

# TRUYỀN THÔNG CHO DÂN TỘC THIỂU SỐ Ở MỸ VÀ NEW ZEALAND

★ TS LƯU TRẦN TOÀN

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

● **Tóm tắt:** Hiện nay, truyền thông cho cộng đồng dân tộc thiểu số (DTTS) ở các nước trên thế giới phát triển đa dạng với nhiều loại hình, hướng đến nhiều nhóm cộng đồng DTTS khác nhau. Bài viết phân tích những điểm nổi bật trong thực tiễn truyền thông cho cộng đồng DTTS ở Mỹ và truyền thông cho cộng đồng người gốc Nam Phi ở New Zealand, từ đó rút ra gợi mở về nội dung, phương thức truyền thông DTTS ở Việt Nam.

● **Từ khóa:** truyền thông, dân tộc thiểu số, kinh nghiệm thế giới, Việt Nam.

Ở các nước phương Tây, truyền thông cho cộng đồng dân tộc thiểu số là các loại hình truyền thông phục vụ nhóm người nhập cư, người thiểu số về chủng tộc, dân tộc và ngôn ngữ, cộng đồng bản địa có chung nguồn gốc sống ở nhiều quốc gia.

Truyền thông cho cộng đồng DTTS có 3 chức năng: *Chức năng kết nối*, giúp cộng đồng DTTS theo dõi sự phát triển ở quốc gia quê hương. *Chức năng định hướng* giúp cộng đồng DTTS hòa nhập với nơi cư trú mới thông qua cung cấp thông tin về các quy tắc ứng xử, chuẩn mực xã hội, những thông tin cần thiết về dịch vụ, các sự kiện văn hóa - xã hội, quyền lợi hợp pháp của cộng đồng, thông tin về việc làm, tin tức tại nơi cư trú mới, cũng như giúp họ kết nối với những người nhập cư có cùng đặc điểm về ngôn ngữ, tôn giáo, xuất thân để thích nghi và hòa nhập văn hóa. *Chức năng*

*biểu tượng* giúp cộng đồng DTTS giữ gìn ngôn ngữ và các giá trị văn hóa truyền thống quê hương, nhất là với giới trẻ.

## 1. Truyền thông cho dân tộc thiểu số ở Mỹ và New Zealand

Mỹ là quốc gia đa chủng tộc, là nơi sinh sống của nhiều người dân có màu da và văn hóa khác nhau. Người Mỹ quan niệm DTTS là tất cả các dân tộc khác ngoài người da trắng. Theo thống kê của Statista, năm 2015, người da trắng gốc Âu chiếm 61,72% dân số Mỹ, người da màu Mỹ Latinh chiếm 17,66%, người da đen gốc Phi 12,38%, người da vàng gốc Á 5,28%<sup>(1)</sup>, còn lại là người gốc Ấn và lai khác<sup>(2)</sup>.

Theo số liệu năm 2017, Mỹ có hơn 3 nghìn tổ chức truyền thông dành cho các cộng đồng DTTS với 54 ngôn ngữ, 58 cộng đồng và 7 loại hình truyền thông; có 1.527 phương tiện truyền thông dành cho DTTS, trong đó 94% là tiếng

Anh hoặc song ngữ. Phần lớn các sản phẩm có phiên bản điện tử.

Nghiên cứu của tác giả Sherry S. Yu dựa trên cơ sở dữ liệu Danh bạ truyền thông cho DTTS quốc gia của Mỹ (National Ethnic Media Directory), tập trung vào các nhóm thiểu số lớn đã chỉ ra tỷ lệ các phương tiện truyền thông thiểu số giữa các nhóm là: gốc Phi 30%, gốc Á 16%, gốc Latinh 9%, gốc Ấn 9%.

Trong số các loại hình ấn phẩm truyền thông cho DTTS, nhiều nhất là báo in (62%), tạp chí (16%), radio (17%) và Tivi (4%). Trong đó, 80% ấn phẩm xuất bản cả hình thức in và trực tuyến. Việc tồn tại ở cả 2 định dạng cho thấy sự chuyển dịch thành công sang xu hướng online của các phương tiện có khởi nguồn từ bản in với mục tiêu hướng tới nhóm đối tượng trẻ.

