

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN**



CHUNG THÙY LINH

**ĐỊNH KIẾN VỀ NỮ GIỚI TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM HIỆN NAY**

LUẬN VĂN THẠC SĨ BÁO CHÍ HỌC

Hà Nội – Năm 2019

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI & NHÂN VĂN**



CHUNG THÙY LINH

**ĐỊNH KIẾN VỀ NỮ GIỚI TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM HIỆN NAY**

**Luận văn Thạc sĩ chuyên ngành: Báo chí học
Mã số : 60 32 01 01**

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: PGS.TS. ĐINH VĂN HƯỜNG

Hà Nội - Năm 2019

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan: Luận văn này là công trình nghiên cứu thực sự của cá nhân tôi, được thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của: TS. PGS.TS Đinh Văn Hương.

Các số liệu, những kết luận nghiên cứu được trình bày trong luận văn này trung thực và chưa từng được công bố dưới bất kỳ hình thức nào.

Tôi xin chịu trách nhiệm về nghiên cứu của mình.

Hà Nội, ngày 16 tháng 12 năm 2019

Tác giả

Chung Thùy Linh

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện đề tài, tôi đã nhận được sự giúp đỡ tận tình của các thầy cô, gia đình, bạn bè và đồng nghiệp. Tôi xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ quý báu đó.

Trước hết, tôi xin được bày tỏ lòng kính trọng và biết ơn sâu sắc tới PGS.TS Đinh Văn Hùng, người đã trực tiếp hướng dẫn tận tình cũng như định hướng về phương pháp làm việc, phương pháp nghiên cứu và tạo mọi điều kiện để tôi hoàn thành luận văn này.

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành tới các thầy cô giáo trong chuyên ngành Báo chí, các thầy cô trong Khoa Báo chí và Truyền thông, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội đã tạo điều kiện cho tôi trong suốt những năm học vừa qua. Bên cạnh đó, tôi cũng xin cảm ơn sự giúp đỡ, tạo điều kiện của lãnh đạo cơ quan nơi tôi đang công tác.

Cuối cùng, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn với gia đình, người thân và bạn bè về sự động viên giúp đỡ trong suốt quá trình học tập và hoàn thành luận văn. Tôi rất mong nhận được sự góp ý, xây dựng của các nhà khoa học, các bạn đồng nghiệp để luận văn này thực sự là một công trình nghiên cứu có giá trị.

Hà Nội - 2019

Tác giả

Chung Thùy Linh

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU ĐỒ	3
PHẦN MỞ ĐẦU	4
CHƯƠNG 1: BÁO ĐIỆN TỬ VÀ VẤN ĐỀ ĐỊNH KIẾN GIỚI - NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN	22
1.1. Các khái niệm và thuật ngữ liên quan	22
1.1.1 Giới	22
1.1.2 Định kiến	23
1.1.3 Định kiến giới	25
1.1.4 . Báo điện tử	26
1.2 Quan điểm của Đảng, Luật pháp của Nhà nước về Giới	26
1.2.1 Quan điểm của Đảng	26
1.2.2 Luật pháp của Nhà nước	30
1.3. Vai trò của báo chí về giới và định kiến giới	32
1.4. Tiêu chí đánh giá định kiến về nữ giới trên báo điện tử	34
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1	35
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VẤN ĐỀ ĐỊNH KIẾN VỀ NỮ GIỚI TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ VIỆT NAM HIỆN NAY	36
2.1 Tổng quan về các tờ báo lựa chọn khảo sát	36
2.2 Khảo sát vấn đề định kiến về nữ giới trên các báo được lựa chọn	38
2.3 Nội dung và hình thức thể hiện định kiến về nữ giới trên báo điện tử	39
2.3.1 Nghề nghiệp của nhân vật nữ trong tác phẩm	39
2.3.2 Không gian xuất hiện và đặc điểm tính cách của nhân vật nữ trong tác phẩm	40
2.3.3 Quá tập trung vào vẻ đẹp hình thể của người phụ nữ	47
2.3.4 Thiếu công bằng giới trong việc xây dựng chân dung người phụ nữ .	51
2.3.5 Định kiến về nữ giới trong trách nhiệm xây dựng hạnh phúc gia đình	55

2.4 Hình thức chuyển tải thông tin	61
2.4.1 Chuyên mục	61
2.4.2 Thể loại báo chí	61
2.4.3 Ảnh trong bài viết	62
2.4.4 Title các tin, bài	63
2.5 Nguyên nhân của định kiến về nữ giới	66
2.6 Đánh giá những ưu điểm, thành công về bình đẳng giới của các báo điện tử được khảo sát	68
TIÊU KẾT CHƯƠNG 2	71
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP CẢI THIỆN ĐỊNH KIẾN VỀ NỮ GIỚI TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ HIỆN NAY	72
3.1 Một số vấn đề đặt ra hiện nay	72
3.2 Giải pháp chung	74
3.3 Giải pháp cụ thể	78
3.3.1 Đối với cơ quan quản lý báo chí	78
3.3.2 Đối với các cơ quan báo chí	80
3.3.3 Đối với các nhà báo	83
3.3.4 Đối với chính nữ giới	85
3.3.5 Đối với công chúng	86
TIÊU KẾT CHƯƠNG 3	87
KẾT LUẬN	88
TÀI LIỆU THAM KHẢO	92

DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU ĐỒ

STT bảng	Nội dung bảng
Bảng 2.1	Số lượng tin, bài mang định kiến về nữ giới khảo sát được
Biểu đồ 2.2	Nghề nghiệp của nhân vật nữ trong tác phẩm
Biểu đồ 2.3	Đặc điểm tính cách nhân vật nữ trong tác phẩm
Biểu đồ 2.4	Không gian xuất hiện của người nữ trong tác phẩm
Bảng 2.5	Mối quan hệ giữa nữ với nam trong tác phẩm
Biểu đồ 2.6	Những từ thường được sử dụng miêu tả về hình thể phụ nữ

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngày nay, hơn một nửa dân số thế giới là phụ nữ và phụ nữ đóng vai trò quan trọng trong đời sống gia đình và xã hội. Nhưng bất chấp thực tế này, trong nhiều nền văn hoá và ở nhiều nơi, phụ nữ không những không được đánh giá và đối xử đúng với năng lực và vị trí thực tế của mình, mà còn là đối tượng của những định kiến tiêu cực, nặng nề và chịu sự phân biệt trong đối xử. Có thể thấy rằng một trong những rào cản lớn của bình đẳng giới là định kiến giới. Bình đẳng giới sẽ không thực chất, không thành công nếu định kiến giới vẫn tồn tại.

Việt Nam được đánh giá là quốc gia xóa bỏ khoảng cách giới nhanh nhất trong 20 năm qua và được xếp ở nhóm các quốc gia có bình đẳng giới tốt nhất trên thế giới năm 2016. Tình trạng bất bình đẳng giới ở Việt Nam được cải thiện nhanh thể hiện ở các chỉ số phát triển giới (GDI), chỉ số khoảng cách giới (GGI) và chỉ số bất bình đẳng giới (GII) đều ở mức khá tốt. Theo báo cáo phát triển con người năm 2016, chỉ số GII của Việt Nam là 0,337, xếp thứ 71/188 quốc gia; chỉ số GGI là 0,700 xếp thứ 65/183 quốc gia và chỉ số GDI là 1,010 thuộc nhóm 1 trong 5 nhóm (188 quốc gia) xếp hạng về bình đẳng giới trong giá trị chỉ số phát triển con người.

Mặc dù đạt được nhiều thành tựu quan trọng song Việt Nam vẫn đang đối mặt với nhiều thách thức về bình đẳng giới. Sự tham gia của phụ nữ trong quản lý và lãnh đạo ở các cấp vẫn còn thấp; trình độ chuyên môn kỹ thuật của nữ vẫn thấp hơn nam giới 5 điểm phần trăm; lao động nữ có thu nhập bình quân thấp hơn nam giới khoảng 10%; lao động nữ là đối tượng dễ bị rủi ro và tổn thương hơn khi doanh nghiệp có nhu cầu cắt giảm nhân công... Có tới 98% số doanh nghiệp do nữ làm chủ được nêu trên có quy mô vừa, nhỏ và siêu nhỏ, tập trung vào lĩnh vực thương mại, lợi nhuận thấp... Nữ chủ doanh

nghiệp còn nhiều hạn chế về trình độ chuyên môn, kỹ năng quản trị doanh nghiệp và gặp khó khăn trong tiếp cận các nguồn tín dụng chính thức. Ngoài ra, phụ nữ còn gặp phải những vấn đề khác như bạo lực gia đình, là nạn nhân của buôn bán người, bóc lột lao động, xâm hại tình dục. Một trong những nguyên nhân của tình trạng bất bình đẳng giới hiện nay được xác định là những định kiến về giá trị và cách suy nghĩ truyền thống của xã hội về cách ứng xử và vai trò của nam giới và phụ nữ. Những suy nghĩ, định kiến này đang cản trở những tiềm năng phát triển của cả nam giới và phụ nữ.

Có thể thấy rằng mọi nỗ lực nhằm thu hẹp khoảng cách của bất bình đẳng giới sẽ không được thực thi bền vững nếu những thế hệ tiếp nối và toàn xã hội vẫn được giáo dục theo những định kiến giới truyền thống về vai trò của nam và nữ. Truyền thông đại chúng đóng vai trò quan trọng trong định hướng dư luận xã hội, đặc biệt là góp phần nâng cao nhận thức về bình đẳng và công bằng giới. Truyền thông đại chúng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra và duy trì các khuôn mẫu, chuẩn mực mới cũng như góp phần dần dần loại bỏ những khuôn mẫu và chuẩn mực cũ không còn phù hợp. Do đó, để thu hẹp khoảng cách giới và tiến tới xây dựng một xã hội phát triển bền vững, hài hòa cho cả hai giới thì việc rà soát các thông điệp truyền thông, dần loại bỏ những thông điệp mang nặng tính định kiến về nữ giới và duy trì các thông điệp không mang tính định kiến về nữ giới là rất cần thiết.

Nghị quyết số 11-NQ/TU ngày 27-4-2007 của Bộ chính trị về Công tác phụ nữ thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước cũng đã nêu rõ: *“Các cơ quan Đảng, Nhà nước, Mặt trận tổ quốc, các đoàn thể, tổ chức xã hội, cơ quan thông tin đại chúng tăng cường tuyên truyền giáo dục nâng cao nhận thức về giới và ý thức trách nhiệm thực hiện bình đẳng giới cho cán bộ, đảng viên, các tầng lớp nhân dân, lên án, đấu tranh chống tư tưởng coi thường phụ nữ, các hành vi phân biệt đối xử, xâm hại, xúc phạm nhân phẩm*

phụ nữ. Đưa nội dung giáo dục về Giới, Luật bình đẳng giới vào chương trình đào tạo, bồi dưỡng trong các trường chính trị và các trường thuộc hệ thống giáo dục quốc dân”. Bên cạnh đó chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2011-2020 nêu rõ mục tiêu đến năm 2015 giảm 60% và đến năm 2020 giảm 80 % sản phẩm văn hóa, thông tin mang định kiến giới; tăng cường thời lượng phát sóng các chương trình, chuyên mục và số lượng các sản phẩm tuyên truyền, giáo dục về bình đẳng giới.

