

## Gái mại dâm với nguy cơ SIDA: một số kết quả nghiên cứu ban đầu

BARBARA FRANKLIN và HOÀNG THÚY LAN.

### GIỚI THIỆU

Tổ chức CARE quốc tế tại Việt Nam tiến hành một nghiên cứu trong 1 năm về gái mại dâm và khách làng chơi ở hai thành phố. Chúng tôi muốn nói tại sao chúng tôi tiến hành nghiên cứu này và tiến hành như thế nào, và bàn luận về một số kết quả ban đầu. CARE đã quyết định tham gia vào nghiên cứu đối tượng truyền thông vì điều đó rõ ràng là cần thiết và vì CARE có kinh nghiệm về lĩnh vực này. Mại dâm và khách làng chơi được lựa chọn đầu tiên vì họ có nguy cơ nhiễm HIV sớm nhất. Thêm vào đó, đây là lĩnh vực mà các tổ chức phi chính phủ có thể có những đóng góp tích cực. Do một số nhóm có nguy cơ cao nhất lại đang tham gia vào những hoạt động bất hợp pháp ở Việt Nam (ví dụ như khách làng chơi, người mại dâm và người dùng ma túy), các cơ quan nhà nước có thể cảm thấy lúng túng khó xử. Quan hệ của họ với thành viên nhóm này có thể chỉ giới hạn ở các trung tâm phục hồi nhân phẩm mà bỏ qua những thành viên có nguy cơ nhất - những người còn trên đường phố. Tổ chức phi chính phủ có thể làm việc một cách dễ dàng hơn và không chính thức với các nhóm bên lề xã hội. Họ lại có thể cùng hợp tác với các cơ quan chính phủ trong việc thu thập số liệu và cung cấp thông tin cho những nhóm khó tiếp cận trên.

### TẠI SAO CẦN NGHIÊN CỨU ĐỐI TƯỢNG CỦA TRUYỀN THÔNG?

Chúng tôi quyết định tiến hành nghiên cứu sâu về đối tượng truyền thông vì một số lý do. Trước hết chúng tôi nhận thấy rằng mặc dù đã có một số chiến dịch sáng tạo và mạnh mẽ phòng chống SIDA ở Việt Nam, song có ít chiến dịch dựa trên việc nghiên cứu đối tượng. Phần lớn là các chiến dịch trên diện rộng nhằm nâng cao nhận thức về sự nguy hiểm của SIDA. Một số chiến dịch phòng chống SIDA sử dụng các tài liệu nhập, được xây dựng ở nước ngoài và dịch ra tiếng Việt, một số khác dựa trên những thông điệp chuẩn như "Ngăn chặn SIDA", "SIDA giết người", hay "Hãy bảo vệ bản thân khỏi mắc SIDA".

Kinh nghiệm trên thế giới cho thấy các chiến dịch như vậy giúp cho mọi người nâng cao hiểu biết về bệnh nhưng đáng buồn là nó hầu như không có tác dụng gì đối với việc thay đổi hành vi. Nói một cách khác, kiến thức về SIDA không trực tiếp dẫn đến việc thay đổi hành vi. Tất cả các nước trên thế giới đã hoặc đang học được sự thật đau lòng này, và Việt Nam cũng phải học điều đó.

Để thay đổi hành vi, cần có một chiến dịch hoàn toàn khác. Chiến dịch nhằm thay đổi hành vi không thể làm trên diện rộng, và chắc chắn nó không thể nhập ngoại. Nó phải thích hợp cho từng đối tượng riêng biệt - cho từng nhóm tuổi, giới, tầng lớp xã hội và vùng địa lý. Những chiến dịch này phải quan tâm đến thái độ, lòng tin, sự sợ hãi, hy vọng và

hành vi đặc thù riêng cho đối tượng đó. Ở đây, người tuyên truyền không được nghĩ về quảng đại quần chúng nữa và bắt đầu phải nhìn vào nhiều loại đối tượng khác nhau. Người tuyên truyền hiểu biết sâu về đối tượng sẽ không hạn chế họ trong việc chỉ rải rộng thông tin trong cả nước, mà phải đối thoại được với thành viên mỗi nhóm đối tượng. Truyền thông trở thành một quá trình giúp đỡ và hỗ trợ cho những ai muốn thay đổi hành vi. Cho đến nay, đó là cách truyền thông tốt nhất có được để phòng chống SIDA.