Bản in điện tử (e-paper) là một tính năng khác mà phiên bản online cung cấp, với khoảng 20% ấn phẩm có hình thức này. Thí dụ, tờ "The Philadelphia Tribune" với mục "Digital Editions" hay tờ "The Tribune Metro" với chuyên mục "The Tribune Sunday". Sự xuất hiện phiên bản trên mạng xã hội (Facebook, Twitter, Instagram, Google plus, LinkedIn, Pinterest) của các tờ báo ngày càng nhiều hơn (trung bình trên 70%); trong đó của nhóm Mỹ Latinh là 90%; châu Á 68%, nhóm gốc Ấn 49%. Nhóm công chúng trẻ được xem là nguyên nhân dẫn tới sự xuất hiện phổ biến trên mạng xã hội của phương tiện truyền thông cho cộng đồng Mỹ Latinh.

Về nhóm đối tượng, các cơ quan truyền thông DTTS ở Mỹ hướng tới mọi nhóm đối tượng, bất kể tuổi tác, thể hệ, giới tính, và nguồn gốc. Về giới tính, chỉ có 2% cho rằng họ nhắm đến phụ nữ; về thể hệ, chỉ có 2% nhắm đến giới trẻ. Đối với nguồn gốc, gần 1/3 cho rằng, họ không phục vụ cụ thể nhóm đối tượng

nào, còn lại đều xác định rõ nhóm cộng đồng mục tiêu. Chẳng hạn: Tờ *New York Amsterdam News* tuyên bố rằng, họ phục vụ "tiếng nói của một trong số những cộng đồng da đen lớn nhất và có ảnh hưởng nhất đất nước và thế giới". Các ấn phẩm này là tiếng nói của người thiểu số, cung cấp tin tức về các sự kiện lớn của nước Mỹ, như bầu cử Tổng thống, đưa ra những vấn đề quan trọng đối với cộng đồng DTTS.

### **Cách tiếp cận "hệ sinh thái truyền thông" và những phát hiện chính**

Dự án Metamorphosis tại Đại học Nam California năm 2016 đã nghiên cứu truyền thông cho DTTS theo cách tiếp cận "hệ sinh thái truyền thông" ở 11 cộng đồng thiểu số và cộng đồng nhập cư ở Los Angeles. Trong đó, "hệ sinh thái truyền thông" bao gồm tất cả phương tiện truyền thông có sẵn ở một khu vực cụ thể, bao gồm cả phương tiện cho nhóm "đại chúng" và "thiểu số", giao tiếp liên cá nhân với hàng xóm, các mối quan hệ với cộng đồng và các thể chế, tổ chức ở địa phương.

Nghiên cứu chỉ ra rằng, có sự khác biệt về hệ sinh thái truyền thông ngay cả khi các nhóm DTTS sinh sống trong cùng một khu vực địa lý. Chẳng hạn, tại Glendale - thành phố lớn nhất của địa hạt Los Angeles, cộng đồng gốc Latinh và cộng đồng gốc Armenian tìm hiểu thông tin trên cả truyền hình (đại chúng và dành riêng cho nhóm thiểu số), báo in đại chúng và giao tiếp liên cá nhân. Người Mỹ gốc Anglo chủ yếu dựa vào truyền hình và báo in đại chúng, internet, và giao tiếp liên cá nhân. Đặc biệt, giao tiếp liên cá nhân cùng được xem là nguồn thông tin quan trọng trong tất cả cư dân ở vùng Glendale.

Đồng thời, ở khu vực Los Angeles, nhóm người Latinh gốc Trung Mỹ và gốc Mexico cũng có sự khác nhau trong hệ sinh thái truyền thông. Nhóm người nhập cư lâu năm tiếp cận

nhiều hơn tới các kênh truyền hình cho DTTS. Nhóm cộng đồng tiếp cận với internet chiếm tỷ lệ cao (55%) cho rằng, internet là nguồn thông tin quan trọng nhất trong cộng đồng, trong khi phần lớn nhóm người gốc Latinh sống dưới ngưỡng nghèo, chỉ 22% và 24% có kết nối internet. Do đó, có thể thấy internet không phải là phương thức đạt hiệu quả cao trong truyền thông cho DTTS khi họ không thể tiếp cận được do thu nhập thấp.

Khảo sát cộng đồng gốc Phi và cộng đồng gốc Latinh ở Los Angeles cũng cho thấy sự khác nhau trong việc tìm kiếm thông tin về sức khỏe giữa các kênh truyền thông. Đối với người Latinh, truyền hình cho nhóm thiểu số là nguồn thông tin quan trọng về sức khỏe, trong khi đó đối với cộng đồng người Mỹ gốc Phi là sách và tạp chí. Điều này cho thấy, sự kết hợp giữa truyền thông liên cá nhân và các phương tiện truyền thông đại chúng cho cộng đồng DTTS có ảnh hưởng lớn đến kiến thức về chăm sóc sức khỏe của công chúng hơn là chỉ riêng phương tiện truyền thông đại chúng cho cộng đồng thiểu số.

