

Báo cáo chuyên đề

Thanh thiếu niên Việt Nam với việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng

Điều tra Quốc gia về
Vị thành niên &
Thanh niên Việt Nam
Lần thứ 2



Ngân hàng phát triển Châu Á



Tổng cục Dân số - KHHGD



Quy Dân số Liên hợp quốc



Điều tra Quốc gia về Vị thành niên và Thanh niên Việt Nam lần thứ 2

BÁO CÁO CHUYÊN ĐỀ
THANH THIẾU NIÊN VIỆT NAM VỚI VIỆC
TIẾP CẬN VÀ SỬ DỤNG CÁC PHƯƠNG TIỆN
TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG

Ths. Nguyễn Thị mai Hương (Giám đốc CCRD)
Ths. Nguyễn Đình Anh (Phó vụ trưởng Vụ Truyền thông
& Giáo dục, Tổng cục Dân số-KHHGD)

Hà Nội 2010





Lời nói đầu

Sự phát triển của vị thành niên và thanh niên luôn là vấn đề được quan tâm hàng đầu ở Việt Nam cũng như nhiều quốc gia trên thế giới. Đây là thế hệ quyết định đến tương lai và vận mệnh của đất nước. Ở Việt Nam, vị thành niên và thanh niên tuổi từ 14 – 25 là nhóm dân cư đồng nhất, chiếm gần một phần tư dân số cả nước (khoảng trên 20 triệu người – Tổng cục Thống kê, Điều tra dân số và nhà ở năm 2009). Việc nắm bắt được những đặc điểm cơ bản liên quan đến đời sống xã hội, thái độ, nguyện vọng, những thách thức trong sự phát triển của nhóm dân số này là điều hết sức quan trọng.

Trong khuôn khổ Dự án phòng chống HIV/AIDS cho Thanh niên, Tổng cục Dân số - Kế hoạch hóa gia đình (TCDS-KHHGĐ) và Tổng cục Thống kê đã thực hiện cuộc Điều tra quốc gia về Vị thành niên và Thanh niên Việt Nam (Survey Assessment of Vietnamese Youth- gọi tắt là SAVY) lần thứ 2.

Điều tra Quốc gia về Vị thành niên và Thanh niên (lần 1 và 2) là cuộc điều tra lớn và toàn diện nhất về thanh thiếu niên Việt Nam. Cuộc điều tra lần 2 có sự phối hợp giữa nhiều cơ quan, tổ chức trong nước và quốc tế, từ trung ương đến địa phương, với sự tham gia của 10.044 thanh thiếu niên từ 14 - 25 tuổi tại 63 tỉnh/thành phố, từ đô thị tới nông thôn và miền núi xa xôi hẻo lánh. Kết quả SAVY 2 mang lại một bức tranh khá toàn diện về giới trẻ Việt Nam hiện nay cũng như những thay đổi của họ so với những người cùng lứa 5 năm trước đây. SAVY2 giúp chúng ta thấy được các vấn đề liên quan đến sự phát triển của vị thành niên và thanh niên như giáo dục, việc làm, tình trạng sức khỏe - sức khỏe sinh sản, HIV/AIDS, sử dụng các chất kích thích, tai nạn thương tích, bạo lực. Bên cạnh những mặt tích cực, SAVY2 cũng cho thấy thanh thiếu niên hiện đang phải đối mặt với những thách thức nhằm thích ứng với môi trường kinh tế xã hội đang ngày càng biến chuyển sâu rộng. Nhóm thanh thiếu niên các dân tộc thiểu số, vùng sâu, vùng xa còn phải đương đầu với những khó khăn về điều kiện vật chất, học tập và việc làm. Cuộc điều tra giúp chúng ta hiểu sâu sắc thêm suy nghĩ, thái độ, mong ước và hoài bão của giới trẻ Việt Nam trong cuộc sống hiện tại và hướng đến tương lai. Kết quả chung của SAVY2 được công bố vào tháng 6/2010.

Trên cơ sở dữ liệu của cuộc điều tra, được sự hỗ trợ về tài chính của Ngân hàng phát triển châu Á và hỗ trợ kỹ thuật của Quỹ Dân số Liên hợp quốc (UNFPA), Tổng cục DS-KHHGĐ đã phối hợp với các nghiên cứu viên trong nước biên soạn 9 báo cáo phân tích sâu theo chủ đề và 9 tài liệu tóm tắt chính sách. Các chủ đề bao gồm:

1. Giáo dục
2. Việc làm của thanh thiếu niên Việt Nam
3. Dậy thì-Sức khỏe tình dục và sức khỏe sinh sản ở thanh thiếu niên Việt Nam
4. Sức khỏe tâm thần của vị thành niên và thanh niên Việt Nam
5. Thanh thiếu niên Việt Nam với việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng
6. Thái độ của thanh thiếu niên Việt Nam về một số vấn đề xã hội
7. Chấn thương và bạo lực ở thanh thiếu niên Việt Nam
8. Sử dụng rượu bia và thuốc lá trong thanh thiếu niên Việt Nam.
9. Kiến thức và thái độ của thanh thiếu niên Việt Nam về HIV/AIDS và những người có HIV/AIDS.

Chúng tôi hi vọng rằng những phát hiện về cuộc sống xã hội, thái độ, hoài bão của vị thành niên và thanh niên Việt Nam và những khuyến nghị về chính sách trong 9 báo cáo này sẽ góp phần hữu ích trong việc hoạch định và thực thi các chính sách và chương trình nâng cao sức khỏe và phát triển toàn diện của thanh thiếu niên nước nhà.

Tổng cục DS-KHHGĐ trân trọng cảm ơn Ngân hàng phát triển châu Á đã tài trợ cho cuộc điều tra. Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn Quỹ Dân số Liên hợp quốc (UNFPA) đã hỗ trợ kỹ thuật cho việc xây dựng các báo cáo chuyên đề và tóm tắt chính sách SAVY2; cảm ơn giáo sư Robert Blum, đại học Johns Hopkins (Mỹ) và các chuyên gia Việt Nam đã hỗ trợ kỹ thuật và đóng góp nhiều ý kiến quý báu trong quá trình phân tích số liệu và hoàn thiện các báo cáo.

Chúng tôi đánh giá cao sự tận tâm và say mê của các tác giả của 9 báo cáo là Ts.Vũ Mạnh Lợi (Viện Xã hội học); Ts.Nguyễn Hữu Minh, Ths.Trần Thị Hồng (Viện Gia đình và Giới); Ts.Nguyễn Thanh Hương, Ts.Lê Cự Linh (Đại học Y tế Công cộng); Ts.Bùi Phương Nga (Chuyên gia độc lập); Ths. Nguyễn Thị Mai Hương (Trung tâm Nghiên cứu phát triển Y tế cộng đồng), Ths. Nguyễn Đình Anh (Vụ Truyền thông và giáo dục- Tổng cục Dân số-KHHGĐ), Ths. Ngô Quỳnh An (Đại học Kinh tế quốc dân), Ths.Nguyễn Thanh Liêm, Ths. Nguyễn Hạnh Nguyên, Ths.Vũ Công Nguyên (Viện Xã hội học), Bs. Đào Xuân Dũng (Chuyên gia độc lập).

Dù đã có nhiều cố gắng song các báo cáo phân tích sâu theo chủ đề này không tránh khỏi những thiếu sót. Tổng cục DS-KHHGD rất mong nhận được ý kiến đóng góp quý báu của các cá nhân, các tổ chức trong và ngoài nước quan tâm đến thế hệ trẻ Việt Nam để các báo cáo được hoàn thiện hơn.

Chúng tôi hân hạnh giới thiệu các báo cáo phân tích sâu theo chủ đề và khuyến nghị chính sách tới tất cả các nhà quản lý, các nhà khoa học, các tổ chức trong nước và quốc tế quan tâm đến sự nghiệp chăm sóc sức khỏe và phát triển toàn diện của vị thành niên và thanh niên Việt Nam.

Ts. Dương Quốc Trọng

Tổng cục trưởng

Tổng cục Dân số- Kế hoạch hóa gia đình

DANH SÁCH BAN ĐIỀU HÀNH ĐIỀU TRA QUỐC GIA VỀ VỊ THÀNH NIÊN VÀ THANH NIÊN VIỆT NAM LẦN THỨ 2

Ts. Nguyễn Bá Thuỷ, Thứ trưởng Bộ Y tế, Trưởng ban

Ts. Dương Quốc Trọng, Tổng Cục trưởng Tổng cục Dân số - Kế hoạch hoá gia đình, Phó trưởng ban

Ông Ngô Khang Cường, Nguyên Vụ trưởng Vụ Truyền thông và Giáo dục, Tổng cục Dân số- Kế hoạch hoá gia đình, Phó trưởng ban

Bà Trần Thị Thanh Mai, Vụ trưởng Vụ Truyền thông và Giáo dục, Tổng cục Dân số- Kế hoạch hoá gia đình

Ông Nguyễn Duy Khê, Vụ trưởng Vụ bảo vệ Bà mẹ Trẻ em, Bộ Y tế.

Bà Nguyễn Thị Hoà Bình, Ủy viên Đoàn Chủ tịch, Giám đốc Trung tâm hỗ trợ phụ nữ phòng chống HIV/AIDS và chăm sóc sức khoẻ sinh sản - Hội Liên hiệp phụ nữ Việt Nam

Ông Phùng Khánh Tài, Ủy viên Thường vụ Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh

Ông Nguyễn Văn Kính, Nguyên Phó Cục trưởng Cục Phòng chống HIV/AIDS, Viện trưởng Viện Y học lâm sàng các bệnh nhiệt đới, Bộ Y tế

Bà Lê Thị Hà, Phó Cục trưởng Cục phòng chống tệ nạn xã hội - Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội

Ông Nguyễn Đình Chung, Phó Vụ trưởng Vụ Thống kê Xã hội và Môi trường, Tổng cục Thống kê, Bộ Kế hoạch - Đầu tư

Ông Lã Quý Đôn, Phó Vụ trưởng Vụ Công tác học sinh - sinh viên, Bộ Giáo dục và Đào tạo

NHÓM TÁC GIẢ VIẾT BÁO CÁO CHUYÊN ĐỀ VÀ TÓM TẮT CHÍNH SÁCH ĐIỀU TRA QUỐC GIA VỀ VỊ THÀNH NIÊN VÀ THANH NIÊN VIỆT NAM

Ths. Ngô Quỳnh An, Đại học Kinh tế Quốc dân

Ths. Nguyễn Đình Anh, Phó Vụ trưởng Vụ Truyền thông và Giáo dục,
Tổng cục Dân số- Kế hoạch hoá gia đình

Bs. Đào Xuân Dũng, Chuyên gia độc lập

Ths. Trần Thị Hồng, Viện Gia đình và Giới

Ts. Nguyễn Thanh Hương, Đại học Y tế Công cộng

Ths. Nguyễn Mai Hương, Giám đốc Trung tâm Nghiên cứu Phát triển Y
tế cộng đồng (CCRD)

PGs.Ts. Vũ Mạnh Lợi, Trưởng phòng Xã hội học Gia đình, Viện Xã hội
học, Viện Khoa học Xã hội Việt Nam

PGs. Ts.Lê Cự Linh, Đại học Y tế công cộng

Ths. Nguyễn Thanh Liêm, Viện Dân số, Sức khỏe và Phát triển

Ts. Nguyễn Hữu Minh, Viện trưởng Viện Gia đình và Giới

Ts. Bùi Phương Nga, Chuyên gia độc lập

Ths. Nguyễn Hạnh Nguyên, Viện Dân số, Sức khỏe và Phát triển

Ths. Vũ Công Nguyên, Viện Dân số, Sức khỏe và Phát triển

Chuyên gia quốc tế:

Giáo sư **Robert Blum**, chuyên gia hỗ trợ kỹ thuật, Đại học Johns Hopkins

MỤC LỤC

DANH MỤC CHỮ CÁI VIẾT TẮT	9
I. ĐẶT VẤN ĐỀ	10
II. PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH	11
2.1. Khái niệm	11
2.2. Phân tích số liệu	11
2.3. Một số hạn chế của báo cáo chuyên đề	12
III. TỔNG HỢP KẾT QUẢ CỦA MỘT SỐ NGHIÊN CỨU GẦN ĐÂY...13	
3.1. Tiếp cận và sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng của người dân Việt Nam	13
3.2. Tiếp cận và sử dụng phương tiện truyền thông của thanh thiếu niên ...	14
3.3. Kiến thức, nhận thức và các nguồn thông tin về sức khỏe sinh sản và HIV	15
IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU SAVY2.....16	
4.1. Sở hữu phương tiện truyền thông của thanh thiếu niên	16
4.2. Sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng.....	18
4.3. Sử dụng các hình thức giải trí trong thời gian rỗi	23
4.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng ..	25
4.5. Tiếp nhận nội dung thông tin trên các phương tiện truyền thông đại chúng.....	27
4.6. Các nguồn thông tin về việc làm, kiến thức về SKSS, HIV/AIDS của thanh, thiếu niên.....	30
4.7. Tác động của truyền thông đại chúng đối với thanh, thiếu niên.....	36
V. KẾT LUẬN	38
VI. KHUYẾN NGHỊ	39
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	41

DANH MỤC CHỮ CÁI VIẾT TẮT

SAVY 1	Điều tra Quốc gia về Vị thành niên và Thanh niên lần thứ nhất
SAVY 2	Điều tra Quốc gia về Vị thành niên và Thanh niên lần thứ hai
SKSS	Sức khoẻ sinh sản
KHHGD	Kế hoạch hoá gia đình
THCS	Trung học cơ sở
THPT	Trung học phổ thông
CĐ	Cao đẳng
ĐH	Đại học

Điều tra Quốc gia về Vị thành niên và Thanh niên gọi tắt là SAVY là cuộc điều tra toàn diện nhất về vị thành niên và thanh niên Việt Nam hiện nay. Cuộc điều tra lần thứ nhất đã được tiến hành vào năm 2003 (SAVY 1) và cuộc điều tra lần thứ hai được tiến hành vào năm 2008 (SAVY 2). Đây là cuộc điều tra có sự phối hợp giữa nhiều cơ quan, tổ chức trong nước và quốc tế, được thực hiện với sự tham gia của trên 10.044 thanh thiếu niên từ 14 - 25 tuổi tại 63 tỉnh/thành phố, từ những vùng đô thị lớn cho tới vùng nông thôn xa xôi hẻo lánh. Báo cáo chung của SAVY 2 đã được công bố vào tháng 6/2010.

Chuyên đề “Thanh thiếu niên Việt Nam với việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng” là một trong những báo cáo chuyên sâu của cuộc Điều tra SAVY 2 nhằm phân tích tình hình tiếp cận và xu hướng sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng của thanh thiếu niên Việt Nam hiện nay cũng như những thay đổi cơ bản đã diễn ra giữa hai cuộc điều tra SAVY 1 và SAVY 2.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngày nay, trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập và phát triển thì việc tiếp cận và sử dụng thông tin nói riêng và các phương tiện truyền thông đại chúng nói chung ngày càng đóng vai trò quan trọng cho sự phát triển không chỉ của mỗi quốc gia mà còn với mỗi cá nhân, gia đình và xã hội. Số lượng, thể loại và sự tiện ích của các phương tiện truyền thông đại chúng cũng ngày càng phát triển nhanh chóng nhằm đáp ứng được như cầu và thị hiếu của con người.

Tại Việt Nam, cùng với tốc độ phát triển kinh tế xã hội, công nghiệp truyền thông cũng trên đà phát triển mạnh mẽ với tăng trưởng ở mức khoảng 40% một năm⁷ và có thể được coi là một trong những quốc gia có tốc độ phát triển thị trường truyền thông mạnh trong thập kỷ qua. Sự tăng trưởng này không chỉ ở quy mô thị trường mà cả về công nghệ với sự bùng nổ của rất nhiều loại hình, các kênh truyền thông và các chương trình ngày càng phong phú đa dạng.

