp gỡ, trao đổi, cả hai bên đều có nhiệm vụ chi trả để thực hiện mong muốn đó. Trong giai đoạn đầu của quan hệ, một số người có thể muốn chia đôi hóa đơn để tạo cảm giác công bằng và không tạo áp lực cho bất kỳ ai. Chi trả hóa đơn cho lần gặp đầu được kì vọng đặt lên người đàn ông vô hình chung củng cố định kiến về sự khác biệt giới rằng nam giới là người làm chủ mối quan hệ, nam giới có khả năng chi trả tốt hơn nữ giới. Bên nữ rơi vào tình huống khó xử khi cuộc hẹn không thuận lợi, thậm chí phải chịu chỉ trích không đáng có. Hoặc nữ giới phải cố gắng thể hiện bản thân theo yêu cầu, mong muốn của đối phương để bù lại phần chi trả người đàn ông đã gánh vác. Đó là một quan điểm truyền thống và chúng ta không thể quy chụp tất cả mọi nơi trên thế giới đều giống nhau vì trong một số nền văn hóa đó có thể được coi đó là sự tôn trọng đối với phụ nữ. Trong thời đại hiện đại, việc trả tiền không nên được xem là một nghĩa vụ của người đàn ông và phụ nữ cũng có thể mời đối tác của mình, có thể trả tiền hoặc chia sẻ chi phí. Điều quan trọng là đối xử với nhau bình đẳng, tôn trọng ý kiến và mong muốn của đối phương.

Như vậy, có thể thấy, các game shows khảo sát còn không ít các “sạn giới” trong hình thức thể hiện, qua format chương trình, sự xuất hiện của người chơi, ngôn ngữ của những người tham gia, đặc biệt là định hướng và dẫn dắt của MC. Theo nhận định của chuyên gia truyền thông: *“Chính những người tạo ra các sản phẩm báo chí, truyền thông phải có sự am hiểu, có những tư tưởng và phải xóa bỏ định kiến giới ngay trong chính sản phẩm của mình, đặc biệt là những phóng viên, biên tập viên, những chuyên viên truyền thông, chuyên viên sáng tạo... cần phải trang bị những kiến thức về giới, bình đẳng giới một cách sâu sắc, có nhận thức về nó thì mới có những sản phẩm truyền thông tốt”* (PVS, Chuyên gia truyền thông).

3. Bàn luận

Định kiến giới chịu ảnh hưởng lớn từ quan niệm và định kiến lâu đời về vai trò, vị trí,

hình ảnh của nam giới và phụ nữ. Bởi vậy mà định kiến giới vẫn tồn tại sâu trong ý thức con người trong xã hội.

Nhà báo có sứ mệnh đặc biệt trong việc dẫn dắt, định hướng tư tưởng công chúng. Lý thuyết “đóng khung”¹ (Gregory Bateson, 1972); cùng với một số lý thuyết truyền thông khác đã giải thích vấn đề này. Bản thân nhà báo, phóng viên, với vai trò “người gác cổng”, cần phải có kiến thức về giới, nhạy cảm giới để sử dụng tốt các kĩ thuật “đóng khung” trong truyền tải nội dung thông tin, đúng với đường lối chủ trương của Đảng và chính sách, pháp luật của nhà nước; đóng góp tích cực trong công tác tuyên truyền và thúc đẩy bình đẳng giới tại Việt Nam.

Tuy nhiên, trong thực tế, nhận thức của phóng viên, biên tập viên về vấn đề giới trong truyền thông chưa đầy đủ, nên một số các sản phẩm báo chí chưa có nhạy cảm giới trong xây dựng hình ảnh nam giới, phụ nữ. Việc “đóng khung” cách xây dựng hình ảnh nam giới, phụ nữ, mô tả và lý giải vấn đề giới theo hướng củng cố thêm định kiến giới, đã tạo nên cách nhìn thiên lệch cho công chúng về nghề nghiệp, vai trò, vị thế, hình thể... của nam giới, phụ nữ.

Không thể phủ nhận những thành tựu mà báo chí nói chung và các chương trình truyền hình (trong đó có game shows) nói riêng đã làm để tuyên truyền, giáo dục bình đẳng giới. Với một lượng lớn công chúng theo dõi và tương tác trên kênh phát sóng trực tiếp và các nền tảng số, game shows giải trí có thể coi là chương trình hữu hiệu để phát đi các thông điệp tích cực, tiến bộ về bình đẳng giới. Điều đó đòi hỏi nhà báo, phóng viên, người sản xuất chương trình cần tiếp tục củng cố kiến thức, bản lĩnh, đạo đức nghề nghiệp. Khi tác nghiệp về chủ đề giới, cần thể hiện nhân quan giới và nhạy cảm giới trong nội dung, hình thức và thông điệp truyền thông rõ ràng, hiệu quả, có chủ đích, hướng tới mục đích định hướng nhận thức, hành vi cho công chúng.

Tài liệu tham khảo

CSAGA & Oxfram (2011). *Nhạy cảm giới trong ngôn ngữ báo in*.

Faint, C. A. & Trudell, M. (2018). *Breaking the Mold: Redefining Gender Stereotypes in the Media* (Phá vỡ khuôn mẫu: Định nghĩa lại các định kiến về giới trong truyền thông).

Nguyễn Thị Hằng (2012). *Nghiên cứu truyền hình thực tế ở Việt Nam (Khảo sát một số chương trình truyền hình thực tế tiêu biểu: S Việt Nam - Hương vị cuộc sống, Con đã lớn khôn và Người mẫu Việt Nam - Vietnam's Next Top Model)*. Luận văn thạc sĩ chuyên ngành Báo chí học, Trường ĐH Khoa học xã hội và Nhân văn.

¹ Trong cuốn sách “Steps to an Ecology of Mind”, nhà nhân chủng học Gregory Bateson (1972) lần đầu tiên định nghĩa khái niệm đóng khung là “giới hạn không gian và thời gian của một tập hợp các thông điệp tương tác”.

Nguyễn Thị Quỳnh Đông (2011). *Văn hóa ứng xử của người dẫn chương trình truyền hình Việt Nam hiện nay*. Luận văn Thạc sĩ Văn hóa, Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP Hồ Chí Minh.

Nguyễn Thị Thanh Thủy (2022). *Định kiến giới trong xây dựng hình ảnh nam giới, phụ nữ trên báo điện tử nhìn từ lý thuyết đồng khung*. Kỷ yếu hội thảo Khoa học quốc gia, Học viện Phụ nữ Việt Nam.

Viện Nghiên cứu và phát triển TP.HCM (2009). *Ảnh hưởng của trò chơi truyền hình đối với giới trẻ ở TP Hồ Chí Minh*. Đề tài nghiên cứu khoa học Viện Nghiên cứu Phát triển thành phố Hồ Chí Minh.

Bạn muốn hẹn hò, tập 1 đến tập 14 năm 2022, trên nền tảng Youtube.

Người ấy là ai từ tập 40 đến tập 69 năm 2022, trên nền tảng Youtube.