Do rào cản ngôn ngữ, một bộ phận người nhập cư không thể tiếp cận các phương tiện truyền thông tiếng Anh, họ tìm đến các phương tiện khác là đài phát thanh hoặc các tổ chức địa phương.

Năm 2006, Willkin và Gonzalez tiến hành khảo sát nội dung của kênh truyền hình tiếng Tây Ban Nha về tần suất và chất lượng thông tin về sức khỏe hướng tới cộng đồng gốc Latinh sống ở Los Angeles. Theo đó, người gốc Latinh ở Los Angeles hoàn toàn phụ thuộc vào truyền hình cho người thiểu số Latinh; nhưng chỉ có 4% tin tức của kênh có liên quan đến chăm sóc sức khỏe địa phương, như cung cấp thông tin đường dây nóng, địa chỉ dịch vụ y tế.

Mặc dù truyền thông cho cộng đồng thiểu số có vai trò và lợi ích rõ ràng, nhưng vì một số lý do, các phương tiện này mang lại hiệu quả chưa cao, số lượng tin tức về cộng đồng bản địa thấp. Thí dụ, khi nghiên cứu về nội dung các phương tiện truyền thông bằng tiếng Tây Ban Nha, Hàn Quốc, Trung Quốc ở 4 cộng đồng DTTS vùng Los Angeles năm 2004, Lin và các cộng sự đã phát hiện ra rằng: trong số các ấn phẩm in có ở cộng đồng này (từ phiên bản cho DTTS cho đến phiên bản quốc tế của các tờ báo bản địa bằng ngôn ngữ mẹ đẻ), chỉ có 15% tin bài bằng tiếng Tây Ban Nha, 13% tin bài bằng tiếng Hàn, 3% tin bài bằng tiếng Trung có nội dung tập trung vào cộng đồng thiểu số bản địa. Cư dân trong cộng đồng có gốc Trung Quốc đánh giá tin tức về quốc gia quê nhà là quan trọng nhất và đánh giá mức độ thân thuộc của mình trong cộng đồng ở Los Angeles ở mức thấp nhất. Trong khi đó, cư dân gốc Hàn Quốc đánh giá cao hơn về mức độ thân thuộc tại Los Angeles, còn cư dân gốc Trung Mỹ, nơi có tỷ lệ nội dung liên quan đến cộng đồng mình tương đối thấp, đánh giá sự thân thuộc ở nơi sinh sống hiện tại ở mức cao nhất. Điều đó cho thấy, nếu các phương tiện truyền thông cho DTTS có nội dung thiên về tin tức ở quê nhà sẽ khiến cho cộng đồng không gắn kết với nơi mình đang cư trú.

**Truyền thông cho dân tộc thiểu số của New Zealand (trường hợp cộng đồng người gốc Nam Phi),** Người Nam Phi là cộng đồng nhập cư lớn thứ 5 ở New Zealand, sau Anh, Trung Quốc, Ấn Độ, và Australia<sup>(3)</sup> (năm 2013). Người Nam Phi ở New Zealand là kết quả của quá trình di cư từ năm 1994, khi cuộc bầu cử đa sắc tộc diễn ra ở Nam Phi.

*SANZ Live (South Africa New Zealand Live)* là chương trình phát thanh cộng đồng vào tối

*SANZ Live - chương trình phát thanh dành cho cộng đồng người Nam Phi da màu ở vùng Auckland, New Zealand \_ Ảnh: IT*

thứ bảy hàng tuần, dành cho cộng đồng người Nam Phi da màu ở vùng Auckland, New Zealand. *SANZ Live* được thành lập vào năm 2011 bởi 2 người nhập cư da màu từ Nam Phi. Những người điều hành và phát thanh viên của đài *SANZ Live* phần lớn là người da màu sinh ra ở Nam Phi, do đó *SANZ Live* là phương tiện truyền thông sản xuất cho người nhập cư bởi chính người nhập cư. *SANZ Live* có kết cấu dưới dạng talk show (buổi đối thoại) giúp kết nối cộng đồng người Nam Phi ở Auckland với cộng đồng người Nam Phi ở New Zealand, Nam Phi và các nước khác.

Nội dung của *SANZ Live* là thảo luận và tin tức về cộng đồng, đối thoại và âm nhạc. Nghiên cứu cho thấy, 79% nội dung thảo luận

trên sóng đề cập đến chủ đề liên quan đến cộng đồng Nam Phi ở Auckland. Phương ngữ trong phát thanh của *SANZ Live* cũng đóng vai trò quan trọng. *SANZ Live* sử dụng tiếng Afrikaans và tiếng Anh, tiếng mẹ đẻ của cả người da trắng và da màu. Đối với âm nhạc, mỗi nhóm phát thanh viên lựa chọn thể loại nhạc với mục đích khác nhau. Tỷ lệ âm nhạc Nam Phi được phát trên đài chiếm 31%, giúp cộng đồng gắn kết với nhau và khiến họ gần gũi hơn với quê nhà Nam Phi.