Nghiên cứu về đối tượng truyền thông không khó khi được tiến hành với sự hợp tác của đối tượng. Nói chung ai cũng đều có nhu cầu mọi người hiểu mình, và họ sẽ giải thích quan điểm của họ với sự kiên nhẫn đáng kể nếu như họ có được sự quan tâm và thông cảm hơn là sự nghiêm khắc và phê phán. Nhưng nghiên cứu đối tượng truyền thông sẽ mất nhiều thời gian và cần sự tiếp cận thận trọng và có hệ thống.

#### MÔ TẢ NGHIÊN CỨU.

Cuộc nghiên cứu gồm 3 giai đoạn, mỗi giai đoạn là một loại nghiên cứu khác nhau. Giai đoạn đầu tiên là quan sát và thu thập báo cáo của các cộng tác viên hạt nhân. Giai đoạn hai là nghiên cứu KAP<sup>(1)</sup> trên 900 đối tượng. Giai đoạn ba là phỏng vấn sâu để có thông tin về động cơ và suy nghĩ của mọi người về HIV/SIDA. Sản phẩm cuối cùng sẽ là một phân tích đầy đủ về đối tượng truyền thông, phân loại từng loại đối tượng và những khuyến nghị về các kênh và thông điệp truyền thông thích hợp nhất cho từng đối tượng. Báo cáo sẽ được hoàn thành vào tháng 5/1993.

#### PHÁT HIỆN CỦA CHÚNG TÔI

Mặc dù nghiên cứu chưa kết thúc, chúng tôi cũng muốn nói về một số phát hiện ban đầu. Trong thực tế, chúng tôi khám phá nhiều điều ngay từ ngày đầu tiên, và luôn luôn ngạc nhiên về những điều phát hiện được. Sau đây là những khám phá quan trọng nhất cho tới nay.

1. Mại dâm ở Việt Nam, cũng như ở nhiều nước khác, không phải là một phạm trù riêng rẽ tách biệt khỏi phần còn lại của cuộc sống. Thay vào đó, nó là một phần khá phát triển của ngành dịch vụ của hai thành phố được nghiên cứu, lồng ghép chặt chẽ với hoạt động kinh doanh nhỏ dưới nhiều dạng và có thể tìm thấy ở nhiều địa điểm khác nhau. Đó là một phần bình thường của cuộc sống ở đó.

2. Chính bởi vì mại dâm trên quan đến nền kinh tế chung, những người mại dâm trên quan đến quần thể dân chúng thông qua một mạng lưới chồng, vợ, bạn trai và bạn gái. Mặc dù ít người tự nhận mình có liên quan đến mại dâm, nhiều người trong đó bao gồm rất nhiều phụ nữ Việt Nam có liên quan đến nạn mại dâm cho dù họ biết hay không biết, thông qua hoạt động tình dục của chồng hoặc bạn trai.

3. Trong khi nghĩ gái mại dâm là không đạo đức và việc dùng các từ như "tai họa" hay "đáng hổ thẹn" để mô tả họ là phổ biến, thì công nghiệp tình dục giống như bất kỳ thị trường nào khác, được dẫn dắt bởi nhu cầu chứ không phải bởi sự cung cấp. Chúng tôi hy vọng rằng không cần thiết phải nói điều này với các bạn hôm nay, nhưng việc qui kết quan hệ tình dục ngoài hôn nhân là do gái mại dâm biểu hiện sự thiếu hiểu biết về nguyên

<sup>1</sup> KAP: kiến thức, thái độ thực hành.

nhân đẩy họ làm việc đó. Gái mại dâm, nói chung không quan tâm đến tình dục, ít nhất là với khách làng chơi. Họ quan tâm đến tiền. Chính khách làng chơi mới quan tâm tới tình dục.