Truyền thông đại chúng là hình thức truyền thông được thanh thiếu niên Việt Nam ưa thích nhất bởi nó cung cấp thông tin về các vấn đề sức khỏe sinh sản, sức khỏe tình dục, HIV cũng như các vấn đề khác của cuộc sống. Số liệu phân tích từ SAVY 1 cho thấy trong số các nguồn cung cấp kiến thức về sức khỏe sinh sản cho thanh thiếu niên Việt Nam thì thông tin đại chúng (tivi, đài, báo, và tạp chí, sách) là nguồn cung cấp phổ biến hơn các nguồn khác như gia đình, cán bộ chuyên môn và bạn bè. Vậy các câu hỏi chính được đặt ra cho cuộc điều tra SAVY 2 là: trong 5 năm qua, việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng của thanh thiếu niên Việt Nam có gì thay đổi so với cuộc điều tra trước? Và nếu có thì những thay đổi đó là gì, ở mức độ như thế nào?

Những câu hỏi trên là định hướng và cũng là mục đích mà báo cáo chuyên đề Thanh thiếu niên Việt Nam với việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng đi tìm câu trả lời. Số liệu được phân tích và bình luận trong báo cáo này là kết quả của việc phân tích chuyên sâu về kết quả của điều tra Quốc gia về Vị thành niên và Thanh niên Việt Nam lần 2 (SAVY 2), do Bộ Y tế phối hợp với Tổng cục Thống kê và một số cơ quan, tổ chức trong nước và quốc tế tiến hành điều tra năm 2009.

II. PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH

Đối với chủ đề truyền thông, cuộc điều tra SAVY 1 chỉ có phân phân tích trong báo cáo chung mà không có báo cáo chuyên đề. Vì vậy, ngoài việc sử dụng lại các câu hỏi về truyền thông của SAVY 1, cuộc điều tra SAVY 2 cũng có sửa đổi và mở rộng bộ câu hỏi nhằm phục vụ cho việc phân tích và viết báo cáo chuyên đề.

Để tránh sự trùng lặp về thông tin với báo cáo chung, báo cáo chuyên đề chỉ đi sâu vào phân tích và đề cập đến việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng cũng như sự tác động của việc sử dụng các phương tiện này đến một số hoạt động kinh tế, xã hội, sức khỏe... của thanh thiếu niên Việt Nam mà báo cáo chung cũng như các báo cáo chuyên đề khác của SAVY 2 chưa đề cập đến.

Phương pháp phân tích trong báo cáo chuyên đề này là tích hợp phương pháp phân tích thông tin thứ cấp và phương pháp so sánh chủ yếu với những số liệu của SAVY 1 và một số nghiên cứu khảo sát khác có liên quan.

2.1. Khái niệm

Cần xác định rõ hai khái niệm: truyền thông đại chúng và phương tiện truyền thông đại chúng, đồng thời là cơ sở để phân tích sâu hơn các vấn đề liên quan đến việc sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng như đã được đề cập ở phần đặt vấn đề.

Phương tiện truyền thông đại chúng (hay cũng còn gọi là “các phương tiện thông tin đại chúng”) là những công cụ kỹ thuật hay các kênh mà phải nhờ vào đó người ta mới có thể thực hiện quá trình truyền thông đại chúng, nghĩa là tiến hành phổ biến, loan truyền thông tin ra mọi người dân trong xã hội. Khi nói đến phương tiện truyền thông đại chúng là chúng ta nói đến báo chí, phát thanh, truyền hình.

Truyền thông đại chúng là quá trình truyền đạt thông tin một cách rộng rãi đến mọi người trong xã hội thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng như báo chí, phát thanh, truyền hình. Khi nói đến truyền thông đại chúng là chúng ta muốn nói tới một quá trình xã hội, đó là quá trình truyền tải thông tin ra công chúng thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng.

2.2. Phân tích số liệu

Phân tích thứ cấp thông tin định lượng: Chúng tôi tiến hành phân tích sâu số liệu chủ thu thập được trong phần câu hỏi về các phương tiện truyền thông từ cuộc điều tra Quốc gia Vị thành niên và Thanh niên Việt Nam lần thứ hai (SAVY 2) để tìm hiểu việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng của thanh thiếu niên tại thời điểm điều tra năm 2009. Trong công đoạn này, phần mềm SPSS 16.0 với những câu lệnh đơn giản như chạy tần suất (frequency), chạy bảng chéo (crosstab), bảng phân tích tổng hợp ... được sử dụng nhằm mô tả tổng quan tình hình tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng, đồng thời cũng cho thấy được sự khác biệt

của thanh thiếu niên theo các đặc trưng nhân khẩu học (nhóm tuổi, giới tính, trình độ học vấn...), kinh tế xã hội (mức sống, hoàn cảnh sống), và một số đặc điểm chính trong việc sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng của thanh thiếu niên Việt Nam.

Để bảo đảm tính nhất quán giữa hai cuộc điều tra, các số liệu được trình bày trong báo cáo chuyên đề này cũng được phân tích theo nhóm tuổi, trình độ học vấn và thang đo về mức sống hộ gia đình giống với SAVY 1 và với cả báo cáo chung của SAVY 2. Ví dụ như:

- Biến số nhóm tuổi được phân chia theo các nhóm tuổi 14-17, 18-21, 22-25;
- Trình độ học vấn được phân chia là: chưa đi học, cấp 1, cấp 2, cấp 3, trung cấp, cao đẳng/đại học trở lên;
- Mức sống hộ gia đình được phân chia theo mức sống thấp, mức sống trung bình, mức sống cao, (không kể ô tô và internet không có thông tin ở SAVY 1).

Phần mềm thống kê STATA 9.0 cũng được sử dụng để phân tích hồi quy đa biến (multiple logistic regression) nhằm xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng: xem tivi, nghe đài, đọc báo, sử dụng internet, và đánh giá mức độ tác động của truyền thông tới kiến thức về các biện pháp tránh thai, các đường lây truyền HIV/AIDS. Phương pháp phân tích đa biến này không được sử dụng ở SAVY 1.

Phương pháp so sánh: Một trong những mục đích chính của báo cáo chuyên đề này là phân tích xu hướng thay đổi trong việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng của thanh thiếu niên Việt Nam trong 2 cuộc điều tra SAVY 1 và SAVY 2. Ngoài ra, kết quả của một số nghiên cứu liên quan đến việc tiếp cận và sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng nói chung và của nhóm thanh thiếu niên được tiến hành trong thời gian gần đây cũng được tham khảo để so sánh và đối chứng kết quả phân tích của điều tra SAVY với những cuộc điều tra khác.

2.3. Một số hạn chế của báo cáo chuyên đề:

Báo cáo chuyên đề này có thể đưa ra những phân tích có ý nghĩa và đầy đủ hơn nếu khắc phục được những hạn chế như:

- a. Sự thiếu đồng nhất giữa bảng hỏi của hai cuộc điều tra SAVY 1 và SAVY 2 (ví dụ như: tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng; hoặc cách xác định các biến số và chỉ số liên quan đến nguồn thông tin về HIV/AIDS, Sức khỏe sinh sản- Kế hoạch hoá gia đình...).
- b. Phân tích về truyền thông tại SAVY 1 ít được chú ý hơn SAVY 2 nên hạn chế khả năng đối chiếu, so sánh giữa hai cuộc điều tra;
- c. Phần truyền thông của SAVY 2 thiếu những câu hỏi liên quan đến mục đích sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng của thanh thiếu niên;
- d. Một số phương tiện truyền thông khác đang được thanh thiếu niên hiện nay ngày càng thích sử dụng như điện thoại di động, blog, mạng xã hội... chưa được đề cập trong bảng hỏi.

III. MỘT SỐ NGHIÊN CỨU GẦN ĐÂY VỀ TIẾP CẬN VÀ SỬ DỤNG TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHỨNG TRONG THANH, THIẾU NIÊN VIỆT NAM

Đề cập đến phương tiện truyền thông đại chúng là nói đến các loại hình báo chí, phát thanh, truyền hình, internet..., là những công cụ kỹ thuật (hay các kênh) để qua đó người ta có thể sử dụng như một công cụ để chuyển tải các thông tin, thông điệp, âm thanh, hình ảnh đến các đối tượng đích. Sở hữu các phương tiện truyền thông được coi là một chỉ số quan trọng để đánh giá khả năng tiếp cận thực sự của người dân tới các kênh thông tin đại chúng. Tuy vậy việc sở hữu các phương tiện này lại không thực sự đồng nghĩa với việc tiếp cận và sử dụng, vì vậy việc phân tích và xem xét cụ thể các số liệu liên quan tới tất cả các phương diện của truyền thông như: sở hữu, tiếp cận và sử dụng sẽ cung cấp cho chúng ta một hiểu biết tổng thể và đầy đủ hơn về vấn đề này.

Nhìn chung, những năm vừa qua các nghiên cứu đánh giá về truyền thông ở Việt Nam là chưa tương xứng với tốc độ và quy mô phát triển của ngành công nghiệp này. Trong khi vai trò của truyền thông đối với sự phát triển và định hướng xã hội nói chung và của mỗi cá nhân nói riêng, đặc biệt đối với thanh thiếu niên là hết sức to lớn thì số lượng các nghiên cứu đánh giá chuyên biệt về việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông còn hết sức ít ỏi và nếu có cũng còn ở quy mô rất hạn chế. Một số các nghiên cứu về vấn đề dân sinh và xã hội có quy mô lớn như: Điều tra mức sống dân cư, Điều tra Y tế Quốc gia và ngay cả cuộc điều tra SAVY 1 cũng đều có ít thông tin về ngành truyền thông.

3.1. Tiếp cận và sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng của người dân Việt Nam

Sở hữu các phương tiện truyền thông: theo số liệu từ cuộc Điều tra mức sống dân cư năm 2008, hầu hết các hộ gia đình ở Việt Nam có ti vi¹. Sở hữu và sử dụng phương tiện nghe nhìn khác như đầu video hoặc điện thoại di động cũng trở nên rất phổ biến với 45% có sở hữu và sử dụng điện thoại di động và 44.5% hộ có đầu video trên tổng số những người/hộ gia đình được khảo sát². Mặt khác kết quả điều tra cũng cho thấy: so với các phương tiện truyền thông phổ thông như đầu video và ti-vi, tỷ lệ sở hữu các phương tiện hiện đại hơn như máy tính hoặc internet của các hộ gia đình Việt Nam nói chung chưa cao và tốc độ tăng trưởng chậm hơn so với các phương tiện khác. Bên cạnh đó, một số kết quả điều tra nghiên cứu trong thời gian gần đây (2006-2007) cũng cho thấy là nhóm người nghèo, người sống tại các vùng sâu vùng xa có tỷ lệ sở hữu ti vi và đài rất thấp, chỉ bằng 1/3 tỷ lệ trung bình của quốc gia.

BẢNG 1. Tình hình sở hữu các phương tiện truyền thông đại chúng của hộ gia đình Việt Nam

Khu vực	TV	Radio	Đầu video	Internet*
Cả nước	82.0%	33.2%	44.5%	21.4%
Thành thị	102.1%	42,2%	60.5%	24.9%
Nông thôn	94.9%	31,5%.	38.4%	11.2%

* Tính trên số hộ có máy vi tính (tỷ lệ số hộ có máy vi tính là 7.9%)

(Nguồn: Điều tra Mức sống Dân cư 2006)

Tiếp cận và sử dụng: trên thực tế, số người có khả năng tiếp cận và sử dụng thường sẽ cao hơn so với số hộ gia đình có sở hữu các phương tiện truyền thông. Một khảo sát đánh giá tác động của bộ phim truyền hình có nội dung giáo dục sức khỏe “Vượt qua Thử thách”³ tiến hành năm 2006 trên 1500 hộ gia đình tại 3 vùng miền cho thấy tỷ lệ xem ti vi là 97% trong khi tỷ lệ hộ gia đình có ti vi trong cùng thời điểm chỉ là 82%. Một nghiên cứu khác về các phương tiện truyền thông đại chúng tiến hành trong năm 2008 cũng cho thấy tỷ lệ hộ gia đình có ti vi chiếm khoảng 84,5%, và tỷ lệ xem ti vi là trên 90%⁴. Tỷ lệ sử dụng radio là khá thấp và có xu hướng giảm dần.

Điểm đáng chú ý là không có sự khác biệt lớn giữa nông thôn và thành thị trong khả năng tiếp cận với phương tiện truyền thông đại chúng phổ cập như ti vi và đài, mặc dù tỷ lệ sở hữu các phương tiện và tần suất sử dụng có khác nhau giữa hai khu vực này.

3.2. Tiếp cận và sử dụng phương tiện truyền thông của thanh thiếu niên:

Cho tới nay kết quả của tất cả các nghiên cứu đều chỉ ra rằng truyền hình vẫn là phương tiện nghe nhìn phổ biến và được thanh thiếu niên Việt Nam yêu thích nhất. Tỷ lệ thanh niên sử dụng radio thấp hơn nhiều so với tỷ lệ trung bình của quốc gia, nhất là thanh niên thành thị. Một nghiên cứu về truyền thông năm 2006 cho thấy 97,2% thanh thiếu niên có xem ti vi ít nhất một lần/tuần, và 84,9% xem hàng ngày³ và trong khi tỷ lệ nghe radio hàng ngày chung của quốc gia năm 2006 là 36%⁴ thì tỷ lệ này chỉ là 17% trong nhóm thanh thiếu niên.

Đáng lưu ý là, số liệu thống kê sử dụng của thanh niên thành phố và thanh niên nông



thôn cho thấy tỷ lệ sử dụng ti vi và radio gần tương đương nhau. Có sự khác biệt tương đối rõ rệt giữa các khu vực sống chủ yếu là nông thôn và thành thị hoặc miền Bắc và miền Nam trong việc sử dụng sách báo và các phương tiện truyền thông hiện đại, đặc biệt là tỷ lệ sử dụng internet tại khu vực thành phố cao hơn nhiều lần so với khu vực nông thôn. Những nguyên nhân chủ yếu của sự khác biệt này là chênh lệch về mức sống và hạ tầng cơ sở giữa các vùng miền.

Khi đề cập đến các chương trình cụ thể, “Nghiên cứu điều tra cơ bản” cho một dự án của Đài phát thanh tiếng nói Việt Nam tiến hành năm 2007 cho thấy chương trình phát thanh được thanh thiếu niên ưa thích nhất là các chương trình ca nhạc (30,6%), thời sự (21,9%)⁴. Các chương trình truyền hình được ưa thích nhất gồm: phim (29,4%), tin tức (24%), và âm nhạc (23,2%) trong khi các chương trình khoa học và giáo dục còn ít được quan tâm⁴. Báo/tạp chí cũng được thanh thiếu niên sử dụng như một phương tiện giải trí và các hình thức giải trí bằng internet vẫn chủ yếu là chơi game (69%) và chat (61,4%)², mà ít sử dụng internet để học tập, tìm kiếm thông tin (SAVY, 2005).