*SANZ Live* phát sóng hàng tuần thông qua radio truyền thống và trực tuyến trên internet đã gọi lại thói quen nghe phát thanh ở quê nhà. Đồng thời, thông qua hình thức tiếp sóng trực tiếp qua internet, *SANZ Live* đã phát sóng từ

New Zealand trở lại Nam Phi thông qua trạm radio ở Cape Town từ năm 2017, qua đó tạo sự kết nối văn hóa xuyên quốc gia giữa cộng đồng ở quê nhà với cộng đồng di cư ở nước ngoài.

### ***Ứng dụng truyền thông xã hội của SANZ Live***

SANZ Live có trang Facebook riêng kết nối người dùng ở Auckland với bạn bè và người thân ở các vùng khác tại New Zealand, Nam Phi và các nước khác. Năm 2018, trang Facebook này có 5.400 thành viên với 77% là người da màu, 60% sống ở New Zealand, số thành viên còn lại sống ở Nam Phi. Các thành viên được quản lý bởi các tình nguyện viên ở nhiều nơi trên thế giới, quan tâm đến các khu vực dân cư ở Nam Phi. Trang Facebook này đã trở thành diễn đàn thông tin của cộng đồng người Nam Phi ở Auckland, đăng tải các tin tức cộng đồng và album ảnh về các sự kiện văn hóa, được nhiều người ghé thăm thường xuyên. Đây cũng là nơi để các khán giả gửi yêu cầu phát thanh tới đài SANZ Live. Như vậy, trong thời đại kỹ thuật số hiện nay, Facebook, website, và email đã thay thế bưu thiếp và thư truyền thống.

### ***Sự kiện văn hóa cho người Nam Phi ở Auckland***

Ngoài phát sóng, SANZ Live còn tổ chức các sự kiện văn hóa ở Auckland cho cộng đồng người Nam Phi với ngày lễ Braai<sup>(4)</sup> và đêm nhạc Club Nights. Tại New Zealand, Braai được tổ chức vào một ngày trong tháng Giêng, là dịp đoàn tụ gia đình, đón chào năm mới và một ngày trong tháng mười để kỷ niệm ngày lễ Di sản của Nam Phi, thu hút hàng nghìn người tham dự.

## **2. Một số gợi mở**

Từ thực tiễn truyền thông cho DTTS ở Mỹ và New Zealand, có thể rút ra một số kinh nghiệm cho truyền thông hướng tới cộng đồng DTTS.

*Thứ nhất, cần thực hiện khảo sát “hệ sinh thái thông tin” của cộng đồng thiểu số theo nhiều mục đích (tin tức địa phương, thông tin về sức khỏe, chính sách cho cộng đồng và giải trí...v.v) trước khi tiến hành truyền thông. Cần tìm hiểu trước các kênh truyền thông, cách tiếp nhận thông tin mà người dân đã có thói quen theo dõi lâu dài. Trên cơ sở đó, sử dụng kết hợp kênh truyền thông liên cá nhân (như cấp trưởng cộng đồng, cán bộ chính quyền địa phương, cán bộ của trung tâm y tế - xã hội) và các phương tiện truyền thông đại chúng cho cộng đồng thiểu số sẽ có hiệu quả hơn, tùy vào mục đích truyền thông. Chẳng hạn, thay đổi nhận thức và hành vi về việc đi tiêm phòng vaccine cho trẻ em và xét nghiệm y tế tại các cơ sở dịch vụ chăm sóc sức khỏe có thể được thực hiện thông qua trưởng trạm, nhân viên y tế ấp, thôn, xã, phường, trưởng làng (bản) và các phương tiện truyền thông đại chúng như phát thanh, bảng tin tại cộng đồng.*

*Thứ hai, truyền thông cho cộng đồng thiểu số không tách rời với truyền thông đại chúng do một bộ phận người thiểu số đã có trình độ song ngữ (tiếng dân tộc và tiếng phổ thông), nhất là thế hệ trẻ có điều kiện tiếp cận công nghệ hiện đại. Qua đó, thực hiện lồng ghép các nội dung cho cộng đồng thiểu số trên các phương tiện truyền thông đại chúng cả ở trung ương và địa phương, bảo đảm vừa phù hợp với thói quen của lớp trẻ vừa bảo đảm hiệu quả về nguồn lực truyền thông.*

Nội dung dành cho cộng đồng thiểu số nên có tần suất nhiều hơn, nằm ở vị trí thu hút hơn, thay vì là một mục nhỏ bên trong hay phía cuối tờ báo, bản tin phát thanh, truyền hình. Đồng thời, thế hệ trẻ dân tộc thiểu số có thể là nguồn cung cấp thông tin cho thế hệ trước qua những nội dung được đăng tải trên các phương tiện

truyền thông đại chúng, về những thay đổi trong lối sống, tập quán, quy tắc, chuẩn mực trong đời sống ở các địa phương.