Thời gian qua, báo chí nói chung và báo điện tử nói riêng đã có nhiều thành tựu trong tuyên truyền về bình đẳng giới. Tuy nhiên, thực tế hiện nay hình ảnh người phụ nữ trên các phương tiện thông tin đại chúng chưa được khai thác đúng mức hoặc mô tả chưa bao quát, thiếu xác thực so với hình ảnh hiện đại của nữ giới. Theo các báo cáo của Nhóm quan sát giới CSAGA (Trung tâm Tư vấn và Thông tin tư liệu về bạo lực giới) và tổ chức OXFARM tại Việt Nam cũng nhận định rằng truyền thông hiện nay đang thiếu nhạy cảm giới. Các thông điệp truyền thông trên báo chí vẫn chưa phản ánh công bằng và cân bằng diện mạo người phụ nữ trong các hoạt động kinh tế - chính trị - xã hội. Cho tới khi các sản phẩm truyền thông có nhạy cảm giới và không còn định kiến giới, khuôn mẫu giới thì công tác tuyên truyền bình đẳng giới mới thực sự tạo ra sự thay đổi bền vững. Và để chỉ ra mức độ của định kiến về nữ giới trong những thông điệp báo chí có chứa đựng hình ảnh nữ, tôi lựa chọn đề tài “*Định kiến về nữ giới trên báo điện tử Việt Nam hiện nay*” làm đề tài luận văn thạc sĩ của mình.

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

Việc nghiên cứu sản phẩm truyền thông nhạy cảm giới, rà soát hay tìm ra những khuôn mẫu giới, định kiến giới trong các sản phẩm truyền thông là hướng nghiên cứu đã có sự quan tâm trên thế giới cũng như Việt Nam.

Trên phạm vi thế giới có dự án giám sát truyền thông toàn cầu “Who

makes the news” do WACC (mạng lưới các nhà truyền thông tìm kiếm công bằng xã hội thông qua các quyền truyền thông). Dự án này nghiên cứu, tập trung phân tích những vấn đề, xu hướng thể hiện hình ảnh phụ nữ và nam giới, xem xét số lượng, tần xuất, khuôn mẫu giới, định kiến giới trong nội dung sản phẩm truyền thông, vấn đề quan điểm nhận thức, tiếng nói, sự hiện diện của nam và nữ, hình ảnh bạo lực trên truyền thông... Những kết quả được sử dụng làm công cụ để vận động, giám sát giới trên truyền thông cung cấp tư liệu, tri thức để xây dựng chương trình truyền thông nhằm mục tiêu nâng cao nhận thức giới. Các kết quả nghiên cứu này đều cho thấy khuôn mẫu giới, định kiến giới là phổ biến trong các sản phẩm truyền thông trên thế giới. Đây là những rà soát chung toàn cầu nên chỉ dừng lại ở một số dấu hiệu chung, chưa đi sâu nghiên cứu từng loại hình phương tiện hoặc từng chương trình hay loại chương trình chuyên biệt cụ thể.

Ở Việt Nam, vấn đề bình quyền nam nữ được quan tâm sớm nhưng những nghiên cứu khoa học về vấn đề bình đẳng giới cũng như rà soát các sản phẩm truyền thông nhạy cảm giới lại không phải là chủ đề được quan tâm sớm. Những nghiên cứu bình đẳng giới và các sản phẩm truyền thông mới thực sự được quan tâm từ cuối những năm 1990.

**** Nhóm các nghiên cứu liên quan đến bình đẳng giới:***

Theo “*Báo cáo phân tích đối tượng truyền thông và chiến dịch truyền thông vì sự bình đẳng giới*” (2001) đã chỉ ra: hình ảnh nam và nữ có xu hướng thiên lệch về hình ảnh, quảng cáo trên báo chí. Hình ảnh gây ấn tượng cho người tiêu dùng nhiều nhất là hình ảnh người phụ nữ, ở độ tuổi 20-30. Hình ảnh xuất phát của nữ trong các quảng cáo không phải là trong vai trò hoạt động bên ngoài xã hội như giám đốc, bác sỹ, giảng viên mà thay vào đó, họ luôn xuất hiện là những người nội trợ thuần túy và chỉ với các sản phẩm phục vụ cho công việc nội trợ. Ngược lại, nam giới xuất hiện trong quảng cáo có vai trò ngoài

xã hội đa dạng hơn, như giám đốc, chuyên gia, nhân viên văn phòng.

Các nhà sản xuất quảng cáo lạm dụng quá nhiều hình ảnh phụ nữ kêu gọi dưới dạng này hay dạng khác để quảng bá cho sản phẩm. Nhân vật chính trong chương trình quảng cáo là nữ chiếm tỷ lệ cao hơn nam. Có tới 82% là hình ảnh các cô gái trẻ (*Nguyễn Quý Thanh, 2004, Vũ Thị Gái, 2003*). Ngoài ra, hình ảnh phụ nữ còn bị lạm dụng thể hiện ở chỗ họ thường bị cột chặt với quan niệm vai trò truyền thống như công việc nấu ăn, giặt giũ, quét dọn nhà cửa. Số lượng trang quảng cáo thường là 1/3 đến 2/3 trang báo thường nhật và các chương trình quảng cáo thường xuyên trên VTV1 và VTV3 khoảng từ 3 đến 10 phút xen giữa các chương trình chính. Hằng ngày, 60 % thời lượng quảng cáo sử dụng hình ảnh người phụ nữ và 99 % chương trình quảng cáo về thiết bị gia đình, thực phẩm, trang điểm...sử dụng hình ảnh người phụ nữ. Những hình ảnh này mang định kiến giới (*Báo cáo 10 năm thực hiện cương lĩnh Bắc Kinh ở Việt Nam của tổ chức phi chính phủ, 2005*).