Nam và nữ thanh niên có một số tương đồng cũng như sự khác biệt về sự lựa chọn các chương trình truyền thông. Điểm tương đồng là họ đều thích và dành nhiều thời gian cho các kênh truyền thông đại chúng, và những phương tiện truyền thông hiện đại thì có tính hấp dẫn cao và nhanh với giới trẻ. Những điểm khác biệt giữa nam và nữ là: nam thanh niên có xu hướng thích các chương trình liên quan tới thời sự, thể thao, hành động, ví dụ như nam thanh niên đọc báo Công An, trong khi đó sở thích nữ thanh niên là báo Phụ Nữ, hoặc nam thanh niên thích phim hành động trong khi nữ thích phim tâm lý xã hội hơn v.v. 6

3.3. Kiến thức, nhận thức và các nguồn thông tin về sức khỏe sinh sản và HIV

Nhận thức về sức khỏe sinh sản đang có xu hướng được nâng cao và việc trao đổi thông tin về những vấn đề nhạy cảm trở nên “thoáng” hơn. Các chương trình truyền thông về sức khỏe sinh sản và phòng chống HIV/AIDS đã làm tăng nhận thức của giới trẻ lên đáng kể. Tuy nhiên mức độ hiểu biết đúng đắn về vấn đề này vẫn còn hạn chế, nhất là trong một số nhóm thanh niên. Một số nghiên cứu cho thấy việc tiếp cận các dịch vụ về sức khỏe sinh sản và giáo dục của thanh niên còn giới hạn, đặc biệt đối với người nghèo và các dân tộc thiểu số, ví dụ một nghiên cứu về HIV/AIDS trong thanh niên ở Lào Cai cho thấy có tới 75% trong nhóm thanh niên không đi học chưa từng nghe đến vấn đề này. Theo kết quả một nghiên cứu khác thực hiện năm 2007 thì chỉ có 47% số thanh thiếu niên liệt kê được những địa chỉ mà họ có thể tới để được nghe tư vấn về sức khỏe sinh sản và chỉ có khoảng 20% nhận được các thông tin về phòng tránh HIV/AIDS từ gia đình (cha mẹ), do các bậc cha mẹ thường cảm thấy miễn cưỡng khi bàn luận về vấn đề tế nhị này với con cái⁴.

Về kì thị, đã có những chuyển biến tích cực về thái độ đối với người nhiễm HIV/AIDS. Tuy đa phần cho rằng họ sẽ giúp người nhiễm và tiếp xúc bình thường, nhưng phải cẩn thận để tránh bị lây nhiễm (~84%). Khi so sánh với các dân tộc thiểu số khác, người Kinh (chiếm đa số dân số Việt Nam) có thái độ tha thứ và sẵn sàng giúp đỡ người nhiễm HIV/AIDS hơn, ví dụ một báo cáo nghiên cứu cho thấy thái độ “không tiếp xúc hay giúp đỡ người nhiễm HIV/AIDS” ở thanh thiếu niên dân tộc thiểu số cao gấp 3 lần dân tộc Kinh⁸.

Việc sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng thường xuyên cũng có mối liên quan tới hành vi QHTD trước hôn nhân ở thanh, thiếu niên. Theo một báo cáo nghiên cứu về thanh thiếu niên ở Hà Nội của Đào Hoàng Bách và La Thành Nhân, nhóm sử dụng thường xuyên các phương tiện truyền thông đại chúng có tỷ lệ quan hệ tình dục trước hôn nhân là 6,9%, so với 9,4% ở nhóm không thường xuyên⁹. Kết quả của nghiên cứu này cũng cho thấy nam thanh thiếu niên chưa kết hôn đã từng xem phim ảnh khiêu dâm có quan niệm về tình dục trước hôn nhân cởi mở hơn (OR hiệu chỉnh = 2,15), đồng thời số bạn tình trung bình ở nhóm này cũng nhiều hơn nhóm không xem¹⁰.

IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU SAVY2

Hiện tại, ở Việt Nam các loại phương tiện truyền thông đại chúng chính cung cấp thông tin đến cho thanh, thiếu niên gồm có: Truyền hình, Đài phát thanh, Báo in và Internet. Kết quả sơ bộ về tình hình sở hữu các phương tiện truyền thông đại chúng, tần suất, mức độ, sở thích sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng cũng như nguồn thông tin đại chúng về các vấn đề lao động, việc làm, sức khỏe sinh sản và HIV/AIDS đã được trình bày trong báo cáo chung của SAVY 2. Theo lý thuyết mỗi loại hình truyền thông đại chúng có những nét đặc trưng cũng như những lợi thế và mặt hạn chế riêng. Trong khuôn khổ báo cáo chuyên đề này, chủ yếu tập trung vào việc phân tích sâu hơn sự khác biệt giữa các nhóm thanh, thiếu niên như (giới tính, mức sống, học vấn, khu vực sống...) về tình hình sở hữu, mức độ, sở thích sử dụng cũng như tác động của truyền thông đại chúng.

Các kết quả chính của điều tra SAVY 2 cho thấy, tỷ lệ sở hữu các phương tiện truyền thông ngày càng cao, đặc biệt là ti vi, đầu VCD/DVD, máy tính và điện thoại di động. Tuy nhiên, tần suất sử dụng từng loại phương tiện truyền thông đại chúng đối với thanh, thiếu niên có sự khác biệt khá lớn. Truyền hình vẫn là kênh truyền thông được giới trẻ sử dụng nhiều nhất, tiếp theo là internet, trong khi báo, tạp chí và nhất là phát thanh là những phương tiện ít được thanh niên sử dụng. Đối với việc tiếp cận nguồn thông tin, tương tự SAVY 1, kết quả SAVY 2 cũng cho thấy truyền thông đại chúng vẫn là nguồn thông tin phổ biến nhất, được thanh, thiếu niên ưa thích nhất, đặc biệt trong việc chuyển tải các thông tin liên quan đến tuổi dậy thì, mang thai, KHHGD, tình dục, tình yêu và HIV/AIDS.

Một điều đáng tiếc là bộ câu hỏi SAVY 2 đã không đề cập đến việc sử dụng mạng xã hội của thanh niên như Facebook, Twitter... - một kênh truyền thông tuy khá mới mẻ nhưng có sự phát triển rất nhanh chóng ở Việt Nam, nhất là trong giới trẻ.

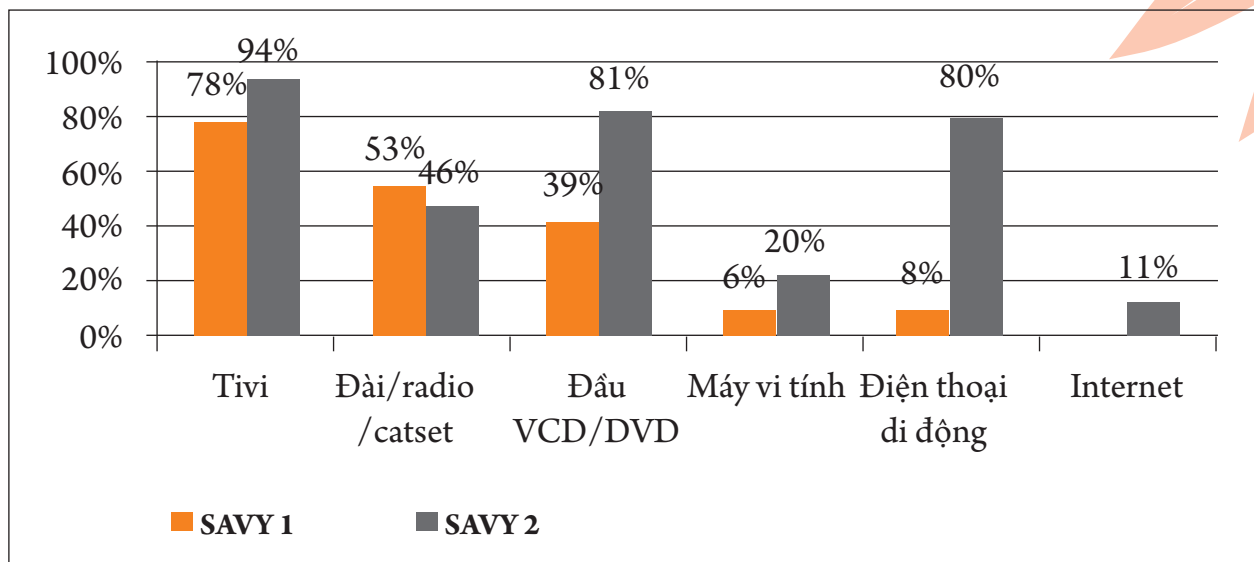
4.1. Sở hữu phương tiện truyền thông của thanh thiếu niên

Nhìn chung, so với SAVY 1 (5 năm trước đây), tỷ lệ hộ gia đình thanh, thiếu niên sở hữu các phương tiện truyền thông như tivi, đầu VCD/DVD, máy tính và đặc biệt là điện thoại di động ở SAVY 2 tăng lên đáng kể, và chỉ có radio/cát sét trong SAVY 2 là giảm so với SAVY 1 (Biểu đồ 1).

Thực tế này cho thấy thanh, thiếu niên Việt Nam ngày nay có điều kiện tiếp cận thông tin tốt hơn rất nhiều so với những thanh, thiếu niên cùng lứa tuổi cách đây 5 năm. Đây là một chỉ báo rất quan trọng về truyền thông nói riêng và sự phát triển xã hội nói chung, cho thấy đời sống kinh tế gia đình của người dân hiện nay không ngừng được nâng cao. Trước đây, SAVY 1 không có câu hỏi nào để tìm hiểu về việc hộ gia đình có internet mà chỉ có câu hỏi về việc sử dụng, còn theo kết quả nghiên cứu SAVY 2, có 11% thanh, thiếu niên cho biết họ có thể sử dụng internet tại nhà.

Việc gia tăng sự tiếp cận tới các phương tiện truyền thông đại chúng của thanh thiếu niên như tivi, máy vi tính, internet so với SAVY 1 không chỉ chứng minh về sự gia tăng mức sống của thanh, thiếu niên mà quan trọng hơn nó chỉ ra rằng thanh, thiếu niên hiện nay đã có được không gian giao tiếp – truyền thông rộng lớn hơn rất nhiều so với thế hệ thanh thiếu niên cùng lứa tuổi trước đây 5 năm.

BIỂU ĐỒ 1: Tỷ lệ sở hữu các phương tiện truyền thông của gia đình thanh, thiếu niên tại hai cuộc điều tra



Phân tích theo khu vực sống, kết quả SAVY 2 cho thấy không có sự khác biệt lớn giữa nông thôn và thành thị về sở hữu các phương tiện truyền thông thông dụng như tivi, radio, đầu VCD/DVD. Chẳng hạn, 98% hộ gia đình ở đô thị có tivi thì ở nông thôn là 93%, tỷ lệ sở hữu radio là 50% và 44%. Tuy nhiên, có sự khác biệt lớn giữa thành thị và nông thôn trong việc sở hữu những phương tiện truyền thông đắt tiền và đòi hỏi hệ thống hạ tầng cơ sở cao như: máy tính (47% và 12%), internet (32% và 4%) hay điện thoại di động (91% và 76%). Điều này là một trong những cơ sở quan trọng để lý giải về kết quả về những kiến thức cơ bản giữa thanh niên nông thôn và thành thị được trình bày trong báo cáo này.

Số liệu về sở hữu các phương tiện truyền thông hiện đại trong nghiên cứu SAVY 2 cũng phản ánh rõ rệt sự phân tầng kinh tế - xã hội trong tầng lớp thanh thiếu niên. Cụ thể, tỷ lệ các hộ gia đình sở hữu máy vi tính trong nhóm mức sống thấp và mức sống cao tương ứng là 0,9% và 46,9%; internet là 0,3% và 25,2%; điện thoại di động là 47,7% và 97,8%.

BẢNG 2. Sở hữu các phương tiện truyền thông của hộ gia đình thanh, thiếu niên

Mức sống gia đình	Tivi	Đài	VCD/DVD	Máy vi tính	Điện thoại di động	Internet
Thấp	82,8%	24,8%	47,7%	0,9%	47,7%	0,3%
Trung bình	100,0%	33,4%	93,9%	5,4%	90,6%	1,6%
Cao	100,0%	71,4%	98,2%	46,9%	97,8%	25,2%

Việc sở hữu phương tiện truyền thông là một điều kiện thiết yếu cho khả năng tiếp cận và sử dụng các phương tiện đó. Vì vậy vấn đề đặt ra là: liệu thanh, thiếu niên trong những gia đình nghèo, hoặc là cư dân sinh sống tại các khu vực có cơ sở hạ tầng kém phát triển có thể gặp nhiều khó khăn hơn khi tiếp cận và tiếp nhận các thông tin từ các phương tiện truyền thông đại chúng không? Vấn đề này sẽ được giải đáp trong các phần sau.

4.2. Sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng của thanh thiếu niên

Việc sở hữu nhiều phương tiện truyền thông đại chúng có giá trị là một trong những chỉ báo quan trọng để đánh giá mức độ cải thiện kinh tế gia đình và mức sống dân cư. Tuy nhiên, sở hữu các phương tiện truyền thông đại chúng không đồng nghĩa với việc sử dụng do việc sử dụng các phương tiện này còn được tác động bởi nhiều yếu tố khác bao gồm: khả năng tiếp cận với các phương tiện, sở thích cá nhân, điều kiện và thời gian sinh hoạt v.v.. Do vậy, chỉ báo về tần suất và mục đích sử dụng là quan trọng và có ý nghĩa hơn cả trong các chỉ báo cần sử dụng để đánh giá một chương trình truyền thông.

Kết quả phân tích số liệu từ SAVY 2 (Bảng 3) cho thấy về tổng thể, tỷ lệ thanh thiếu niên sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng phổ cập nhất như: truyền hình, VCD/DVD, radio và báo chí đều tăng rõ rệt so với SAVY 1.

BẢNG 3. Tỷ lệ sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng ở SAVY2 và SAVY1

Các phương tiện	SAVY 2		SAVY 1	
	Có sử dụng	Không sử dụng	Có sử dụng	Không sử dụng
Ti vi	100,0%	0,0%	93,6%	6,4%
Radio	76,8%	23,2%	66,5%	33,5%
Báo	79,3%	20,7%	63,0%	37,0%
DVD/VCD	80,6%	19,4%	45,3%	54,7%

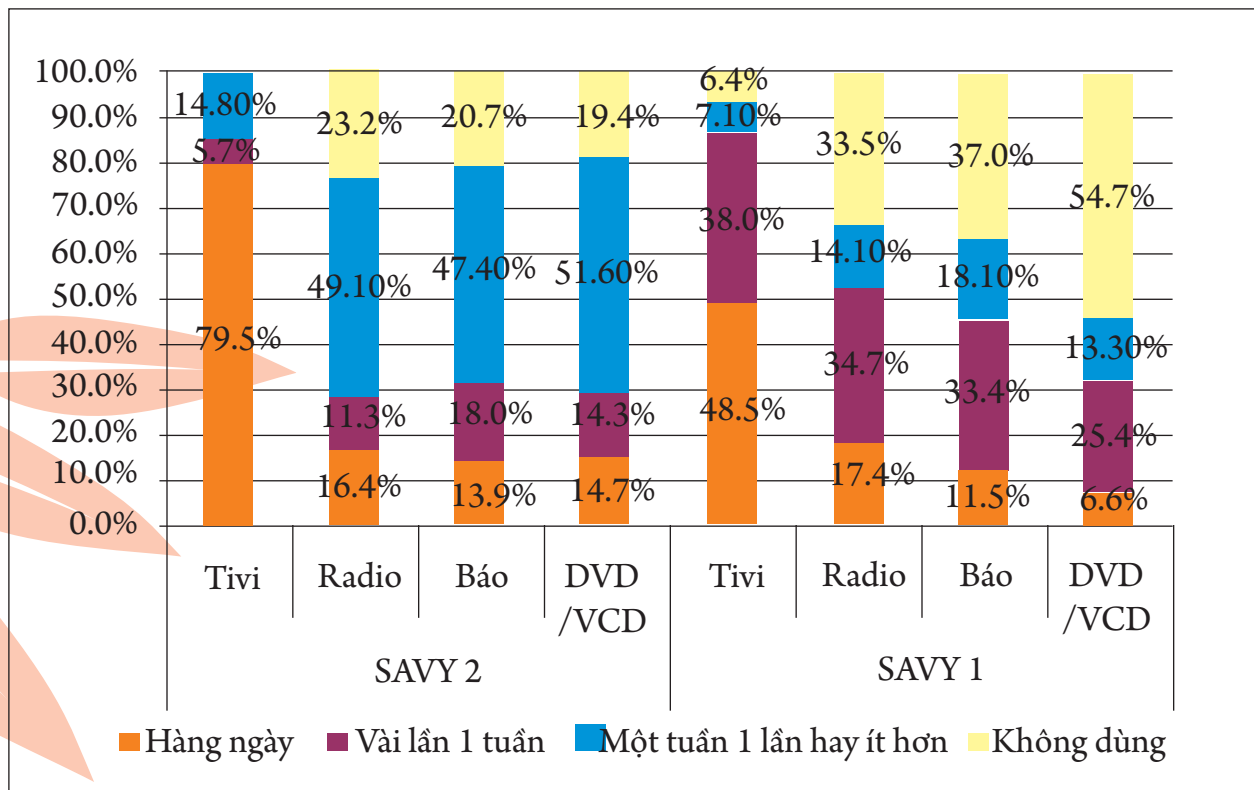
Kết quả cuộc điều tra lần này cũng bộc lộ rõ nét hơn những thay đổi không những về khả năng tiếp cận và mức độ tần xuất sử dụng các phương tiện mà còn về sở thích và sự lựa chọn của giới trẻ với mỗi kênh truyền thông, cụ thể như sau:



a. Tỷ lệ thanh, thiếu niên chưa hề sử dụng phương tiện thông tin đại chúng nào đều giảm mạnh ở SAVY 2 so với SAVY 1. Riêng đối với truyền hình, hiện nay, hầu như không còn thanh thiếu niên nào chưa bao giờ được xem, trong khi cách đây 5 năm vẫn còn khoảng trên 6,4% thuộc nhóm này. Số thanh niên chưa bao giờ sử dụng VCD/DVD cũng đã giảm mạnh, từ gần 54,7% trong SAVY 1 xuống còn trên 19,4% ở SAVY 2. Đáng chú ý là số thanh niên không đọc báo giảm đáng kể, từ 57% ở SAVY 1 xuống còn 20,7% tại SAVY 2.

b. Mức độ sử dụng "hàng ngày" với hầu hết các phương tiện phổ cập nhìn chung đều tăng, nhất là sử dụng ti vi hàng ngày, ngoại trừ radio có giảm chút ít (1%). Tuy nhiên tỷ lệ đọc báo hàng ngày tăng không đáng kể (13,9% ở SAVY 2 so với 11,5% ở SAVY 1).