*Thứ ba, những thông tin cung cấp địa chỉ về các dịch vụ xã hội như giáo dục, chăm sóc sức khỏe, việc làm cần bám sát thực tiễn và thuận tiện cho người thiểu số tại địa phương.* Đối với nhiều nội dung truyền thông liên quan đến thay đổi hành vi, cần cụ thể và phù hợp với điều kiện sinh hoạt của cộng đồng thiểu số. Những nội dung như: thăm khám sức khỏe, thực hiện quyền bầu cử cần chỉ rõ các giấy tờ cần thiết, các địa chỉ cụ thể đến những khu vực phù hợp, thuận tiện nhất đối với cộng đồng thiểu số tại địa phương.

*Thứ tư, ứng dụng phát thanh theo yêu cầu, phát thanh trên internet, báo điện tử và truyền thông xã hội (như Facebook, Youtube, v.v.) trong truyền thông cho DTTS.* Phát thanh theo yêu cầu, phát thanh internet là một hình thức truyền thông thuận tiện, đáp ứng yêu cầu nghe trực tiếp hoặc nghe lại, phù hợp với thời gian sinh hoạt của DTTS, trong khi mạng xã hội vừa giúp truyền tải thông tin nhanh vừa tạo diễn đàn kết nối cộng đồng DTTS ở nhiều địa phương, giúp nâng cao hiệu quả truyền thông cộng đồng thiểu số. Nội dung của các trang truyền thông xã hội có thể đăng tải bài viết, hình ảnh, video của các hoạt động của cộng đồng DTTS từ mọi vùng miền. Qua đó, đồng bào DTTS biết được tin tức và các hoạt động của cộng đồng mình ở nhiều địa phương thông qua các hình thức truyền thông sinh động, hấp dẫn.

*Thứ năm, tăng cường sử dụng đội ngũ sản xuất báo chí, truyền thông là người cộng đồng DTTS nhằm tận dụng lợi thế về phương ngữ, đặc biệt là xây dựng nội dung phù hợp với cách nghĩ và văn hóa của người DTTS, tạo sự gắn kết*

cộng đồng. Đồng thời, việc tham gia vào báo chí DTTS sẽ góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông, cũng như minh chứng cho vai trò của cộng đồng DTTS trong khối đại đoàn kết dân tộc.

*Thứ sáu, các cơ quan, tổ chức báo chí, truyền thông cho DTTS cần tổ chức các sự kiện, các hoạt động văn hóa, giải trí phục vụ đời sống tinh thần của cộng đồng DTTS.* Việc tổ chức các hoạt động trên vừa giúp gắn kết cộng đồng thiểu số thông qua sự kiện văn hóa, giải trí, vừa giúp nâng cao hình ảnh của các tổ chức, cơ quan báo chí, truyền thông trong cộng đồng thiểu số, như trường hợp của đài SANZ Live ở New Zealand đã thực hiện □

(1) Người gốc Việt có 1.548.449 người, là cộng đồng dân tộc gốc Á lớn thứ tư tại Mỹ, sau người Hoa, Ấn và Philippines.

(2) Nguồn: <http://www.statista.com>.

(3) <http://www.stats.govt.nz/media/Statistics/Census/2013%20Census/profile-and-summary-reports/quickstats-culture-identity/table.xls>.

(4) Braai Days là tên gọi phổ biến để chỉ ngày lễ Di sản (24 tháng 9) chào mừng sự đa dạng văn hóa và dân tộc của Nam Phi, với món ăn truyền thống của Nam Phi là "Braai".

#### Tài liệu tham khảo:

1. Sherry S. Yu, Matthew D. Matsaganis: *Ethnic Media in the Digital Age*, Routledge Research, Routledge (2018), United Kingdom.
2. Matthew D. Matsaganis, Vikki S. Katz, Sandra Ball-Rokeach: *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, SAGE Publications, 2013, New York, USA.
3. <https://www.southafricanzlive.com/about-us>.