Luận văn thạc sĩ “*Tuyên truyền về bình đẳng giới trong chuyên mục Phụ nữ với cuộc sống trên sóng Đài truyền hình Việt Nam*” của tác giả Úy Thị Thu Huyền. Luận văn đã khảo sát chuyên mục Phụ nữ với cuộc sống trên sóng Đài truyền hình Việt Nam từ tháng 1/2004 đến tháng 4/2006. Luận văn đã nêu lên nội dung các tác phẩm: những ưu, nhược điểm của chuyên mục trong việc tuyên truyền bình đẳng giới trong chuyên mục Phụ nữ với cuộc sống. Từ đó, tác giả đề ra một số giải pháp để tuyên truyền về bình đẳng giới. Tuy nhiên, luận văn chỉ mới đề cập đến vấn đề tuyên truyền bình đẳng giới trên báo truyền hình nói chung và Đài truyền hình Việt Nam nói riêng.

Luận văn thạc sĩ “*Báo chí tuyên truyền về Bình đẳng giới ở nước ta hiện nay*” của tác giả Nguyễn Thị Khánh Hà. Thông qua việc khảo sát các báo Phụ nữ Việt Nam, Gia đình xã hội, Tuổi trẻ Thành phố Hồ Chí Minh từ tháng 1/2008 đến tháng 3/2009, luận văn đã nêu lên được các khía cạnh, thực trạng

nội dung bình đẳng giới mà báo chí tuyên truyền; những ưu điểm, nhược điểm của các báo khi tuyên truyền về bình đẳng giới ở nước ta. Ngoài ra, luận văn cũng đưa ra được giải pháp để các cơ quan báo chí, phóng viên tuyên truyền hiệu quả hơn vấn đề này. Tuy nhiên, luận văn cũng chỉ mới đề cập đến vấn đề báo chí tuyên truyền về bình đẳng giới nói chung chứ chưa đề cập đến mặt trái của bình đẳng giới là bất bình đẳng giới.

Trong bản tin số 30 năm 2012, nhóm quan sát giới của CSAGA - Oxfam đã có bài viết về: “Thông điệp bình đẳng giới trên báo *Gia đình & Xã hội*”. Các tác giả đã khảo sát cụ thể các tin, bài trên một số mục và chuyên mục như: “Bạn đọc viết, Người nổi tiếng, Phóng sự, Thời sự - Xã hội, Sau cánh cửa gia đình, Khám phá, Chìa khóa phòng the, Hậu trường thể thao, Sức khỏe,...” trong hai loại ấn phẩm chính là các số báo *Gia đình & Xã hội* cuối tuần và cuối tháng tháng 11, 12 năm 2011 và tháng 1, 2 năm 2012. Bằng việc phân tích sâu một số trường hợp các bài báo được đăng trên báo *Gia đình & Xã hội*, nhóm nghiên cứu nhằm chỉ ra những mặt hạn chế về “Nhạy cảm giới trong việc chuyển tải thông tin”, từ đó đưa ra “Một số mong muốn đối với tòa soạn báo *Gia đình & Xã hội*” nhằm giúp cho các bài viết được đăng trên tờ báo này có sự nhạy cảm về giới tốt hơn.

Luận văn thạc sĩ “*Vấn đề bình đẳng giới ở Việt Nam trên báo điện tử*” của tác giả Phạm Thị Diệu Hương. Luận văn đã chỉ ra thực trạng vấn đề bất bình đẳng giới ở Việt Nam trên báo điện tử và đưa ra những giải pháp, khuyến nghị nâng cao chất lượng tuyên truyền bình đẳng giới trên báo điện tử.

*** Nhóm các nghiên cứu liên quan đến hình ảnh nữ giới trên truyền thông:**

Luận văn thạc sĩ “*Bạo hành đối với phụ nữ trên báo chí hiện nay*” của tác giả Nguyễn Thị Hoa (khảo sát báo Phụ nữ Việt Nam, Gia đình xã hội, Công an nhân dân, Công an nhân dân điện tử, Vietnamnet từ tháng 1/2006

đến tháng 6/2007) và luận văn thạc sĩ “ *Vấn đề bạo lực gia đình trên báo chí*” của tác giả Đặng Thị Mai Việt (khảo sát chuyên mục “Thức đêm cùng bạn” trên VOV và mục “Gia đình” của báo Giadinh.net.vn năm 2011). Cả hai luận văn nêu trên đều đề cập đến những vấn đề báo chí viết về bạo hành với phụ nữ, bạo lực gia đình và đưa ra những giải pháp, khuyến nghị về vấn đề bạo hành đối với phụ nữ, bạo lực gia đình trên báo chí. Tuy nhiên, bạo hành đối với phụ nữ và bạo lực gia đình cũng chỉ là một trong những vấn đề của bất bình đẳng giới trong xã hội.