BIỂU ĐỒ 2: Tần suất sử dụng các phương tiện thông đại chúng ở SAVY2 và SAVY1

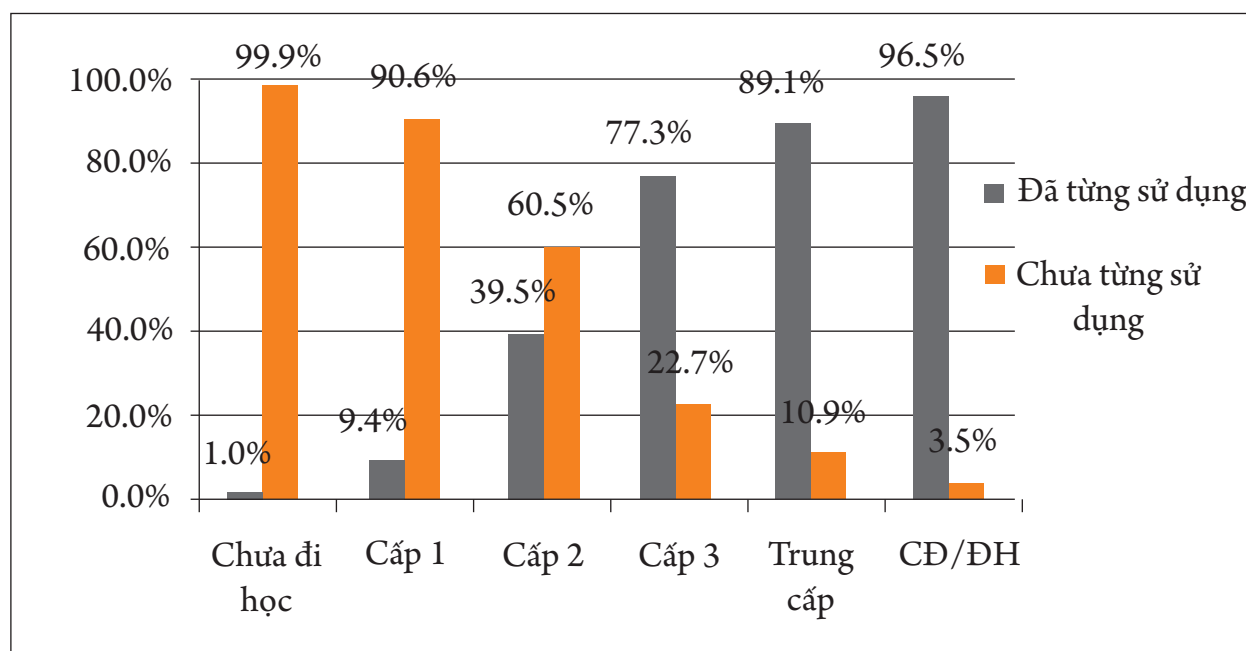


Có một vấn đề đáng ghi nhận là sau 5 năm, giữa hai cuộc điều tra, internet là phương tiện truyền thông đại chúng có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất, có thể nói là sự “bùng nổ” của internet. Nếu ở SAVY 1 chỉ có 17% thanh thiếu niên sử dụng internet thì con số này ở SAVY 2 đã tăng lên đến 61%. Ở SAVY 1, trong số những người sử dụng internet, trung bình mỗi người dành 11,7 giờ mỗi tháng để truy cập internet. Ở SAVY 2 con số này đã cao gấp 3 lần, lên đến 34,2 giờ. Nghĩa là nếu ở SAVY 1 bình quân 3 ngày những người có sử dụng internet mới dành khoảng 1 giờ để truy cập, thì ở SAVY 2 mỗi ngày mỗi người có sử dụng internet đã dành hơn một giờ để vào mạng internet.

Kết quả SAVY 2 cũng cho thấy có sự khác biệt theo đặc trưng nhân khẩu học của thanh, thiếu niên trong việc sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng.

Về học vấn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát SAVY 2 cho thấy có tới 64,6% số thanh, thiếu niên học hết cấp I không bao giờ đọc báo và 37% thanh, thiếu niên học vấn thấp (từ cấp I trở xuống) chưa bao giờ nghe đài. Tuy nhiên, điều đáng lưu ý là có tới 3,4% thanh, thiếu niên có trình độ cao đẳng, đại học chưa bao giờ đọc báo và 18,8% những người ở trình độ ấy chưa bao giờ nghe đài.

BIỂU ĐỒ 3: Tần suất sử dụng các phương tiện thông đại chúng ở SAVY2 và SAVY1



Đối với truyền hình, mức độ thường xuyên theo dõi/xem truyền hình tăng theo trình độ học vấn, cụ thể chưa đi học: 30,3%; cấp I: 62,8%; cấp II: 78,6%; cấp III: 83,6%, trung cấp 86,9% và cao đẳng, đại học 81,3%.

Cũng giống như các phương tiện truyền thông đại chúng khác, thanh thiếu niên có trình độ học vấn thấp ít có điều kiện sử dụng internet hơn các nhóm khác, cụ thể 90% nhóm thanh, thiếu niên học cấp I và 60% nhóm thanh, thiếu niên học cấp II chưa từng sử dụng internet, trong khi con số này ở nhóm thanh, thiếu niên học cao đẳng, đại học là 3,5%.

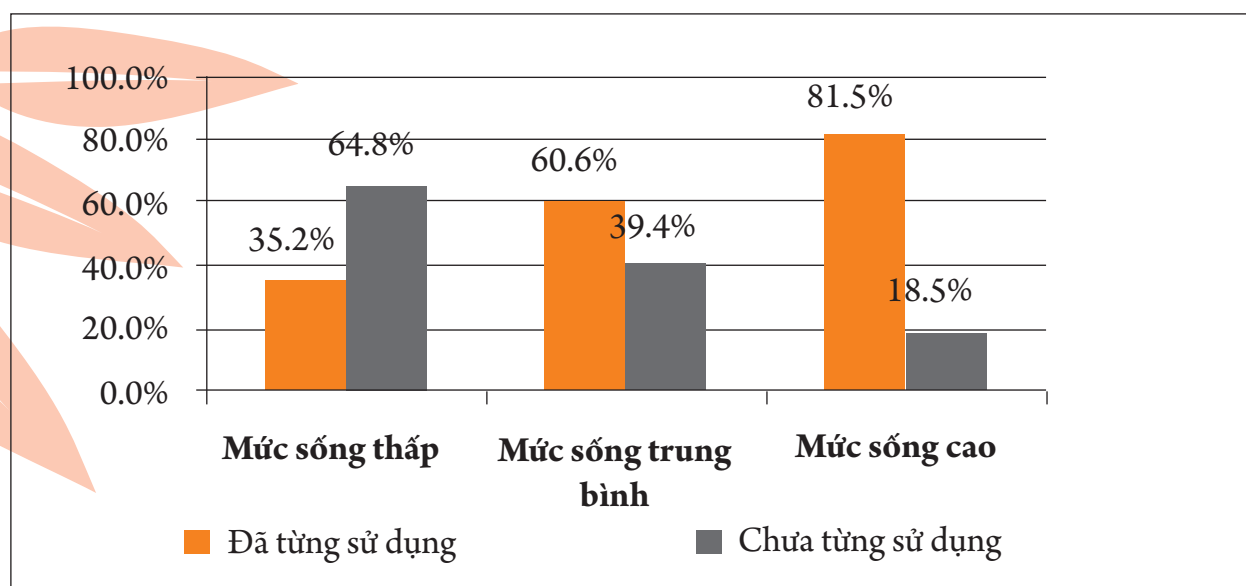
Về khu vực sống: Nếu kết quả SAVY 2 cho thấy hai nhóm thanh, thiếu niên thành thị và nông thôn có tỷ lệ sử dụng ti vi gần tương đương nhau thì có sự khác biệt rõ rệt trong việc đọc sách báo, tạp chí ở hai khu vực này. Tỷ lệ thanh thiếu niên ở khu vực đô thị đọc sách báo, tạp chí hàng ngày cao hơn khu vực nông thôn (24% so với 10%), điều này có thể được lý giải là thanh thiếu niên sống ở thành thị dễ dàng mua sách báo, tạp chí hơn vùng nông thôn. Trong khi, thanh thiếu niên sống ở khu vực nông thôn nghe đài nhiều hơn so với khu vực thành thị (28% so với 23%).

BẢNG 4. Sở hữu các phương tiện truyền thông của hộ gia đình thanh, thiếu niên

Tần suất sử dụng	Thành Thị				Nông Thôn			
	Tivi	Radio	Báo	DVD/VCD	Tivi	Radio	Báo	DVD/VCD
Hàng ngày	84,7%	14,7%	24,0%	15,9%	76,2%	16,7%	9,8%	14,3%
Vài lần 1 tuần	4,5%	11,6%	23,0%	14,7%	6,4%	10,5%	15,3%	13,8%
Một tuần 1 lần	0,8%	2,1%	6,0%	2,6%	0,7%	2,3%	3,8%	2,5%
Thỉnh thoảng	9,7%	43,5%	33,9%	47,5%	15,7%	47,8%	47,0%	48,8%
Không sử dụng	0,3%	28,1%	13,1%	19,2%	1,0%	22,7%	24,1%	20,4%

Về mức sống: Tương tự như học vấn, tỷ lệ sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng của thanh, thiếu niên có liên quan rõ rệt đến mức sống, chủ yếu ở hai nhóm mức sống thấp và cao, và đối với các phương tiện hiện đại như internet (Biểu đồ 4). Đối với truyền hình là phương tiện phổ biến nhất, tỷ lệ thanh thiếu niên trong nhóm có mức sống thấp thường xuyên xem truyền hình là 68,8% trong khi tỷ lệ này ở nhóm có mức sống trung bình là 82,8% và cao là 86%. Có tới 34% nhóm thanh, thiếu niên có mức sống thấp chưa bao giờ đọc báo, 27% chưa bao giờ nghe đài.

BIỂU ĐỒ 4: Tỷ lệ sử dụng internet của thanh thiếu niên, phân theo mức sống



Về giới tính: Tỷ lệ nữ thanh thiếu niên không sử dụng radio là 28%, cao hơn đáng kể so với nam (19%). Về sử dụng DVD/VCD, nam sử dụng nhiều hơn nữ (15% nam không sử dụng so với 24% nữ không sử dụng). Không có sự khác nhau đáng kể giữa nam và nữ đối với việc đọc báo và xem tivi.

BẢNG 5. Mức độ sử dụng các phương tiện thông đại chúng phân theo giới tính

Tần xuất sử dụng	Nam giới				Nữ giới			
	Tivi	Radio	Báo	DVD/VCD	Tivi	Radio	Báo	DVD/VCD
Hàng ngày	79.8%	19.1%	13.0%	16.8%	76.3%	13.4%	12.9%	12.6%
Vài lần 1 tuần	6.5%	12.1%	17.6%	15.8%	5.5%	9.3%	16.3%	12.2%
Một tuần 1 lần	0.5%	2.4%	3.8%	2.4%	0.9%	2.1%	4.8%	2.8%
Thỉnh thoảng	12.6%	46.9%	44.5%	49.2%	16.2%	46.7%	43.6%	47.9%
Không sử dụng	0.6%	19.4%	21.1%	15.7%	1.1%	28.4%	22.3%	24.6%

Về độ tuổi: Tương tự như đối với khu vực sống và giới tính, không có sự khác biệt về tỷ lệ sử dụng tivi giữa các nhóm tuổi. Nhưng có sự khác biệt rõ rệt trong việc nghe đài, đọc báo và sử dụng internet của thanh, thiếu niên. Tỷ lệ thanh thiếu niên nghe đài và đọc báo nhìn chung vẫn thấp, trong số đó thanh, thiếu niên lớn tuổi hơn có xu hướng nghe đài và đọc báo nhiều hơn so với thanh, thiếu niên ít tuổi hơn (20,1% ở lứa tuổi 22 – 25 so với 16,4% ở lứa tuổi từ 18 – 21 và 14,4% ở nhóm tuổi 14 – 17 thường xuyên nghe đài). Ngược lại đối với việc sử dụng internet, thanh thiếu niên ít tuổi có xu hướng sử dụng internet nhiều hơn so với thanh, thiếu niên lớn tuổi hơn (64,2% thanh, thiếu niên ở độ tuổi 14 – 17 có sử dụng internet, trong khi đó tỷ lệ này tại nhóm 18 – 21 là 57,2% và nhóm 22 – 25 là 45,1%).

Dân tộc: Nhìn chung mức độ và tần xuất sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng của nhóm dân tộc Kinh/Hoa đều cao hơn các nhóm dân tộc khác: 22% người Kinh/Hoa không dùng radio so với 30% trong nhóm các dân tộc thiểu số; tỷ lệ không đọc báo ở người Kinh/Hoa chỉ là 18% so với 34% các nhóm dân tộc khác.

Như vậy, kết quả SAVY 2 cho thấy có sự khác biệt về đặc trưng nhân khẩu học xã hội của thanh, thiếu niên trong việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng. Mức độ tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng nói chung và nhất là những phương tiện hiện đại vẫn có xu hướng nghiêng về tầng lớp có mức sống khá, có trình độ học vấn cao. Những thanh, thiếu niên ít sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng hơn thường là những thanh, thiếu niên có mức sống và trình độ học vấn thấp.

