ẢNH HƯỞNG CỦA TRUYỀN THÔNG TIÊU CỰC ĐẾN NHẬN THỨC XÃ HỘI VỀ PICKLEBALL TẠI VIỆT NAM

Trần Minh Thế
Khoa Giáo dục Thể chất - Đại học Đà Nẵng
Trịnh Quỳnh Đông Nghi
Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng

Tóm tắt: *Pickleball – môn thể thao kết hợp giữa tennis, bóng bàn và cầu lông – đang chứng kiến sự bùng nổ về mức độ phổ biến tại Việt Nam trong những năm gần đây. Song song với sự phát triển mạnh mẽ này, truyền thông đại chúng, đặc biệt là các nền tảng mạng xã hội như TikTok và Facebook, lại xuất hiện nhiều xu hướng tiêu cực liên quan đến cách thức thể hiện và diễn giải hình ảnh người chơi. Bài viết này tập trung phân tích hiện tượng truyền thông tiêu cực gắn liền với các biểu hiện định kiến giới và tình dục hóa hình ảnh vận động viên, đặc biệt là nữ giới. Thông qua phương pháp phân tích nội dung trên mạng xã hội, khảo sát định lượng với người chơi Pickleball và phỏng vấn sâu các cá nhân hoạt động tích cực trong cộng đồng, nghiên cứu đã nhận diện các mô típ tiêu cực thường gặp như giễu nhại, miệt thị ngoại hình, gán ghép tình cảm hoặc khai thác yếu tố giới nhằm mục đích giải trí. Những biểu hiện này không chỉ bóp méo hình ảnh Pickleball trong nhận thức công chúng mà còn làm giảm động lực tham gia của người chơi nữ – một lực lượng đang góp phần quan trọng vào sự phát triển bền vững của bộ môn. Từ kết quả nghiên cứu, bài báo đề xuất một số định hướng truyền thông tích cực nhằm tái định hình hình ảnh của Pickleball tại Việt Nam theo hướng đa dạng, công bằng và chuyên nghiệp hơn.*

Từ khóa: *Pickleball; truyền thông tiêu cực; định kiến giới; tình dục hóa; mạng xã hội.*

Nhận bài ngày 15.06.2025; gửi phản biện, chỉnh sửa, duyệt đăng ngày 28.8.2025
Liên hệ tác giả: Trịnh Quỳnh Đông Nghi; email: nghitrinh@gmail.com

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, Pickleball – môn thể thao kết hợp giữa Tennis, Bóng bàn và Cầu lông – đã ghi nhận sự phát triển bùng nổ trên phạm vi toàn cầu. Theo báo cáo của USA Pickleball Association (2023), số lượng người chơi Pickleball tại Hoa Kỳ đạt 8,9 triệu người, tăng trưởng 159% trong giai đoạn 2020–2023 [1]. Tính chất dễ tiếp cận, chi phí thấp và phù hợp với nhiều độ tuổi đã giúp Pickleball nhanh chóng lan tỏa ra ngoài khu vực Bắc Mỹ, thâm nhập vào các nước châu Âu và châu Á, trong đó có Việt Nam.

Tại Việt Nam, từ năm 2022, Pickleball bắt đầu được cộng đồng thể thao phong trào và các cơ sở giáo dục thể thao đón nhận tích cực. Các câu lạc bộ, giải đấu nhỏ được tổ chức tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và một số tỉnh thành miền Trung – Tây Nguyên. Sự hỗ trợ mạnh mẽ của truyền thông xã hội, đặc biệt là TikTok, Facebook và YouTube, đã đóng vai trò chủ chốt trong việc quảng bá Pickleball tới đông đảo công chúng, nhất là nhóm người trẻ tuổi. Tại Việt Nam, từ năm 2022, Pickleball bắt đầu được cộng đồng thể thao phong trào và các cơ sở giáo dục thể thao đón nhận tích cực. Các câu lạc bộ, giải đấu nhỏ được tổ chức tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và một số tỉnh thành miền Trung – Tây Nguyên. Sự hỗ trợ mạnh mẽ của truyền thông xã hội, đặc biệt là TikTok, Facebook và

YouTube, đã đóng vai trò chủ chốt trong việc quảng bá Pickleball tới đông đảo công chúng, nhất là nhóm người trẻ tuổi và phụ nữ trưởng thành.[1]