Sẽ không công bằng nếu như đòi hỏi phụ nữ nên kiểm soát sự thèm muốn tiền bạc của họ, mà lại để cho người đàn ông không kiểm soát sự thèm muốn tình dục ngoài hôn nhân của họ. Vì vậy, chúng tôi thấy rằng nạn mại dâm ở Việt Nam là có hệ thống với một đội quân đông đảo nhưng không có ai là thủ phạm.

4. Đối với phụ nữ, mại dâm thường là một công việc của gia đình. Theo số liệu ban đầu của chúng tôi về mại dâm ở thành phố Hồ Chí Minh, 40% có gia đình và gần 50% có một hoặc hai con. Đa số sống với gia đình, và những người thân thường tham gia vào việc xúi giục hay trông con, đưa đón hoặc bảo vệ cho người mại dâm.

5. Trong khi đa số người mại dâm là phụ nữ, thì cũng có cả nam mại dâm, bao gồm người đồng tính luyến ái và người mại dâm chuyển giới. Ở nhiều nơi nhu cầu về gái vị thành niên hoặc các dạng gái đặc biệt có thể được đáp ứng thông qua ma cô nếu có đặt hàng trước. Họ còn đi tìm mua gái trinh với giá rất cao, mặc dù một số cô không phải là còn trinh thật. Điều này phổ biến ở một số nhóm người ngoại quốc trong một vài ngày đặc biệt trong năm, và cũng cả với khách Việt Nam vì đó là một trò xa xỉ. Đồng tính luyến ái ở Việt Nam tồn tại cả trong tính chất thương mại và không thương mại. Tỷ lệ đồng tính luyến ái ở Việt Nam bình thường như ở các nước khác và cả ở hai thành phố chúng tôi nghiên cứu, họ có nơi gặp gỡ hò hẹn. Mặc dù đồng tính luyến ái chưa có một tổ chức chính thức để thể hiện, nhưng họ có rất nhiều hoạt động tình dục.

6. Tuy khách nước ngoài có nhiều tiền, khách hàng chủ yếu của nạn mại dâm Việt Nam vẫn là người Việt Nam. Họ bao gồm đủ các thành phần kinh tế xã hội, mọi nghề nghiệp, mọi lứa tuổi và trình độ học vấn. Khách làng chơi Việt Nam thường dùng chung các cô gái để tiết kiệm tiền. Đôi khi một nhóm cử ra một người thuê một cô gái rồi dẫn ra chỗ mọi người đợi sẵn. Các cộng tác viên nói rằng việc chơi hội đồng như vậy- một hành vi rất có nguy cơ nhiễm HIV-thường hay xảy ra với những cô gái nghèo. Đàn ông nếu không có khả năng bao gái thì đe dọa bằng vũ lực hoặc dọa báo cáo chính quyền để họ ngủ với gái không mất tiền.

7. Chúng tôi nhanh chóng phát hiện rằng thu thập thông tin về mại dâm dễ hơn về khách làng chơi. Gái mại dâm làm công việc của họ vì lý do kinh tế và thường trả lời thẳng thắn và cởi mở hơn. Thu được thông tin đúng từ khách làng chơi vô cùng khó khăn vì họ sẽ nói dối bạn hoặc tự lừa dối bản thân về những gì họ đang làm. Một ví dụ như có các từ hoàn toàn khác nhau để chỉ quan hệ tình dục với vợ, bạn gái hoặc gái mại dâm. Trong khi điều đó không gây ngạc nhiên cho người Việt Nam, thì lại làm cho những người nghiên cứu phương rầy ngạc nhiên khi dùng câu hỏi như "Bạn có bao nhiêu bạn tình trong tháng này?". Một câu hỏi như vậy không thể hỏi một cách đơn giản ở đây, nếu không câu trả lời sẽ không chính xác. Chúng tôi phát hiện ra điều này khi thử nghiệm bộ câu hỏi với một người đàn ông chúng tôi biết là gia đình rất hạnh phúc, anh ta trả lời "Không có bạn tình nào cả"! Điều cần nói là chúng tôi đã phải thay đổi bộ câu hỏi và thay câu hỏi đó bằng 3 câu khác. Điều đó chứng tỏ tầm quan trọng của thử nghiệm trước và cẩn thận trọng trong việc dịch như thế nào. Điều này cũng có thể giải thích tại sao số lượng bạn tình của đàn ông Việt Nam trong một số nghiên cứu lại thấp như vậy.