4.3. Các hình thức giải trí của thanh thiếu niên trong thời gian rảnh

Các phương tiện thông tin đại chúng cũng là các phương tiện được thanh, thiếu niên sử dụng nhiều nhất vào thời gian rảnh rỗi. Khi được hỏi những việc thường làm trong thời gian rảnh rỗi, kết quả cho thấy phần lớn thanh, thiếu niên dành thời gian rảnh rỗi cho việc xem tivi (96,8%), nghe nhạc (90,8%), đọc sách/báo/tạp chí (77,1%). Đi chơi với bạn hay người yêu cũng là một trong những hoạt động chính của thanh, thiếu niên khi có thời gian rảnh. Những hoạt động giải trí khác liên quan tới phương tiện truyền thông đại chúng cũng khá phổ biến có mức độ thấp hơn nhiều như: sử dụng internet (45%), hay chơi các trò chơi điện tử (38,2%). Xem phim hay xem văn nghệ chỉ ở mức 25%.

Cũng có thể thấy có một tỷ lệ đáng kể nam thanh niên, nhất là khu vực thành thị hiện đang tham gia vào những hoạt động thiếu lành mạnh và có hại cho sức khỏe, ví dụ gần 8% số nam thanh niên thành thị tham gia vào cờ bạc và 44% uống rượu bia.

Xem xét cụ thể hơn xu hướng sử dụng thời gian rảnh rỗi của thanh thiếu niên, các kết quả phân tích sâu cho thấy sự khác biệt lớn nhất giữa nam và nữ giới là ở các hoạt động thiếu lành mạnh như uống rượu bia, đánh bạc với tỷ lệ nam giới uống rượu với bạn bè trong thời gian rảnh rỗi cao hơn khoảng 5 lần so với nữ và đánh bạc nhiều hơn gấp khoảng 4 lần; nữ giới có tỷ lệ đọc sách cao hơn nam giới trong khi nam giới dành nhiều thời gian cho internet hơn. Thanh niên thành thị có tỷ lệ chơi game cao hơn hẳn so với thanh niên nông thôn, và nữ cũng ít chơi game hơn nam, nhất là ở vùng nông thôn tỷ lệ nữ thanh niên chơi game chỉ bằng 1/2 nam thanh niên.

Nhóm thanh, thiếu niên độ tuổi 14-17 có xu hướng sử dụng thời gian rảnh rỗi cho các hoạt động: đọc sách, sử dụng internet, chơi game, chơi thể thao nhiều hơn so với 2 nhóm ở độ tuổi lớn hơn. Cụ thể:

- Tỷ lệ đọc sách khi rảnh của thanh, thiếu niên nhóm tuổi 14-17 là 81,6%, trong khi nhóm 18-21 tuổi là 75%, và 22-25 tuổi là 70,1%.

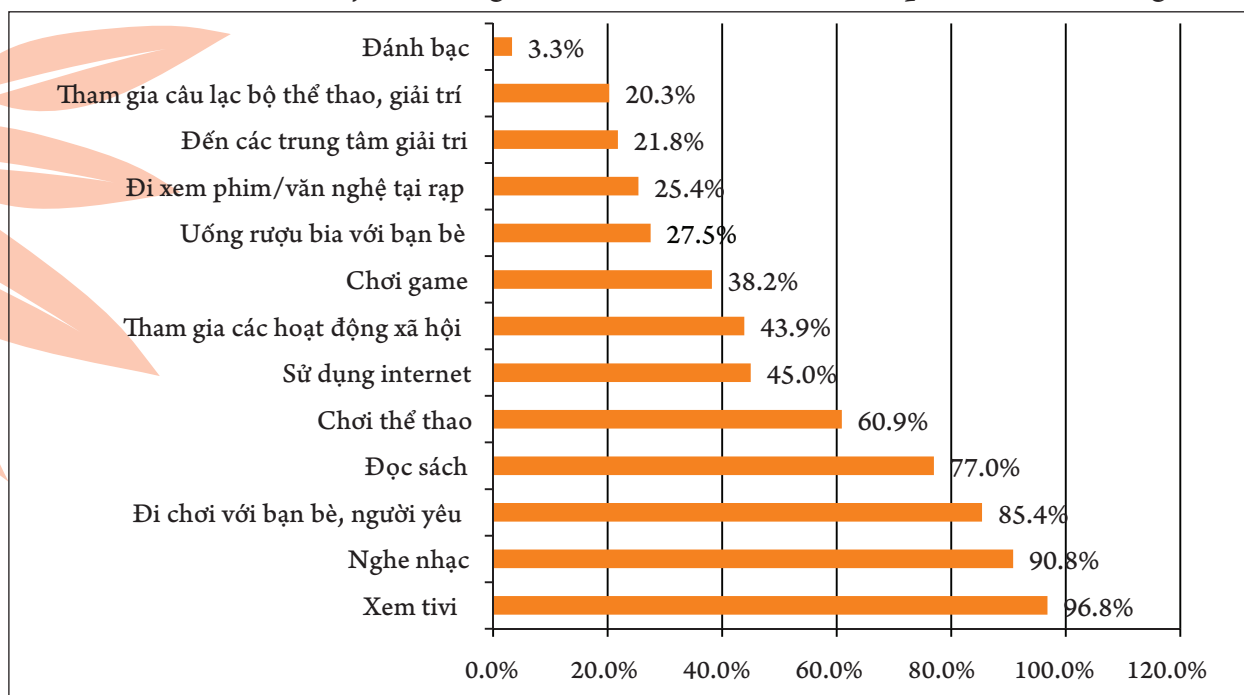
- Tỷ lệ sử dụng internet của nhóm thanh thiếu niên 14-17 tuổi là 49,7%, cao hơn 3,9% so với nhóm 18-21 tuổi và cao hơn 15,5% so với nhóm 22-27 tuổi.

Nhóm thanh niên ở độ tuổi từ 18 trở lên có xu hướng tham gia các hoạt động giải trí khác nhiều hơn như đi xem phim/văn nghệ tại rạp, uống rượu bia, đánh bạc nhiều hơn so với nhóm thanh thiếu niên độ tuổi 14-17. Cụ thể:

- Tỷ lệ uống rượu/ bia với bạn bè khi có thời gian rảnh rỗi của nhóm 22-25 tuổi là 45,1%, cao hơn 9,5% so với nhóm 18-21 tuổi và cao hơn 30,9% tỷ lệ của nhóm 14-17 tuổi.

Đáng lưu ý nhất là các hoạt động có hại cho sức khỏe như uống rượu bia với bạn bè, đánh bạc không có sự khác biệt rõ rệt giữa các nhóm trình độ học vấn, nhưng thanh niên thành thị nói chung có xu hướng tham gia những hoạt động này nhiều hơn thanh niên khu vực nông thôn.

BIỂU ĐỒ 7: Tỷ lệ sử dụng internet của thanh thiếu niên, phân theo mức sống



BẢNG 5. Sử dụng thời gian rỗi của thanh thiếu niên phân theo giới tính và nông thôn, thành thị 1

Các loại hoạt động giải trí	Thành thị		Nông thôn	
	Nam	Nữ	Nam	Nữ
Xem tivi	97,4	97,2	97,0	96,3
Nghe nhạc	94,7	92,3	92,4	87,3
Đi chơi với bạn bè, người yêu	88,3	84,6	87,9	82,1
Đọc sách	77,6	85,0	71,8	79,8
Chơi thể thao	79,0	42,1	80,0	41,1
Sử dụng internet	75,4	63,1	42,8	31,1
Tham gia các hoạt động xã hội	40,8	39,2	46,3	44,2
Chơi game	66,8	43,0	42,8	22,2
Uống rượu bia với bạn bè	44,4	9,1	48,8	5,7
Đi xem phim/ văn nghệ tại rạp	31,4	33,4	24,8	21,5
Đến các trung tâm giải trí	37,0	31,8	22,7	12,4
Tham gia câu lạc bộ thể thao, giải trí	33,5	18,1	24,2	12,6
Đánh bạc	7,9	1,8	5,0	0,3

4.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng

Để xác định được các yếu tố nào có ảnh hưởng đến hành vi sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng của thanh, thiếu niên hiện nay, chúng tôi sử dụng phương pháp phân tích đa biến để đánh giá mức độ tác động của các đặc điểm nhân khẩu học và yếu tố kinh tế xã hội (tuổi, giới, tình trạng hôn nhân, trình độ văn hóa, nghề nghiệp, điều kiện sống, khu vực sống, dân tộc) đến hành vi sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng của thanh, thiếu niên. Trong báo cáo này, các phương tiện truyền thông đại chúng được phân tích là: truyền hình, radio, báo/tạp chí và internet.

Xem truyền hình: kết quả phân tích đa biến trong bảng 6 cho thấy, trong điều kiện các chỉ số khác không thay đổi, các đặc điểm nhân khẩu học như giới tính, học vấn, dân tộc và điều kiện sống có tác động rõ rệt đến hành vi xem truyền hình của thanh, thiếu niên, như: tỷ lệ xem truyền hình của nữ giới chỉ bằng 0,69 lần so với nam giới; tỷ lệ xem truyền hình ở nhóm học cấp I cao gấp 2,7 lần và nhóm học đại học cao gấp 8,7 lần so với nhóm chưa đi học. Thanh, thiếu niên dân tộc thiểu số có tỷ lệ xem truyền hình chỉ bằng 0,73 lần so với những thanh, thiếu niên dân tộc Kinh và Hoa. Tỷ lệ xem truyền hình ở nhóm có mức sống trung bình và mức sống cao cao gấp từ 1,9 đến 2,1 lần so với nhóm có mức sống thấp.

Điều này có ý nghĩa quan trọng giúp khi xây dựng các chương trình truyền hình sao cho phù hợp với từng nhóm đối tượng đích.

Nghe đài: kết quả SAVY 2 (Bảng 7) cho thấy địa bàn sinh sống, trình độ học vấn, điều kiện sống, nhóm tuổi, giới tính, dân tộc là những yếu tố có tác động mạnh nhất đến hành vi nghe đài

BẢNG 6. Các yếu tố tác động tới xem truyền hình của thanh, thiếu niên

	Biến so sánh		Odds Ratio	95%CI
	Nam	Nữ		
Giới tính	Nam	Nữ	0,69	0,60 – 0,80
	Không đi học	Cấp I	2,72	1,95 – 3,79
		Cấp II	4,99	3,69 – 6,76
		Cấp III	7,49	5,42 – 10,36
		Trung cấp	9,76	5,90 – 16,15
		CD/ĐH trở lên	8,77	5,24 – 14,66
Dân tộc	Kinh, Hoa	Dân tộc khác	0,73	0,62 – 0,86
Mức sống	Mức sống thấp	Mức sống trung bình	1,93	1,60 – 2,33
		Mức sống cao	2,15	1,75 – 2,64

của thanh, thiếu niên, cụ thể: tỷ lệ nghe đài của nữ giới chỉ bằng 0,57 lần so với nam giới. Tỷ lệ nghe đài của nhóm tuổi từ 22 – 25 cao gấp 1,28 lần so với nhóm 14 – 17. Tỷ lệ nghe đài của thanh, thiếu niên tại nông thôn gấp 1,2 lần so với thanh, thiếu niên tại thành thị, tỷ lệ nghe đài ở nhóm học cấp I, II, III, cao đẳng và đại học lần lượt gấp 1,7 lần; 2,6 lần; 2,3 lần; 2,4 lần và 2 lần so với nhóm chưa đi học. Những thanh, thiếu niên dân tộc thiểu số có tỷ lệ nghe đài chỉ bằng 0,5 lần so với những thanh, thiếu niên dân tộc Kinh và Hoa và nhóm có điều kiện sống cao có tỷ lệ nghe đài gấp 1,5 lần so với nhóm thanh, thiếu niên có điều kiện sống thấp.

BẢNG 7. Các yếu tố tác động tới nghe đài của thanh, thiếu niên

Các yếu tố	Biến so sánh		Odds Ratio	95%CI
	Nam	Nữ		
Giới tính			0,57	0,51 – 0,65
	14 – 17	18 - 21	1,09	0,95 – 1,27
		22 - 25	1,28	1,07 – 1,52
Khu vực sống	Thành thị	Nông thôn	1,18	1,02 – 1,38
	Không đi học	Cấp I	1,67	1,04 – 2,67
		Cấp II	2,58	1,67 – 3,99
		Cấp III	2,31	1,48 – 3,61
		Trung cấp	2,37	1,45 – 3,86
		CD/ĐH trở lên	2,07	1,26 – 3,42
Dân tộc	Kinh, Hoa	Dân tộc khác	0,54	0,50 – 0,68
	Mức sống thấp	Mức sống trung bình	1,0	0,87 – 1,17
		Mức sống cao	1,54	1,33 – 1,79

Độc báo: chỉ có các yếu tố nhóm tuổi, khu vực sống, tình trạng hôn nhân, dân tộc, điều kiện sống là những yếu tố tác động mạnh nhất đến hành vi đọc báo, tạp chí của thanh, thiếu niên hiện nay (Bảng 8). Tỷ lệ đọc báo, tạp chí của thanh, thiếu niên nông thôn chỉ bằng 0,59 lần so với thanh, thiếu niên thành thị. Tỷ lệ đọc báo, tạp chí của thanh, thiếu niên dân tộc thiểu số chỉ bằng 0,78 lần so với thanh, thiếu niên dân tộc Kinh/ Hoa. Tỷ lệ thanh, thiếu



niên có điều kiện sống trung bình có tỷ lệ đọc báo, tạp chí cao gấp 1,35 lần so với nhóm thanh, thiếu niên có điều kiện sống thấp và đặc biệt nhóm có điều kiện sống cao có tỷ lệ đọc báo chí cao gấp 2,1 lần. Nhóm thanh thiếu niên chưa kết hôn có tỷ lệ đọc báo, tạp chí chỉ bằng 0,63 lần so với nhóm thanh, thiếu niên đã kết hôn.

BẢNG 8. Các yếu tố tác động tới nghe đài của thanh, thiếu niên

Các yếu tố	Biến so sánh		Odds Ratio	95%CI
	14 – 17	18 - 21	0,80	0,69 – 0,93
		22 - 25	0,93	0,77 – 1,13
Khu vực sống	Thành thị	Nông thôn	0,59	0,51 – 0,69
Dân tộc	Kinh, Hoa	Dân tộc khác	0,78	0,66 – 0,92
	Mức sống thấp	Mức sống trung bình	1,35	1,15 – 1,58
		Mức sống cao	2,11	1,33 – 1,79
Hôn nhân	Đã từng kết hôn	Chưa từng kết hôn	0,63	0,52 – 0,76

Sử dụng internet: Các yếu tố giới tính, nhóm tuổi, khu vực sống, dân tộc, tình trạng hôn nhân và điều kiện sống là những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng internet của thanh, thiếu niên hiện nay. Ví dụ: tỷ lệ sử dụng internet của nữ giới chỉ bằng 0,7 lần so với nam giới. Tỷ lệ sử dụng internet của nhóm tuổi 18 – 21 cao hơn 0,6 lần so với nhóm tuổi 14 – 17 và của nhóm 22 – 25 cao hơn 0,4 lần. Tỷ lệ sử dụng internet của thanh niên nông thôn chỉ bằng một nửa so với thanh thiếu niên thành thị; và của thanh, thiếu niên dân tộc thiểu số chỉ bằng 1/3 so với dân tộc Kinh/Hoa.

4.5. Tiếp nhận nội dung thông tin trên các phương tiện truyền thông đại chúng

Hiện nay, thanh thiếu niên có nhiều cơ hội để tiếp nhận và tiếp cận các nguồn thông tin qua phát thanh, truyền hình, báo chí, internet... hơn so với các thế hệ trước đây. Vì vậy mức độ tiếp nhận thông tin của thanh, thiếu niên khá phụ thuộc vào chất lượng nội dung chương trình và thị hiếu của họ. Để tìm hiểu sự quan tâm thanh, thiếu niên tới các chương trình truyền thông hiện nay, SAVY 2 có đưa ra câu hỏi về các nội dung trên các kênh truyền thông thường được thanh niên tiếp nhận.