Tuy nhiên, bên cạnh những tín hiệu tích cực, xu hướng truyền thông về Pickleball tại Việt Nam cũng bộc lộ những vấn đề đáng lo ngại. Các nội dung tiêu cực, định kiến và tình dục hóa hình ảnh người chơi, đặc biệt là nữ giới, xuất hiện với tần suất ngày càng tăng trên các nền tảng mạng xã hội. Các mô típ giễu nhại, hạ thấp giá trị thể thao nghiêm túc của Pickleball thông qua việc gán ghép, châm biếm ngoại hình hay động cơ tham gia thể thao đã lan rộng, ảnh hưởng tiêu cực đến nhận thức xã hội về bộ môn này.

Nhiều bình luận tiêu cực gắn Pickleball với các định kiến giới sâu sắc như: "những cô gái trẻ còn tranh thủ 'cơ hội' ra sân để 'làm màu', 'khoe thân', 'sống ảo' hòng gây sự chú ý"[2], " mặc váy ngắn cũn cỡn, bra top, đến sân tập chỉ để chụp ảnh đăng mạng"[3], trong khi kỹ thuật và giá trị thể thao thực thụ của Pickleball bị xem nhẹ hoặc hoàn toàn bỏ qua. Truyền thông mạng xã hội, với tính lan tỏa nhanh chóng và khả năng khuếch đại hình ảnh định kiến, đang góp phần tái sản xuất các khuôn mẫu giới cũ kỹ, cản trở quá trình bình đẳng giới trong lĩnh vực thể thao cộng đồng tại Việt Nam.

Xu hướng tiêu cực này không chỉ ảnh hưởng đến hình ảnh Pickleball mà còn làm giảm động lực tham gia thể thao của nữ giới, đặc biệt là phụ nữ trưởng thành – đối tượng vốn đã phải đối mặt với nhiều rào cản xã hội trong việc duy trì hoạt động thể chất thường xuyên.

Hiện nay, các nghiên cứu trong nước về truyền thông thể thao chủ yếu tập trung vào các môn thể thao truyền thống như bóng đá, bóng chuyền, điền kinh; rất ít công trình phân tích các môn thể thao mới nổi như Pickleball và càng hiếm có nghiên cứu về mối liên hệ giữa truyền thông tiêu cực, định kiến giới và hành vi thể thao tại Việt Nam. Ở phạm vi quốc tế, một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng định kiến giới trong truyền thông thể thao có thể làm suy giảm hình ảnh bản thân của vận động viên nữ, hạn chế cơ hội tài trợ, và ảnh hưởng đến quá trình chuyên nghiệp hóa thể thao nữ [4], [5].

Do đó, nghiên cứu này có ý nghĩa thời sự và cần thiết, góp phần củng cố lí thuyết khung truyền thông, đồng thời cung cấp cơ sở thực tiễn cho việc xây dựng chiến lược truyền thông công bằng, bình đẳng giới trong thể thao cộng đồng tại Việt Nam.

2. NỘI DUNG

2.1 Mục đích và phương pháp nghiên cứu

2.1.1. Mục đích nghiên cứu

Bài báo đặt ra mục tiêu phân tích các biểu hiện truyền thông tiêu cực đối với Pickleball tại Việt Nam; đánh giá tác động của chúng tới nhận thức và hành vi của người chơi; đề xuất các giải pháp cải thiện hình ảnh truyền thông của môn thể thao này.

Các câu hỏi nghiên cứu cần được giải quyết là:

(1) Những mô típ truyền thông tiêu cực phổ biến liên quan đến Pickleball là gì?

(2) Các nội dung tiêu cực này ảnh hưởng thế nào đến thái độ và hành vi tham gia Pickleball của người chơi, đặc biệt là nữ giới?

(3) Làm thế nào để xây dựng một chiến lược truyền thông công bằng nhằm thúc đẩy phong trào tập luyện Pickleball tại Việt Nam?