Bài viết “*Hình ảnh người phụ nữ trên truyền thông qua một số nghiên cứu*” – Đào Hồng Lê (Tr 1-19, Tạp chí Nghiên cứu Gia đình và Giới số 2 - 2009). Dựa trên việc phân tích văn bản, bài viết điềm lại một số nội dung về hình ảnh người phụ nữ trên truyền thông qua một số công trình nghiên cứu cho tới nay. Kết quả cho thấy, dù đã có một số chuyển biến, hình ảnh người phụ nữ vẫn còn bị đặt trong những khuôn mẫu cứng nhắc về tính cách, vai trò xã hội và nghề nghiệp.

Bài viết “*Hình ảnh phụ nữ trên truyền hình*” – Hà Thị Minh Khương, Võ Kim Hương (Tr 1-19, Tạp chí Nghiên cứu Gia đình và Giới số 3-2009). Bài viết phân tích hình ảnh phụ nữ trên quảng cáo và ở một số chương trình truyền hình phát trên kênh VTV1 và VTV3 của Đài truyền hình Việt Nam. Kết quả phân tích cho thấy các quảng cáo sử dụng hình ảnh phụ nữ và nam giới vẫn theo các khuôn mẫu quen thuộc. Phụ nữ là người nội trợ, chăm sóc gia đình, nam giới là chuyên gia, xuất hiện ở công sở. Ý kiến của người xem cũng cho rằng hình ảnh phụ nữ được sử dụng chủ yếu trong quảng cáo. Trong một số chương trình truyền hình hiện nay đã truyền tải được những câu chuyện chân thực về cuộc sống người phụ nữ thì vẫn có những nội dung, những thông điệp chưa thật sự thể hiện thái độ, quan điểm rõ ràng về vấn đề bình đẳng nam nữ hoặc còn ủng hộ cho khuôn mẫu và định kiến giới.

Nghiên cứu về “*Định kiến giới trong các sản phẩm truyền thông trên các phương tiện truyền thông đại chúng hiện nay*” do tác giả Nguyễn Thị Tuyết Minh và cộng sự tiến hành năm 2011 đã đi tìm kiếm và phân tích các vấn đề giới, định kiến giới, khuôn mẫu giới trong thông điệp truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng qua hình ảnh minh họa và ngôn từ được sử dụng.

Sách “*Truyền thông có nhạy cảm giới – Một số gợi ý dành cho phóng viên và người làm báo*” (2011) do Trung tâm Nghiên cứu và Ứng dụng khoa học về Giới – Gia đình – Phụ nữ & Vị thành niên (CSAGA) và OXFARM biên soạn gồm 9 chuyên đề:

- Nhạy cảm giới trong truyền thông phòng chống bạo lực gia đình
- Mẫu hình văn hóa về giới trên các phương tiện truyền thông đại chúng
- Góc nhìn giới trong tin, bài viết về thể thao
- Công bằng giới khi truyền thông về lao động việc làm
- Giới và tình dục trên các phương tiện truyền thông
- Quan điểm về giới trong việc phản ánh vấn đề phụ nữ lấy chồng ngoại quốc
- Cách nhìn nhận trên báo chí về sự thành công hay thất bại của nam và nữ
- Thông tin trên báo chí về người nổi tiếng
- Thông điệp về giới qua hình ảnh và ngôn từ quảng cáo

Qua đó, các nhà báo, phóng viên có thể tham khảo và vận dụng kiến thức về truyền thông nhạy cảm giới một cách chủ động, linh hoạt, phù hợp với yêu cầu tác nghiệp của mình.

Báo cáo nghiên cứu “*Báo chí và định kiến giới đối với lãnh đạo nữ*” của OXFARM đã nêu ra định kiến trong nội dung tin tức đối với lãnh đạo nữ; nhận thức, thái độ tác nghiệp của nhà báo khi đưa tin về nam, nữ lãnh đạo; các yếu tố ảnh hưởng đến việc đưa tin về nữ lãnh đạo cũng như đưa ra một số

khuyến nghị.

Nghiên cứu “*Bình đẳng giới trong các quảng cáo tuyển dụng trên báo in*” do Viện nghiên cứu về xã hội, kinh tế và môi trường (iSSE) và khoa Xã hội học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền phối hợp thực hiện. Đây là nghiên cứu trường hợp trên một số báo in nhằm xem xét vấn đề giới trong các quảng cáo tuyển dụng, từ đó đánh giá cơ hội việc làm do các nhà tuyển dụng đưa ra đối với nam giới và nữ giới, cũng như phân tích quan điểm trên của các tác giả báo cáo Đánh giá Giới Việt Nam 2006 như một giả thiết cần kiểm định.

Bài viết “*Định kiến giới trên báo chí Việt Nam (Khảo sát một số tờ báo in quý I năm 2014)* – Trần Thị Yến Minh (Tr 47-53 , Tạp chí Phát triển Kinh tế xã hội Đà Nẵng số 66-2015). Bài viết đã khảo sát hình ảnh nữ trên các tờ báo in Tuổi trẻ, Đà Nẵng, Công an thành phố Đà Nẵng, Phụ nữ Việt Nam, Sinh viên Việt Nam trong quý I/2014 để chỉ ra mức độ của định kiến giới trong những thông điệp báo chí có chứa đựng hình ảnh nữ trên các ấn phẩm này.

Cuốn “*Báo điện tử: Hiệu quả truyền thông về bạo lực gia đình*” của TS.Phạm Hương Trà - Phó trưởng khoa xã hội học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền. Cuốn sách đề cập đến vấn đề bạo lực gia đình được phản ánh như thế nào trên báo điện tử cũng như nhận thức, thái độ, hành vi của công chúng về bạo lực gia đình thông qua các bài viết trên báo điện tử.