Kết quả phân tích cho thấy thanh, thiếu niên nghe đài hiện nay vẫn khá quan tâm đến các vấn đề thời sự chính trị, xã hội, cụ thể có tới 42% số thanh, thiếu niên nghe đài nói là họ quan tâm đến mục “Thời sự”. Sự quan tâm đến các vấn đề chính trị không chỉ phản ánh khả năng cập nhật của thanh niên với những biến đổi căn bản đang diễn ra trong đời sống hàng ngày mà còn nói lên sự trưởng thành về mặt xã hội của thanh thiếu niên hiện nay. Nội dung văn hóa – văn nghệ chiếm vị

BẢNG 9. Các yếu tố tác động tới hành vi sử dụng internet của thanh, thiếu niên

Các yếu tố	Biến so sánh		Odds Ratio	95%CI
Giới tính	Nam	Nữ	0,65	0,57 – 0,75
	Nam	18 - 21	0,64	0,55 – 0,75
22 - 25		0,38	1,07 – 1,52	
Khu vực sống	Thành thị	Nông thôn	0,48	0,40 – 0,59
	Dân tộc	Kinh, Hoa	Dân tộc khác	0,31
Mức sống thấp		Mức sống trung bình	1,98	1,69 – 2,31
		Mức sống cao	3,10	2,62 - 3,66
Hôn nhân	Đã từng kết hôn	Chưa từng kết hôn	0,49	0,39 – 0,60

trí thứ hai với 37% số thanh niên thường nghe các chương trình văn hóa-văn nghệ trên đài phát thanh.

Đáng chú ý là có sự khác biệt trong việc lựa chọn các nội dung thông tin giữa nam và nữ trên sóng phát thanh. Trong số những thanh, thiếu niên nghe đài theo dõi các chương trình thời sự, tỷ lệ nam giới cao hơn nữ giới, 45% so với 38%. Ngược lại, trong số những thanh, thiếu niên theo dõi các chương trình văn hoá, nghệ thuật thì tỷ lệ nam giới thấp hơn nữ giới, 34% so với 40%. Và chỉ có một tỷ lệ rất nhỏ thanh, thiếu niên nghe các chương trình khoa học kỹ thuật, nên việc so sánh sự khác biệt giữa nam và nữ không rõ.

Ngoài những chương trình kể trên là những chương trình được thính giả thanh niên đón nhận nhiều nhất, rất nhiều các chương trình khác có nhiều thông tin và bổ sung kiến thức hữu ích cho thanh thiếu niên nói riêng và cho xã hội nói chung lại rất ít được thanh thiếu niên quan tâm như: Thông tin lao động việc làm, Tin học và cuộc sống, Khoa học công nghệ, Tài nguyên môi trường, hoặc Tư vấn pháp luật. Đáng lưu ý là thanh niên nông thôn lại hầu như không xem chương trình Nông nghiệp và Nông thôn trong khi họ là lứa tuổi lao động chính ở khu vực này và đang rất cần trang bị và cập nhật kiến thức.

Mức độ sử dụng internet vào các mục đích giải trí như nghe nhạc/xem phim, chơi trò chơi, hoặc chat đều tăng lên đáng kể từ SAVY 1 đến SAVY 2. Đồng thời việc dùng internet cho mục đích tìm thông tin hay đọc báo cũng tăng lên đáng kể. Tuy nhiên, tỷ lệ sử dụng internet để trao đổi qua email lại giảm đi, phải chăng do sự tăng trưởng mạnh của các phương tiện truyền thông khác, chẳng hạn như điện thoại di động và nhất là sự bùng nổ của các mạng xã hội. Điều lý thú là ở SAVY 2 có một bộ phận thanh, thiếu niên đã sử dụng internet một cách chủ động, tích cực như để tạo blog hay để đăng tải, đưa thông tin lên mạng. Ở SAVY 1 không có câu hỏi cho các hoạt động này, song cũng chỉ có 11% thanh thiếu niên cho biết họ dùng internet vào mục đích "khác" như chat, email,

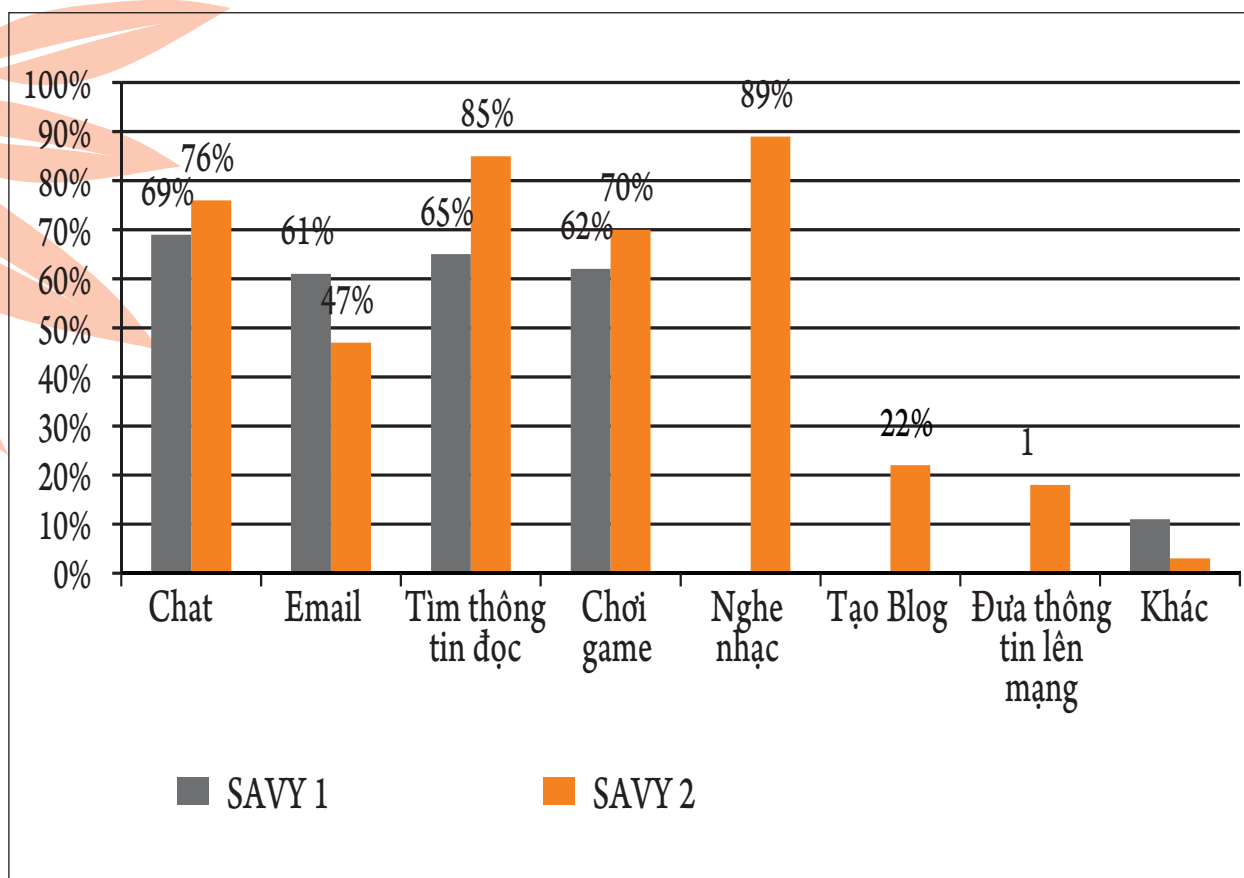
BẢNG 10. Chương trình phát thanh được thanh, thiếu niên nghe nhiều trong tuần

	Thành thị		Nông thôn		Chung	
	Nam	Nữ	Nam	Nữ	Nam	Nữ
Chương trình thời sự	39,3%	34,0%	46,9%	39,5%	45,3%	38,2%
Quân đội nhân dân	0,8%	0,9%	2,1%	1,8%	1,8%	1,6%
Chương trình ca nhạc	24,8%	23,8%	19,7%	22,0%	20,8%	22,4%
Ca nhạc theo yêu cầu	12,7%	17,0%	10,5%	15,9%	11,0%	16,1%
Ca nhạc quốc tế	3,7%	4,7%	1,7%	1,6%	2,1%	2,3%
Chương trình thể thao	6,5%	1,0%	5,0%	0,8%	5,3%	0,9%
Kể chuyện	1,4%	2,1%	1,3%	1,6%	1,3%	1,7%
Nông nghiệp, nông thôn	0,0%	0,4%	0,9%	1,0%	0,7%	0,8%
Chương trình thiếu nhi	0,6%	0,7%	0,3%	0,9%	0,4%	0,8%
Sân khấu, kịch nói, cải lương	1,1%	1,2%	0,9%	1,6%	1,0%	1,5%
Thông tin lao động việc làm	0,3%	0,2%	0,7%	0,6%	0,7%	0,5%
Tin học và cuộc sống	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,3%
Khoa học công nghệ	1,1%	0,1%	0,7%	0,4%	0,8%	0,3%
Tài nguyên môi trường	0,2%	0,1%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%
Vì an ninh tổ quốc	0,2%	1,4%	0,8%	1,4%	0,7%	1,4%
Tư vấn pháp luật	0,1%	1,2%	0,4%	0,7%	0,3%	0,8%
Khác	1,0%	2,1%	1,0%	1,3%	1,0%	1,5%
Không nghe, không nhớ	5,8%	8,8%	6,3%	8,4%	6,2%	8,5%

tìm thông tin, và chơi trò chơi. Nếu trong phân tích của SAVY 1 có bao gồm cả "nghe nhạc/xem phim", "tạo blog", hay "đăng tải, đưa thông tin lên mạng" thì việc so sánh giữa hai cuộc điều tra sẽ thể hiện rõ hơn độ gia tăng rất mạnh ở SAVY 2 việc sử dụng internet vào những mục đích này.

Những kết quả trên đây đặt ra một số vấn đề cần có những nghiên cứu sâu hơn để đánh giá và tìm lời giải thích cho những vấn đề nêu trên, cũng như một số câu hỏi được đặt ra từ nghiên cứu này, ví dụ như: phải chăng cuộc sống ở thành thị có nhiều áp lực đối với thanh, thiếu niên khiến khán giả hướng đến các thông tin mang tính chất giải trí nhiều hơn? Hoặc các chương trình giáo dục và giải trí hiện nay trên các phương tiện truyền thông đại chúng đã thực sự hướng tới đối tượng thanh, thiếu niên ở nông thôn và do đó chưa thật sự phù hợp với nhu cầu cũng như thị hiếu của họ hay chưa? Làm thế nào để phương tiện truyền thông trở thành công cụ hỗ trợ hữu ích hơn cho thanh thiếu niên Việt Nam trong việc định hướng, giáo dục cũng như cung cấp những kiến thức thiết thực cho sự phát triển của họ trong tương lai ?

BIỂU ĐỒ 8: Mục đích sử dụng Internet của thanh thiếu niên



4.6. Các nguồn thông tin về việc làm, kiến thức về SKSS, HIV/AIDS của thanh thiếu niên

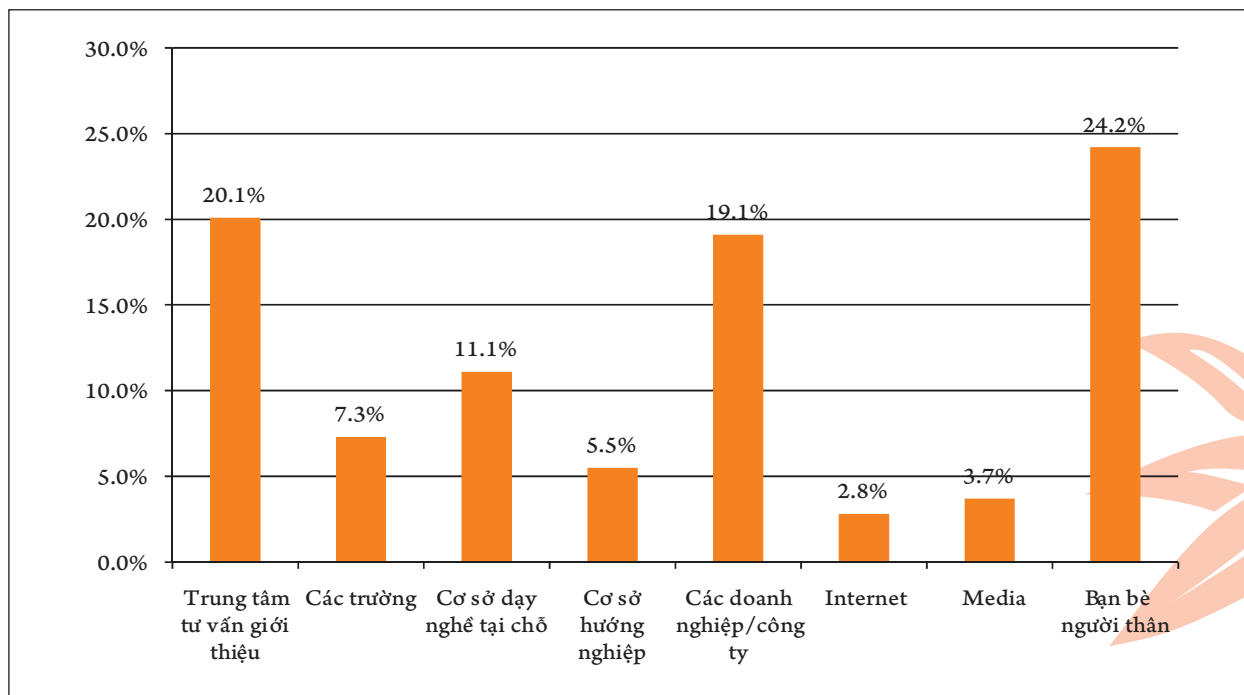
a. Thông tin truyền thông đại chúng với vấn đề lao động, việc làm

Đối với vấn đề lao động việc làm, khi được hỏi thanh, thiếu niên hiện nay có thể tìm việc làm chủ yếu từ đâu thì chỉ có 3% trong số được hỏi nghĩ rằng có thể tìm việc làm qua internet, và 4% cho rằng có thể tìm việc làm qua quảng cáo trên các phương tiện truyền thông đại chúng khác. Nguồn thông tin về việc làm đối với đa số thanh niên vẫn chủ yếu là do bạn bè, người thân giới thiệu (24%), tại trung tâm tư vấn/xúc tiến/giới thiệu việc làm (20%), tại các doanh nghiệp/công ty (19%), và tại các cơ sở dạy/đào tạo nghề tại chỗ (11%). Một số thanh niên nghĩ rằng có thể tìm được việc làm từ thông tin có được ở trường phổ thông/cao đẳng/đại học (7%), hay tại các trung tâm hướng nghiệp (6%).

Tuy nhiên điều gì khiến những người trẻ tuổi, đối tượng chủ yếu của các chương trình hướng nghiệp, lao động, việc làm ít quan tâm và tin tưởng đến nội dung này trên các phương tiện truyền thông đại chúng là vấn đề quan trọng cần được lý giải.

b. Các kênh thông tin với kiến thức về tuổi dậy thì, tình dục, SKSS và HIV/AIDS của thanh thiếu niên.