---

[1] https://tuoitre.vn/phong-trao-pickleball-o-viet-nam-can-gan-duc-khoi-trong-20250314081754471.htm

[2] https://congthuong.vn/dang-sau-goc-khuat-cua-pickleball-la-mon-the-thao-gia-dinh-noi-xay-dung-cac-moi-quan-he-chat-luong-341578.html

[3] https://tienphong.vn/mac-gi-giua-tranh-cai-choi-pickleball-chu-yeu-khoe-than-lam-mau-post1664881.tpo

Để giải quyết các câu hỏi nghiên cứu này, bài viết vận dụng khung lý thuyết đóng khung truyền thông (Framing Theory) của Entman [2] và thuyết hoảng loạn đạo đức (Moral Panic Theory) của Cohen [3], kết hợp phương pháp phân tích, khảo sát định lượng và phỏng vấn sâu.

2.1.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp tiếp cận hỗn hợp (mixed-methods), kết hợp phân tích định tính và định lượng. Phương pháp định tính được áp dụng trong phân tích nội dung và phỏng vấn sâu, trong khi phương pháp định lượng được sử dụng trong khảo sát cộng đồng người dùng mạng xã hội.

Phân tích nội dung được thực hiện trên 50 video TikTok, 150 bình luận và 12 bài báo trực tuyến liên quan đến Pickleball tại Việt Nam trong giai đoạn từ tháng 01/2023 đến tháng 02/2025. Các tiêu chí lựa chọn dữ liệu gồm: (i) nội dung công khai, (ii) lượng tương tác cao (trên 10.000 lượt xem hoặc trên 500 lượt bình luận/like đối với video/bài viết), và (iii) liên quan trực tiếp đến hoạt động Pickleball.

Phương pháp khảo sát định lượng được tiến hành bằng bảng hỏi trực tuyến (Google Forms), thu thập dữ liệu từ 240 người dùng mạng xã hội trong độ tuổi từ 18–45, trong đó 72% thuộc thế hệ Gen Z. Bảng hỏi được thiết kế gồm 15 câu hỏi dạng Likert 5 mức độ nhằm đo lường trải nghiệm, thái độ và hành vi tiêu thụ nội dung truyền thông về Pickleball.

Phỏng vấn sâu bán cấu trúc (semi-structured interviews) được thực hiện với 6 người chơi Pickleball nữ tại Hà Nội và Đà Nẵng nhằm khai thác sâu nhận thức, trải nghiệm và tác động cảm xúc trước các nội dung truyền thông tiêu cực.

2.2. Công cụ nghiên cứu

Dữ liệu định tính (video, bình luận, bài báo) được nhập liệu, mã hóa và phân tích bằng phần mềm NVivo 12 Plus. Quy trình mã hóa theo phương pháp mã hóa chủ đề (thematic coding), trải qua ba bước: (i) mã hóa mở (open coding), (ii) mã hóa trục (axial coding), (iii) mã hóa chọn lọc (selective coding). Bốn nhóm chủ đề chính được xác định trước dựa trên khung lý thuyết, bao gồm: sexualization (tình dục hóa), stereotyping (định kiến), humorization (giễu nhại), trivialization (xem thường).

Dữ liệu khảo sát định lượng được xử lý bằng phần mềm Microsoft Excel 365 và kiểm định độ tin cậy nội bộ bằng hệ số Cronbach's Alpha ($\alpha > 0.7$ được chấp nhận). Các thống kê mô tả (mean, standard deviation) và phân tích tương quan Spearman được sử dụng để làm rõ mối liên hệ giữa mức độ tiếp xúc với truyền thông tiêu cực và thay đổi thái độ/hành vi thể thao.

Quá trình nghiên cứu tuân thủ nghiêm ngặt nguyên tắc đạo đức nghiên cứu xã hội học, bao gồm: bảo mật danh tính người tham gia, lấy ý kiến đồng thuận tham gia tự nguyện, và quyền rút lui khỏi khảo sát bất kỳ lúc nào.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1 Phân tích nội dung truyền thông tiêu cực

Kết quả phân tích 50 video TikTok, 150 bình luận và 12 bài báo cho thấy, các mô típ tiêu cực xuất hiện với tần suất cao và có tính lặp lại. Trong đó, tình dục hóa (sexualization) chiếm 35%, định kiến giới (stereotyping) chiếm 28%, giễu nhại (humorization) chiếm 23%, và xem thường (trivialization) chiếm 14% tổng số mã hóa. Đáng chú ý, các nội dung tình dục hóa thường tập trung vào việc bình phẩm ngoại hình, trang phục người chơi nữ, thay vì kỹ năng thi đấu. Các cụm từ phổ biến được ghi nhận gồm: "Mặc hở hang để tìm đại gia",