Đặc biệt cần phải nói tới tài liệu *Bộ chỉ số về giới trong truyền thông* do Bộ Thông tin và Truyền thông mới cho xuất bản năm 2014. Tài liệu này được biên soạn dựa trên cơ sở tôn trọng những nội dung cơ bản của Bộ chỉ số về giới trong truyền thông mà UNESCO ban hành vào năm 2012. Tài liệu này đã thể hiện mối quan tâm và ưu tiên hàng đầu của UNESCO trong lĩnh vực bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ nói chung và phụ nữ hoạt động trong lĩnh vực truyền thông nói riêng.

Bộ chỉ số về bình đẳng giới trong quản lý truyền thông và nội dung truyền thông đã cơ bản bao quát các lĩnh vực, cụ thể hoá bằng những tiêu chí nội dung bình đẳng giới tại cấp ra quyết định cũng như trong tác nghiệp và nội dung truyền thông từ việc sản xuất tin tức, thời sự đến lĩnh vực quảng cáo tại các tổ chức, hiệp hội, câu lạc bộ báo chí truyền thông. Trong Bộ chỉ số này cũng đưa ra những công cụ kiểm chứng tạo điều kiện thuận lợi để tổ chức giám sát trong quá trình triển khai thực hiện. Trong phần “Lời nói đầu”, những người biên soạn đã khẳng định: “Bộ chỉ số cơ bản áp dụng được trong các cơ quan truyền thông của các quốc gia trên thế giới, tạo cơ hội để thực hiện vấn đề bình đẳng giới trong truyền thông, được xây dựng đặc biệt cho truyền thông ở mọi hình thức.

Tuy nhiên, Bộ chỉ số cũng phù hợp và hữu ích cho các cơ quan truyền thông, các tổ chức phi chính phủ; các hiệp hội truyền thông, các câu lạc bộ báo chí; các bộ, ngành chủ quản; các học viện và trung tâm nghiên cứu như các trường báo chí, truyền thông và công nghệ, các trường đại học và các cơ sở đào tạo khác. Mục đích của việc xây dựng Bộ chỉ số là đưa ra các tiêu chí cụ thể, tạo điều kiện để các tổ chức truyền thông có thể đánh giá một cách hiệu quả việc thực hiện bình đẳng giới; và khuyến khích các tổ chức truyền thông làm cho các vấn đề bình đẳng giới trở nên công khai và công chúng có thể nhận biết được, cũng như phân tích những chính sách và việc thực hiện những chính sách đó để có hành động cần thiết tạo sự biến chuyển. Các chỉ số có thể sử dụng như một công cụ để xã hội đánh giá việc thực hiện đó.

Nội dung của tài liệu này được bố trí theo cách giải quyết các vấn đề liên quan tới: Các yêu cầu chính sách nội bộ cần thiết để đảm bảo bình đẳng giới trong truyền thông; Nâng cao năng lực cho các nhà báo; Vai trò của các tổ chức/hiệp hội chuyên môn và các cơ sở học thuật. Các chỉ số về giới tổng hợp này có tính tới việc thu thập các số liệu định lượng và định tính, bao gồm cả

những ý kiến và quá trình cần thiết để giám sát bình đẳng giới trong truyền thông. Bộ chỉ số được chia thành hai loại có liên quan với nhau, mỗi loại giải quyết các trục chính của giới và truyền thông: Loại A - Các hành động tăng cường bình đẳng giới trong các tổ chức truyền thông (chia làm 5 tiểu nhóm) và Loại B - Phản ánh giới trong nội dung truyền thông (chia làm 2 tiểu nhóm). Mỗi loại được bố trí theo 5 lĩnh vực: Nhóm sử dụng; Đối tượng/Lĩnh vực quan tâm chính; Mục tiêu chiến lược; Các Chỉ số và Phương tiện kiểm chứng.

Qua quá trình đọc và nghiên cứu các tài liệu, tôi nhận thấy vấn đề bất bình đẳng giới cũng như định kiến giới trên truyền thông đã được nghiên cứu trên nhiều khía cạnh. Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu vẫn chưa dành sự quan tâm thỏa đáng đến vấn đề cụ thể là định kiến đối với nữ giới trên báo điện tử Việt Nam hiện nay. Vì vậy, đề tài tôi lựa chọn không trùng với các đề tài nghiên cứu trước đó. Đề tài này cần thiết trong việc nghiên cứu về mặt lý luận và thực tiễn, phục vụ cho công tác truyền thông trên báo chí nhằm giảm bớt tình trạng định kiến giới, bất bình đẳng giới trong xã hội.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1 Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của luận văn là trên cơ sở khung lý thuyết và khảo sát thực tế, luận văn đánh giá thực trạng định kiến về nữ giới trên báo điện tử hiện nay và đề xuất những giải pháp góp phần làm giảm thiểu vấn đề này trên báo chí, truyền thông, góp phần vào việc thực hiện bình đẳng giới trong xã hội.

3.2 Nhiệm vụ nghiên cứu

- Thiết lập hệ thống khái niệm cơ bản liên quan đến vấn đề nghiên cứu;
- Khảo sát, tìm hiểu, đánh giá thực trạng vấn đề định kiến về nữ giới trên báo điện tử hiện nay;
- Đề xuất các giải pháp, kiến nghị cho vấn đề này.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1 Đối tượng nghiên cứu

Định kiến về nữ giới trên báo điện tử Việt Nam hiện nay

4.2 Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi thời gian: trong năm 2018 và từ tháng 1/2019 đến tháng 5/2019.