BIỂU ĐỒ 9: Ý kiến của thanh niên về những nguồn hỗ trợ tìm kiếm việc làm



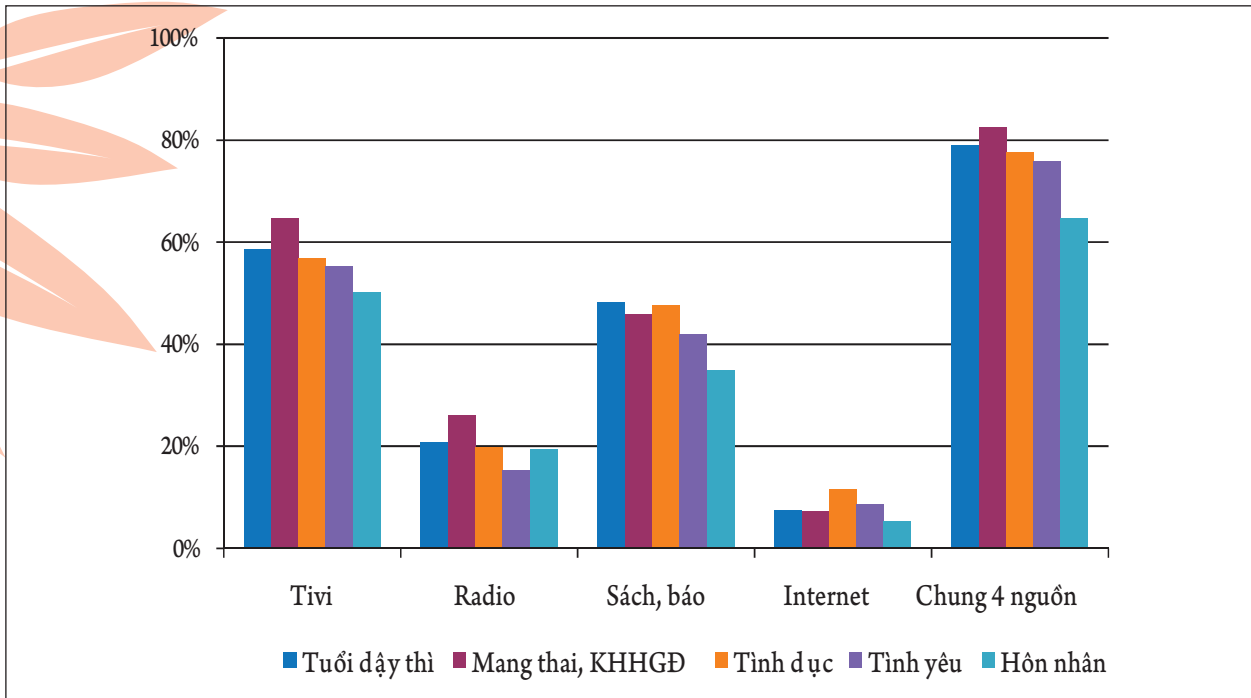
Tương tự như tại SAVY 1, SAVY 2 có gộp các kênh truyền thông thành 4 nhóm chính. Nhóm phương tiện truyền thông; thông tin đại chúng, cán bộ chuyên môn (giáo viên, nhân viên y tế), gia đình và các tổ chức xã hội. Kết quả cho thấy có sự khác biệt rất lớn về các nguồn cung cấp thông tin cho thanh niên về tuổi dậy thì, mang thai, KHHGĐ, tình dục, tình yêu và HIV/AIDS.

Kênh thông tin đại chúng: Trong SAVY 2, thanh, thiếu niên được hỏi về các nguồn thông tin họ đã tiếp cận theo một danh sách, gồm 17 kênh cung cấp thông tin về tuổi dậy thì, tình dục và 13 kênh cung cấp thông tin về sức khỏe sinh sản và HIV/AIDS. Kết quả phân tích (trình bày tại Biểu đồ 10) cho thấy có khoảng từ <60% - 80% thanh, thiếu niên trong mẫu điều tra ở SAVY 2 đã nghe nói đến tuổi dậy thì, kinh nguyệt, mộng tinh, mang thai và các biện pháp tránh thai, tình dục, tình yêu, và hôn nhân thông qua các kênh thông tin đại chúng nêu trên.

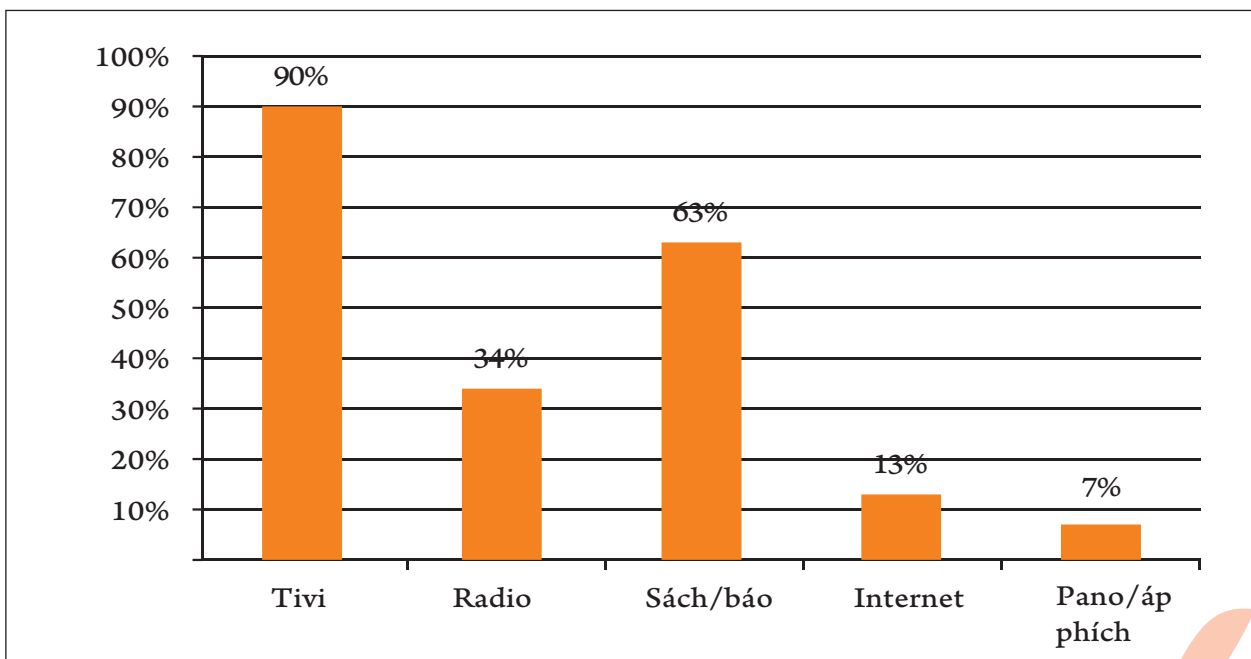
Ở cả 5 chủ đề, truyền hình có vai trò quan trọng nhất vì nó cung cấp thông tin cho đông đảo thanh, thiếu niên nhất với khoảng 65% thanh, thiếu niên nói rằng họ tiếp nhận các nguồn thông tin trên từ truyền hình. Tiếp đến là khoảng trên 40% thanh, thiếu niên tiếp nhận được các thông tin này qua sách/báo. Tỷ lệ thanh, thiếu niên nhận các thông tin từ internet nhìn chung là còn ít do tỷ lệ sử dụng thấp và tập trung hơn cho một số hoạt động khác như chat hoặc chơi game.

Đối với thông tin về HIV và AIDS, các phương tiện thông tin đại chúng cũng đóng vai trò quan trọng gần như tuyệt đối với việc cung cấp kiến thức cho thanh, thiếu niên. Có đến 90% thanh, thiếu niên nghe về HIV từ truyền hình, 34% từ radio, 63% biết từ sách/báo/tạp chí/tờ rơi/tờ bướm, 13% biết qua internet, và 7% biết qua pano/áp phích. Vai trò của internet tuy còn khiêm tốn tại thời điểm hiện nay, song có lẽ sẽ có nhiều thanh, thiếu niên biết về HIV/AIDS qua internet hơn khi nó ngày càng trở nên phổ biến hơn trong tương lai.

BIỂU ĐỒ 10: Nghe nói về các chủ đề SKSS qua các phương tiện thông tin đại chúng



BIỂU ĐỒ 11: Nghe nói về các chủ đề HIV/AIDS qua các phương tiện thông tin đại chúng



Về tương quan các nhóm xã hội cụ thể, xét riêng về nội dung tuổi dậy thì, mang thai, KHHGD, tình dục, tình yêu và HIV/AIDS, kết quả SAVY 2 cho thấy nam thanh thiếu niên xem truyền hình nhiều hơn nữ thanh, thiếu niên; trong khi đó nữ thanh, thiếu niên quan tâm đến nội dung này cao hơn nam giới ở việc đọc báo (Bảng 11). Với các nhóm xã hội khác như học vấn, mức sống thì các chỉ số theo dõi ở nội dung này cũng nghiêng hẳn về tầng lớp có mức sống khá, học vấn cao. Đây cũng là thêm một bằng chứng về sự thiệt thòi của các nhóm có học vấn thấp và mức sống thấp.

BẢNG 11. Nghe nói về các chủ đề SKSS và HIV/AIDS qua các phương tiện thông tin đại chúng phân theo giới tính

	Ti vi		Radio		Sách		Internet	
	Nam	Nữ	Nam	Nữ	Nam	Nữ	Nam	Nữ
Tuổi dậy thì	51,5%	33,6%	5,3%	2,5%	13,4%	17,5%	2,2%	0,5%
Mang thai, KHHGD	54,3%	45,0%	8,6%	5,8%	9,3%	11,9%	1,2%	0,8%
Tình dục	43,9%	38,9%	5,9%	4,4%	13,4%	16,4%	2,9%	1,4%
Tình yêu	43,4%	29,6%	4,6%	2,5%	8,6%	12,9%	1,2%	0,6%
Hôn nhân	41,8%	30,4%	4,4%	3,1%	7,7%	11,7%	0,8%	0,5%
HIV/AIDS	84,5%	81,4%	5,2%	4,4%	3,3%	5,4%	0,3%	0,9%

Các kênh thông tin trực tiếp: Tại SAVY 2 các nguồn thông tin khác cung cấp kiến thức về sức khỏe sinh sản và HIV/AIDS như nguồn thông tin qua cán bộ chuyên môn, nguồn thông tin từ gia đình, bạn bè, nguồn thông tin từ các tổ chức xã hội đều có tỷ lệ thấp hơn rất nhiều so với SAVY 1 cách đây 5 năm. Chẳng hạn trong khi tại SAVY 1 tỷ lệ thanh, thiếu niên nhận thông tin về HIV/AIDS qua cán bộ chuyên môn là 85,3%, thì ở SAVY 2 tỷ lệ này chỉ có 3,1%. Điều này cho thấy hiện nay có thể vẫn còn nhiều trở ngại trong truyền thông trực tiếp đến thanh, thiếu niên.

BẢNG 12. Nghe nói về các chủ đề SKSS và HIV/AIDS qua các phương tiện thông tin đại chúng phân theo giới tính

	Tuổi dậy thì	Mang thai, BPTT	Tình dục	Tình yêu	Hôn nhân	HIV/AIDS
Truyền thông đại chúng	8084 80,5%	8537 85,0%	7940 79,1%	7721 76,9%	6620 65,9%	9818 97,8%
Cán bộ chuyên môn	4100 40,8%	2523 25,1%	2134 21,2%	3269 32,6%	5039 50,2%	308 3,1%
Gia đình, bạn bè	2610 26,0%	3327 33,1%	2191 21,8%	1376 13,7%	1549 15,4%	4097 40,8%
Tổ chức xã hội	3595 35,8%	1845 18,4%	3210 32,0%	7042 70,1%	2895 28,8%	1236 12,3%

Sự trao đổi trực tiếp của thanh, thiếu niên với người khác về vấn đề về tuổi dậy thì và tình dục cũng là vấn đề quan trọng do một số nghiên cứu khác đã chỉ ra rằng những người có trao đổi với người khác về các vấn đề này luôn chiếm tỷ lệ cao trong kiến thức và thực hành tốt (CCRD, 2006). Khi trả lời câu hỏi về vấn đề này, có đến 31,4% thanh, thiếu niên không bao giờ nói chuyện với bất kỳ ai về tuổi dậy thì và tình dục.

Trong số thanh, thiếu niên có nói chuyện với người khác về tuổi dậy thì và tình dục, thanh, thiếu niên nói với bố mẹ có tỷ lệ cao nhất (45,6%), sau đó là nói với bạn bè (11,9%) và thấp nhất là nói với hàng xóm và giáo viên (0,1%). Khi phân tích theo giới tính, cũng giống như SAVY 1, kết quả SAVY 2 cho thấy có sự khác biệt đáng kể giữa hai giới về việc nói chuyện về tuổi dậy thì và tình dục, có 61,1% nam giới không nói chuyện với bất kỳ người nào về vấn đề này còn ở nữ giới chỉ là 3,4%. Một trong những giải thích có thể là hiện tượng kinh nguyệt lần đầu gây lo lắng cho thiếu nữ và các em cần sự giúp đỡ về vệ sinh cơ thể nhiều hơn là các em nam khi xuất tinh lần đầu.

BẢNG 13. Người đầu tiên thanh, thiếu niên nói chuyện về tuổi dậy thì và tình dục

	Giới tính		Chung (9421)
	Nam (n=4568)	Nữ (n=4853)	
Bố, mẹ	331 7,2%	3967 81,7%	4298 45,6%
Anh, chị	71 1,6%	328 6,8%	399 4,2%
Họ hàng	11 0,2%	80 1,6%	91 1,0%
Hàng xóm	5 0,1%	4 0,1%	9 0,1%
Thầy cô giáo	3 0,1%	7 0,1%	10 0,1%
Bạn bè	910 19,9%	211 4,3%	1121 11,9%
Người yêu	40 0,9%	7 0,1%	47 0,5%
Người khác	6 0,1%	53 1,1%	59 0,6%
Không nói với ai	2789 61,1%	167 3,4%	2956 31,4%
Không nhớ	402 8,8%	29 0,6%	431 4,6%

Hầu hết thanh, thiếu niên trong SAVY 2 đã nghe nói về chủ đề mang thai hay kế hoạch hóa gia đình qua các nguồn thông tin khác nhau (Biểu đồ 12). Chỉ có 7% người được hỏi trong SAVY 2 chưa nghe về các chủ đề này. Đối với những người đã lập gia đình, tỷ lệ nghe nói về chủ đề này từ vợ/chồng mình là 30%. Như vậy, có khoảng gần 1/3 các cặp vợ chồng trẻ có trao đổi với nhau về



mang thai và KHHGD. Các nguồn thông tin quan trọng khác bao gồm thầy cô giáo và nhà trường (19%), bạn bè hay người yêu (18%), nhân viên y tế hay cán bộ dân số (14%). Trong gia đình, thanh, thiếu niên biết thông tin về mang thai và KHHGD chủ yếu từ mẹ hay chị em gái.

Mặc dù internet đang trở nên ngày càng thông dụng trong giới trẻ, nhưng cũng chỉ có 8% thanh, thiếu niên tìm hiểu thông tin về mang thai và KHHGD qua internet. Các trung tâm tư vấn hay các câu lạc bộ của thanh, thiếu niên chỉ là nguồn cung cấp thông tin về mang thai và KHHGD cho một bộ phận rất nhỏ thanh, thiếu niên.

Khi được hỏi về mức độ chủ động tìm hiểu thông tin về chủ đề này, chỉ có 42% thanh, thiếu niên trong SAVY 2 cho biết họ đã từng "nói chuyện với ai đó" về mang thai hay kế hoạch hóa gia đình. Tỷ lệ nữ chủ động nói chuyện với người khác về chủ đề này là 47%, cao hơn tỷ lệ ở nam đến 10% (nam chỉ có 37% đã từng trao đổi với người khác về chủ đề này). Tỷ lệ này cũng cao hơn ở thanh, thiếu niên đô thị so với thanh, thiếu niên nông thôn. Tỷ lệ này cũng tăng theo độ tuổi và trình độ học vấn. Chẳng hạn, trong khi chỉ có 26% thanh, thiếu niên ở nhóm tuổi 14-17 đã từng nói chuyện với người khác về mang thai hay KHHGD, thì tỷ lệ này lên đến 48% ở nhóm tuổi 18-21 và 68% ở nhóm tuổi 22-25. Ở nhóm có trình độ cao đẳng/đại học tỷ lệ này là 66%, cao hơn hẳn tỷ lệ ở nhóm có trình độ tiểu học (46%), THCS (33%) hay THPT (42%). Điều đáng chú ý là

thanh, thiếu niên người dân tộc thiểu số có 47% đã từng nói chuyện với người khác về mang thai hay KHHGD trong khi ở người Kinh/Hoa tỷ lệ này chỉ là 41%.