8. Khách chơi người nước ngoài không phải châu Á là nhóm có nhận thức về SIDA cao nhất. Tiếp đó là gái mại dâm. Nhóm khách châu Á biết về SIDA ít hơn (mặc dù có sự khác nhau đáng kể giữa các quốc gia). Khách Việt Nam hiểu biết kém nhất. Việc sử dụng bao cao su thấp hơn nhiều so với hiểu biết về SIDA ở tất cả các nhóm.

9. Mặc dù gái mại dâm hiểu biết về SIDA hơn khách làng chơi, nhưng họ lại có ít quyền trong việc thực hành tình dục an toàn. Trong phần lớn trường hợp, khách chơi quyết định việc dùng bao cao su. Một gái mại dâm ở công viên nói "Bản thân tôi cho rằng dùng bao cao su là biện pháp tốt nhất để tránh bệnh hoa liễu, nhưng tôi sẽ chẳng làm được gì nếu khách từ chối không dùng". Một khách chơi nói về gái mại dâm "Họ không có quyền đòi hỏi bất cứ điều gì".

10. Sau cùng chúng tôi muốn chia sẻ với các bạn một vài phát hiện đặc biệt từ 40 người đầu tiên của nghiên cứu KAP hiện đang tiến hành. Tất cả đều là gái mại dâm ở thành phố Hồ Chí Minh, chiếm 20% số mẫu sẽ làm ở đó. Số mẫu còn nhỏ và xin nhấn mạnh rằng đây chỉ là phát hiện tạm thời mà thôi. Tuy vậy, nó cũng cho ta một cái nhìn đáng lưu ý.

100% số họ có nghe đến SIDA. Tuy nhiên, 53% cho rằng không thể mắc SIDA do có quan hệ tình dục với chồng và 58% cho rằng không thể mắc SIDA do có quan hệ tình dục với một người bạn tốt. 55% coi việc rửa ráy sau khi sinh hoạt tình dục là một cách phòng nhiễm SIDA. Chỉ 25% biết rằng không thể nói một người có bị nhiễm SIDA hay không chỉ bằng cách nhìn bề ngoài, và chỉ có 37% chắc chắn rằng SIDA không thể chữa được.

Có lẽ phát hiện đáng ngạc nhiên nhất là chỉ 10% gái mại dâm nghĩ rằng họ có thể mắc SIDA. Khi được hỏi tại sao, chỉ có 15% nói rằng do họ dùng bao cao su. Những người khác nghĩ rằng họ an toàn vì họ không có quan hệ tình dục với người ốm, chỉ quan hệ tình dục với bạn bè, giữ vệ sinh, rất cẩn thận hoặc đến khám bác sĩ thường xuyên. Một người nói rằng cô không có nguy cơ nhiễm SIDA vì cô ít quan hệ tình dục-cô ta chỉ có 4 khách trong 2 tuần vừa qua. Nhưng lý do hay gặp nhất ở những cô mại dâm nghĩ rằng mình không thể nhiễm SIDA là "Tôi chỉ có quan hệ tình dục với người Việt Nam".