- Phạm vi không gian: nghiên cứu trên ba báo điện tử là Phunuvietnam.vn, Giadinh.net.vn, Tienphong.vn

Lựa chọn khảo sát 3 báo điện tử trên vì đây là những báo có nhiều nội dung trực tiếp hoặc gián tiếp liên quan đến vấn đề giới, bình đẳng giới và có lượng độc giả đông đảo, đa dạng về lứa tuổi, ngành nghề, giới tính... Mỗi báo đều có những cách thức truyền tải thông điệp, đưa tin về nữ giới khác nhau. Hình ảnh người phụ nữ được khắc họa trên mỗi báo đều không giống nhau và các dạng định kiến đối với nữ giới cũng khác nhau. Điều này sẽ giúp cho kết quả nghiên cứu của luận văn được phong phú, đa dạng hơn.

Đặc biệt, lựa chọn báo Phụ nữ Việt Nam nhằm để sự nhận định, so sánh rõ ràng về hai vấn đề sau:

+ Báo dành cho phụ nữ có còn tồn tại những bài viết mang định kiến về nữ giới hay không?

+ Tỷ lệ bài viết mang định kiến về nữ giới ở trên báo điện tử Phụ nữ Việt Nam so với các báo khác như thế nào?

5. Phương pháp nghiên cứu

5.1 Phương pháp luận

Luận văn dựa vào chủ nghĩa Mác Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối của Đảng và pháp luật của Nhà nước về báo chí truyền thông, giới và vấn đề bình đẳng giới.

5.2 Phương pháp cụ thể

Trong quá trình nghiên cứu, sử dụng một số phương pháp nghiên cứu để tìm hiểu, giải quyết vấn đề, cụ thể là:

- *Phương pháp phân tích tài liệu*: cụ thể, tác giả tập hợp các tài liệu về báo chí – truyền thông và các ngành khoa học khác có liên quan đến đề tài, phân tích, tham khảo, trích dẫn, đưa ra quan điểm cá nhân cùng luận bàn về vấn đề nghiên cứu. Toàn bộ nội dung này được thể hiện trong Chương 1 của luận văn.

- *Phương pháp khảo sát, tổng hợp, thống kê, phân tích, so sánh*: Cụ thể, tác giả áp dụng phương pháp này thông qua việc khảo sát, thống kê, tổng hợp, phân tích, so sánh đánh giá vấn đề định kiến giới trên báo mạng điện tử hiện nay. Mục đích sử dụng các phương pháp này nhằm có được các kết quả định tính và định lượng về vấn đề nghiên cứu.

- *Phương pháp phỏng vấn sâu (phỏng vấn chuyên gia)*: Tác giả tiến hành phỏng vấn sâu với một số biên tập viên, phóng viên đang làm việc tại các cơ quan báo chí.

5.3 Lý thuyết nghiên cứu

5.3.1 Lý thuyết đóng khung

Lý thuyết này do Erving Goffman - nhà tâm lý xã hội học người Mỹ gốc Canada đề xuất vào năm 1974. Theo đó, đối với hoạt động báo chí - truyền thông, quá trình đóng khung chủ yếu liên quan tới việc lựa chọn và làm nổi bật thông tin về sự kiện và vấn đề thời sự. Đóng khung có thể có cách hiểu là lựa chọn một số khía cạnh trong cách hiểu về hiện thực, rồi làm nó nổi bật lên. Nói chung là thiết kế và lựa chọn thông điệp với nhãn quan của nhà truyền thông.

Ứng dụng vào đề tài luận văn có thể thấy rằng, nếu như nhà báo có sẵn định kiến đối với nữ giới hoặc không nhận thức được đó là định kiến giới thì

khi viết bài sẽ đưa vào những yếu tố đó vào. Điều đó sẽ vô tình truyền đi thông điệp định kiến nữ cho công chúng.

5.3.2 Lý thuyết xung đột

Theo quan điểm của lý thuyết xung đột, báo chí là vũ khí đấu tranh giai cấp. Nhà truyền thông đóng vai trò quyết định việc chuyển tải thông điệp, đó đó truyền thông đại chúng phản ánh và thậm chí còn làm trầm trọng thêm những phân tầng trong xã hội. Ví dụ như sự phân tầng trên cơ sở giới tính, chủng tộc, màu da...

Về chức năng gác công: lý thuyết xung đột nhằm tới nhóm xã hội đóng vai trò quyết định việc thông điệp nào được chuyển tải trên các phương tiện thông tin đại chúng. Nhóm xã hội đóng vai trò kiểm duyệt, kiểm soát các thông điệp sẽ được chuyển tải trên các phương tiện thông tin đại chúng. Ví dụ đội ngũ tổng biên tập, ba lãnh đạo của các cơ quan truyền thông... Thông thường tại nhiều quốc gia, chính phủ đóng vai trò người gác công. Truyền thông đại chúng đóng vai trò trong việc tạo ra, thể hiện và duy trì ý thức hệ chủ đạo.

Áp dụng lý thuyết này vào trong nội dung luận văn, ta có thể thấy rằng: theo chức năng gác công, việc kiểm soát các thông tin trên các phương tiện thông tin đại chúng mà cụ thể ở đây là báo điện tử do các cơ quan quản lý báo chí, cơ quan báo chí.... Vì thế mà biện pháp để giảm định kiến đối với nữ giới trên báo điện tử nói riêng và báo chí nói chung, cần đưa ra những biện pháp trực tiếp, cụ thể đối với các cơ quan quản lý báo chí, cơ quan báo chí...nhằm thực hiện có hiệu quả đấu tranh chống lại bất bình đẳng giới và định kiến giới tồn tại từ lâu trong xã hội.