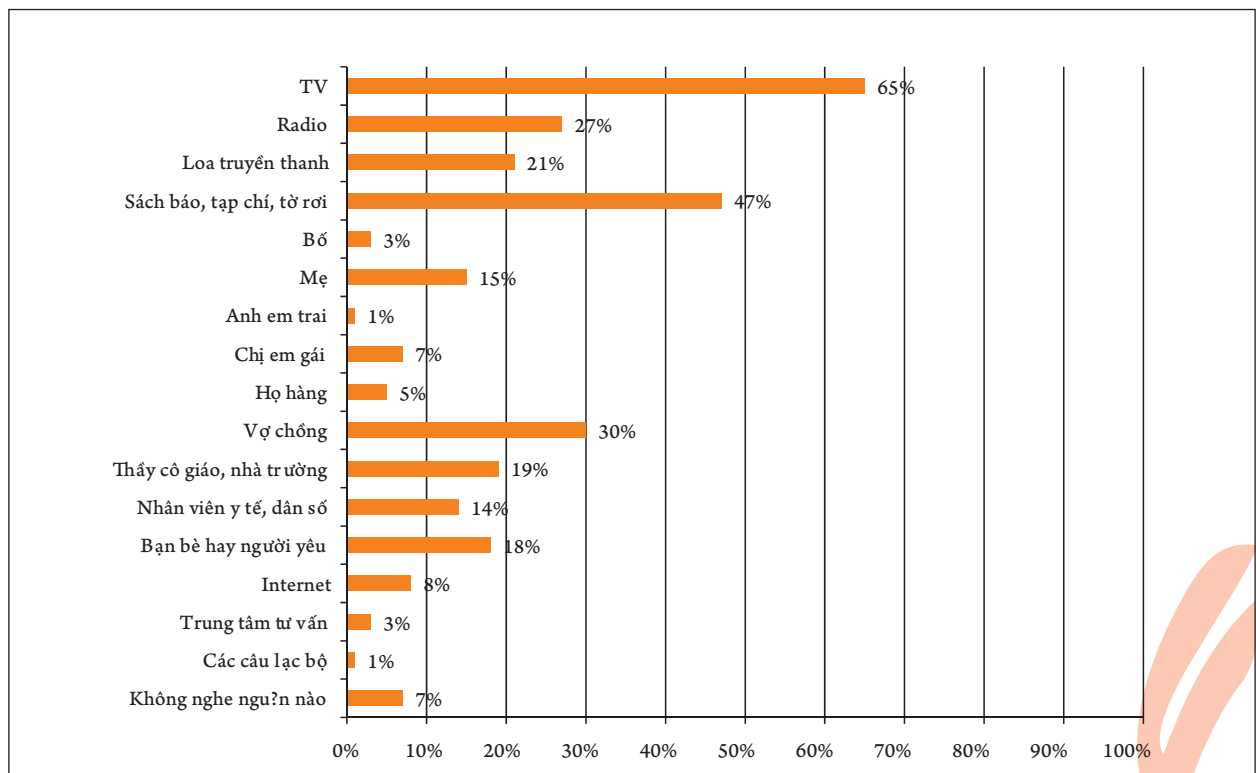
Như vậy, mặc dù đa số thanh, thiếu niên trong SAVY 2 có biết ít nhiều về mang thai hay KHHGD, song phần lớn biết được một cách thụ động, do các nguồn thông tin khác nhau đem lại. Những người chủ động nói chuyện với người khác về chủ đề này chiếm chưa đến một nửa số thanh, thiếu niên trong mẫu SAVY 2. Điều này cho thấy hoặc là mức độ quan tâm của thanh, thiếu niên Việt Nam chưa cao, hoặc họ còn thấy ngại ngùng trao đổi với người khác về đề tài này.

4.7. Tác động của truyền thông đại chúng đối với thanh thiếu niên.

Trong khuôn khổ báo cáo chuyên đề về truyền thông của nghiên cứu SAYY 2, báo cáo chỉ tập trung vào đánh giá sự tác động của truyền thông đại chúng lên kiến thức về biện pháp tránh thai hiện đại và HIV/AIDS của thanh, thiếu niên.

Để tìm ra sự ảnh hưởng việc sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng tới kiến thức của thanh, thiếu niên về biện pháp tránh thai hiện đại và HIV, SAVY 2 có sử dụng phương pháp phân tích đa biến để không chế tác động của các biến đặc điểm cá nhân và đặc điểm kinh tế xã hội, tiếp

BIỂU ĐỒ 12: Tỷ lệ nghe thông tin về KHHGD qua các nguồn thông tin



Lưu ý cho Biểu đồ: Nguồn "anh em trai" chỉ tính trong số những người có anh em trai; nguồn "chị em gái" chỉ tính trong số những người có chị em gái; nguồn "vợ/chồng" chỉ tính trong số những người đã có vợ/chồng.

cận với các phương tiện truyền thông (tuổi, giới, trình độ văn hóa, nghề nghiệp, điều kiện sống, khu vực sống, dân tộc, xem tivi, nghe đài, đọc báo và sử dụng internet).

Kết quả phân tích đa biến cho thấy đối với hiểu biết về các biện pháp tránh thai hiện đại, trong các phương tiện thông tin đại chúng như đài, báo, tivi và internet, chỉ có đọc báo và sử dụng internet là có tác động có ý nghĩa thống kê lên kiến thức về các biện pháp tránh thai hiện đại của thanh, thiếu niên. Tỷ lệ những thanh, thiếu niên đọc báo có kiến thức về các biện pháp tránh thai hiện đại gấp 1,5 lần so với những thanh, thiếu niên không đọc báo và tỷ lệ này ở những thanh, thiếu niên sử dụng internet cũng gấp 2 lần so với thanh, thiếu niên không sử dụng internet.

Đối với kiến thức về các đường lây truyền HIV, trong các phương tiện thông tin đại chúng như: đài, báo, tivi và internet, thì chỉ có xem tivi, đọc báo và sử dụng internet là có tác động có ý nghĩa thống kê lên kiến thức về các đường lây truyền HIV. Tỷ lệ những thanh, thiếu niên xem tivi thường xuyên có kiến thức gấp 1,3 lần so với những thanh, thiếu niên không xem tivi thường xuyên; Và tỷ lệ này ở những thanh, thiếu niên đọc báo thường xuyên là 1,2 lần so với thanh thiếu niên không đọc báo thường xuyên; Và những thanh, thiếu niên có sử dụng internet cũng gấp 1,4 lần so với những thanh, thiếu niên không sử dụng internet.

Như vậy, các nguồn thông tin đại chúng đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với thanh, thiếu niên, cả trong việc cung cấp các kiến thức, kỹ năng sống, bao gồm thông tin về việc làm, các kiến

BẢNG 14. Tác động của truyền thông đại chúng tới kiến thức về các biện pháp tránh thai hiện đại của thanh, thiếu niên

Các yếu tố	Biến so sánh		Odds Ratio	95%CI
Giới tính	Nam	Nữ	1,54	1,19 – 1,97
	14 – 17	18 - 21	1,38	1,03 – 1,85
		22 - 25	3,75	2,53 – 5,54
	Mức sống thấp	Mức sống trung bình	1,27	0,93 – 1,74
		Mức sống cao	2,00	1,30 - 3,08
Đọc báo	Đọc báo	Không đọc báo	1,49	1,02 – 2,18
Sử dụng Internet	Sử dụng Internet	Không sử dụng Internet	2,03	1,41 – 2,91

thức về SKSS, sức khỏe tình dục, HIV/AIDS cũng như trong hoạt động vui chơi giải trí. Trong nhiều trường hợp, thanh, thiếu niên tìm hiểu các vấn đề họ quan tâm qua các phương tiện thông tin đại chúng còn nhiều hơn từ nhà trường hay gia đình. Các phương tiện thông tin đại chúng thực sự đã thành các công cụ giúp thanh, thiếu niên tìm hiểu về cuộc sống của bản thân và đời sống xã hội, cũng như là các phương tiện giúp họ tham gia vào đời sống xã hội.

BẢNG 15. Tác động của truyền thông đại chúng tới kiến thức về các đường lây truyền HIV của thanh, thiếu niên

Các yếu tố	Biến so sánh		Odds Ratio	95%CI
	Nam	Nữ		
Giới tính			0,75	0,69 – 0,82
	14 – 17	18 - 21	1,10	0,99 – 1,22
		22 - 25	1,42	1,26 – 1,61
Xem ti vi	Xem tivi	Không xem tivi	1,34	1,18 – 1,52
Đọc báo	Đọc báo	Không đọc báo	1,23	1,11 – 1,35
Sử dụng Internet	Sử dụng Internet	Không sử dụng Internet	1,45	1,30 – 1,61

V. KẾT LUẬN

Từ kết quả phân tích Điều tra Quốc gia về Vị thành niên và Thanh niên Việt Nam lần thứ hai thực hiện năm 2009, về mức độ và những yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận các phương tiện truyền thông, chúng tôi có thể rút ra một số kết luận sau:

- Lứa tuổi thanh thiếu niên hiện nay có điều kiện tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng tốt hơn nhiều so với 5 năm trước. Truyền hình vẫn là phương tiện truyền thông được đa số thanh thiếu niên sử dụng nhiều nhất. Internet là phương tiện truyền thông có sự tăng trưởng đột phá trong giới thanh niên. Tuy nhiên việc sử dụng phần nhiều là cho các mục đích giải trí như: chat, chơi game, email. Các phương tiện truyền thông khác như Pano, tờ rơi chiếm tỷ lệ thấp.

- Không có sự khác biệt lớn trong việc tiếp cận và sử dụng các phương tiện phổ cập như phát thanh truyền hình, đài giữa thanh niên nông thôn và thành thị nhưng có sự khác biệt khá rõ giữa nhóm mức sống thấp và mức sống cao trong việc sở hữu những phương tiện truyền thông đắt tiền và đòi hỏi hệ thống hạ tầng cơ sở cao như: internet, điện thoại di động.

- Các yếu tố như: giới tính, học vấn, dân tộc và điều kiện sống có tác động rõ rệt đến việc tiếp cận và sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng của thanh thiếu niên.
- Có sự tương quan rõ rệt giữa tần suất sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng với kiến thức và hiểu biết của thanh niên về các vấn đề sức khỏe sinh sản, sức khỏe tình dục, HIV/AIDS. Vì vậy các phương tiện truyền thông đại chúng vẫn là kênh tuyên truyền có hiệu quả nhất để phổ biến các kiến thức về dậy thì, tình dục, SKSS/KHHGD và phòng chống HIV/AIDS cho thanh thiếu niên. Tuy nhiên hiện nay các kênh truyền thông đại chúng chưa được khai thác đúng mức cho các mục đích giáo dục sức khỏe, kỹ năng sống cũng như về hướng nghiệp cho thanh niên.

VI. KHUYẾN NGHỊ

- Các phương tiện truyền thông đại chúng đến nay vẫn là kênh thông tin quan trọng nhất đối với thanh thiếu niên Việt Nam. Vì vậy, cần tận dụng tối đa các ưu thế của các loại phương tiện này để cung cấp thông tin, phổ biến kiến thức và định hướng về lối sống cho thanh thiếu niên, nhất là với các phương tiện đã trở thành rất phổ cập với đại đa số thanh thiếu niên như truyền hình, phát thanh, sách báo và internet.
- Cần nhanh chóng tăng cường số lượng các chương trình giáo dục giải trí dành riêng cho giới trẻ trên các phương tiện truyền thông đại chúng mà thanh niên thường sử dụng. Trước mắt kênh Khoa học giáo dục cần đổi mới chương trình để hấp dẫn được nhiều khán thính giả trẻ hơn so với hiện nay.



- Để có thể xây dựng được các chương trình truyền thông tốt và hấp dẫn với thanh thiếu niên, cần có nhiều nghiên cứu hơn nữa về nhu cầu thông tin, sở thích cũng như xu hướng sử dụng các kênh truyền thông của những đối tượng này. Các nghiên cứu phải cần được tiến hành khá thường xuyên để giúp các nhà quản lý chương trình, các chuyên gia truyền thông nắm bắt và bổ sung được những thay đổi và tiến bộ nhanh chóng của công nghệ thông tin.
- Trong hoạch định chiến lược chính sách giáo dục thanh thiếu niên, cần có sự phân định rõ các kênh thông tin thích hợp với các mục đích, nội dung giáo dục và đối tượng khác nhau để nâng cao tính hiệu quả cũng như bảo đảm sự tiếp cận thông tin bình đẳng của các nhóm thanh niên có hoàn cảnh kinh tế xã hội khác nhau.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Y tế, Tổng cục Thống kê, UNICEF & WHO, 2005, Điều tra quốc gia Vị thành niên và thanh niên Việt Nam.
2. Tổng cục Thống kê 2006 - Điều tra mức sống Dân cư Việt nam.
3. Học viện Hành chính quốc gia Hồ Chí Minh, Trung tâm Nghiên cứu Phát triển Y tế cộng đồng (CCRD) 2006, Báo cáo kết quả đánh giá phim kịch truyền hình “Vượt qua thử thách”.
4. Đài Tiếng nói Việt Nam, Trung tâm Nghiên cứu Phát triển Y tế Cộng đồng (CCRD), 2007, Nghiên cứu điều tra cơ bản dự án VNM7R105.
5. Bùi Hoài Sơn, Khoa Xã hội học, 2006, Phương tiện truyền thông mới và những thay đổi văn hoá xã hội ở Việt Nam.
6. Đài Tiếng nói Việt Nam, Trung tâm Nghiên cứu Phát triển Y tế Cộng đồng (CCRD), 2007, Báo cáo nghiên cứu hình thành dự án VNM7R105.
7. TNS Vietnam 2006, Giám sát xu hướng lối sống Việt Nam.
8. Trung tâm Nghiên cứu Phát triển Y tế Cộng đồng (CCRD), 2005, Tìm hiểu hành vi nguy cơ của thanh niên thành phố Lào Cai
9. Đào Hoàng Bách, La Thành Nhân, 2003, Nghiên cứu thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng đến tình trạng quan hệ tình dục trước hôn nhân ở thanh thiếu niên trong độ tuổi 14 – 25 dựa trên số liệu điều tra về vị thành niên và thanh niên Việt Nam 2003.
10. Trần Thị Mỹ Hạnh (*), Lê Cự Linh (*), Mối liên quan của việc xem phim ảnh và trang web khiêu dâm tới quan niệm và hành vi tình dục của thanh thiếu niên chưa kết hôn ở quận Gia Lâm, Hà Nội (Đăng tại website: <http://www.vpha.org.vn>, Thứ hai, 26 Tháng 10, 2009).



Ban biên tập:

TS. Dương Quốc Trọng - Tổng cục trưởng Tổng cục Dân số - KHHGĐ (chủ biên)


Bà Trần Thị Thanh Mai, Vụ trưởng Vụ Truyền thông và giáo dục, Tổng cục DS - KHHGĐ

Ths. Nguyễn Đình Anh, Phó Vụ trưởng Vụ Truyền thông và giáo dục, Tổng cục DS - KHHGĐ

Ths. Vũ Thúy Nga, Dự án Phòng chống HIV/AIDS cho Thanh niên, Tổng cục DS - KHHGĐ

Bà Lê Yến Oanh, Dự án Phòng chống HIV/AIDS cho Thanh niên, Tổng cục DS - KHHGĐ

Bà Lê Song Lê, chuyên viên Vụ truyền thông và giáo dục, Tổng cục DS-KHHGĐ



Các quan điểm được trình bày trong báo cáo này là của nghiên cứu viên và không nhất thiết phản ánh quan điểm và chính sách của Tổng cục Dân số - KHHGD





Ngân hàng phát triển Châu Á



Tổng cục Dân số - KINHGD



Quy Dân số Liên hợp quốc

Quý vị có thể tìm thấy file điện tử
và thông tin về SAVY tại trang web
<http://www.hoanhiptm.vn>