Nhà chức trách chắc cũng có những ý nghĩ tương tự như vậy nên khi báo cáo những trường hợp HIV dương tính đã phân biệt công dân Việt Nam và không phải công dân Việt Nam, mặc dù tất cả họ đều ở trong biên giới Việt Nam và mặc dù chúng ta biết rõ rằng vì rút không đòi xem hộ chiếu của bạn. Ví dụ như tuần này người ta được biết rằng có 79 trường hợp dương tính trong đó có 8 người Việt Nam. Điều này có thể dẫn đến những ý nghĩ không đúng về sự an toàn. Khi nào chính phủ Việt Nam bắt đầu báo cáo tổng số các trường hợp dương tính không tính là bao nhiêu người Việt Nam, hoặc tốt hơn, khi họ báo cáo số lượng theo dịch tễ hay các trường hợp ước đoán, như đã đề nghị, thì khi đó cuộc chiến đấu chống SIDA mới thực sự bắt đầu.

#### PHƯƠNG HƯỚNG TỚI

Giai đoạn cuối của nghiên cứu sẽ tìm hiểu lý do tại sao mọi người lại hành động như họ đang làm- phần thú vị nhất trong nghiên cứu của chúng tôi- sẽ rất có ích trong việc cung cấp hướng dẫn cho những chiến dịch sau này nhằm tiến tới thay đổi hành vi. Mặc dù chưa thể biết được sẽ tìm ra điều gì, nhưng chúng tôi có một số thông tin dựa trên những gì cộng tác viên nói với chúng tôi.

Chúng tôi thấy gái mại dâm không có quyền lực nhiều lắm trong việc quyết định sử dụng bao cao su với khách làng chơi. Đó có phải lý do kinh tế- phải chăng họ nghèo và khách thì giàu?- hay bởi vì ý nghĩ lâu đời là người phụ nữ phải cư xử như thế nào. Chiến dịch truyền thông không thể làm gì cải thiện về kinh tế cho họ, nhưng nó có thể giúp người phụ nữ thay đổi quan niệm của họ về chính mình. Nếu gái mại dâm không còn nghĩ rằng họ kém quyền lực hơn nam giới, họ sẽ có khả năng yêu cầu khách sử dụng bao cao su thường xuyên hơn.

Việc vận động khách làng chơi phức tạp hơn nhiều. Khách nước ngoài hình như bị ảnh hưởng bởi quan niệm các cô gái Việt Nam là trong trắng và tinh khiết (có nghĩa là không bị nhiễm HIV). Hình ảnh này được cải thiện mạnh mẽ cả một cách chính thức và riêng tư như là một con đường cho Việt Nam phát triển du lịch. Hãy nhớ đến điều này nếu lần tới các bạn thấy một quyển lịch hay tạp chí có hình một cô gái Việt Nam trẻ đẹp, tươi mát và tinh khiết. Phải chăng đó là sự lựa chọn tốt nhất hình ảnh của quốc gia trong thời đại SIDA này?

Đối với khách chơi Việt Nam, tình dục với gái mại dâm như là một cách để đàn ông vui với bạn bè. Thường thường trong một buổi tối đi chơi với bạn, họ sẽ chia sẻ thức ăn, đồ uống, và đôi khi thậm chí chia sẻ cả bạn tình nữa.

Đối với khách nhiều tuổi hơn, vài thông tin cho thấy quan hệ tình dục với gái trẻ đẹp có thể được xem như sự trẻ hóa và thành công. Trong trường hợp này, phụ nữ trở thành một món đồ được thu thập, sưu tầm, và tất nhiên quyền lực của họ sẽ bị giám sát.

Chúng tôi muốn nhấn mạnh rằng đây chỉ mới là ý nghĩ những gì thu được sau nghiên cứu sẽ quan trọng hơn những gì chúng tôi dự đoán. Và cái quan trọng nhất là nguyên lý của một chiến dịch phòng chống SIDA có hiệu quả phải dựa trên nghiên cứu đối tượng truyền thông. Hy vọng rằng dự án của chúng tôi sẽ cung cấp một mô hình cho cách làm điều đó như thế nào.