5.3.3 Lý thuyết chức năng

Lý thuyết chức năng xem xã hội là một tổng thể, trong tổng thể có nhiều bộ phận liên quan đến nhau và mỗi bộ phận đảm nhiệm một chức năng nhằm

đảm bảo sự hài hòa ổn định của xã hội. Truyền thông như là một thiết chế xã hội, thực hiện những chức năng của mình và có mối hài hòa qua lại với các thiết chế xã hội học. Lý thuyết chức năng nhấn mạnh nhu cầu xã hội của báo chí:

- Báo chí có nhiệm vụ sản xuất thông tin nhằm thỏa mãn nhu cầu tiếp cận thông tin của công chúng để duy trì tính ổn định, khả năng hội nhập và thích nghi của các cá nhân trong xã hội;

- Báo chí kiểm soát môi trường xã hội; liên kết các bộ phận của xã hội; truyền lại di sản xã hội từ thế hệ này sang thế hệ khác và giải trí

- Báo chí giúp xã hội ổn định và phát triển

Truyền thông đại chúng ra đời để thực hiện nhiều chức năng. Ngoài chức năng giải trí, truyền thông đại chúng còn đóng vai trò như là tác nhân của quá trình xã hội hóa. Truyền thông đại chúng là một trong những môi trường xã hội hóa quan trọng của các cá nhân. Thông qua các kênh thông tin mà các giá trị xã hội, các quy tắc, luật lệ thành văn hay bất thành văn được nhắc đi nhắc lại cho mọi người biết, trên cơ sở đó thuyết phục họ đồng tình và cùng nhau tuân thủ. Như là một tác nhân của quá trình xã hội hóa thì các phương tiện truyền thông đại chúng vô hình tạo ra sự kết dính xã hội thông qua việc chuyển đến công chúng những thông điệp phổ biến, mang tính chuẩn hóa nhất định về văn hóa. Thông qua những tương tác chung trong việc tiếp cận cùng một vấn đề, cùng một sự kiện được chuyển tải trên các phương tiện truyền thông đại chúng thì các cá nhân như được kết chặt lại với nhau.

Bên cạnh đó, lý thuyết chức năng cho rằng truyền thông đại chúng như là người thi hành các chuẩn mực xã hội. Ví dụ như việc cho đăng tải những hành vi được cho là lệch chuẩn, vi phạm các kỳ vọng của xã hội kèm với những lời nhận xét đúng sai, tốt xấu.

Tuy nhiên, mặt trái của vấn đề được thể hiện ở chỗ bên cạnh đưa ra

những hành động xấu để răn đe thực hiện những hành động chuẩn mực thì vô hình chung truyền thông đại chúng lại có thể làm hậu thuẫn cho những hành động sai đó.

Truyền thông đại chúng có thể ban phong thân trạng cho cá nhân hay nhóm xã hội bằng việc cho đăng tải với tần suất xuất hiện nhiều trên các phương tiện truyền thông đại chúng góp phần xây dựng nên hình ảnh của một cá nhân hay nhóm xã hội nào đó theo cả hướng tích cực và tiêu cực.

Truyền thông đại chúng thực hiện chức năng giám sát thông qua việc nhà truyền thông quyết định cho đăng tải những thông tin nào trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

Ngoài những chức năng trên, truyền thông đại chúng tạo ra sự biến lệch chức năng gây mê. R.Merton cho rằng việc các phương tiện truyền thông đại chúng đưa tin quá nhiều làm cho công chúng bội thực thông tin và mất khả năng xác định khuôn mẫu ứng xử phù hợp qua những thông tin đó.

R.Merton cho rằng truyền thông có chức năng công khai và chức năng tiềm ẩn. Trong đó, chức năng công khai là hiệu quả thực sự mà nhà truyền thông mong muốn đạt được. Còn chức năng tiềm ẩn là hệ quả xảy ra mà nhà truyền thông không ngờ đến. Bên cạnh đó, ông còn phân biệt giữa chức năng và phản chức năng. Chức năng tức là làm cho một hệ thống duy trì được sự tồn tại của mình và tiếp tục vận động. Còn phản chức năng là ngăn cản sự hoạt động của hệ thống đó.

Laswel cũng nêu lên ba chức năng chính của truyền thông đại chúng. Đó là chức năng kiểm soát môi trường xã hội, liên kết các bộ phận của xã hội với nhau, truyền tải di sản xã hội từ thế hệ này sang thế hệ khác.

Áp dụng lý thuyết này, chúng ta có thể thấy rằng: truyền thông đại chúng nói chung và báo chí nói riêng có vai trò quan trọng đối với việc lan truyền các thông tin, thông điệp trong xã hội. Vì vậy, chính những thông tin hoặc yếu

tổ liên quan đến định kiến đối với nữ giới trên báo mạng sẽ làm ảnh hưởng đến công cuộc đấu tranh chống bất bình đẳng giới hiện nay. Việc chỉ ra định kiến đối với nữ giới trên báo điện tử sẽ giúp các báo nhận thức rõ ràng hơn về việc cần phải thay đổi trong quá trình sản xuất và thay đổi tin, bài. Từ đó sẽ có những giải pháp cụ thể và hiệu quả, góp phần giúp bình đẳng giới trong xã hội.

5.3.4 Lý thuyết nữ quyền

Các nhà nữ quyền cho rằng hình ảnh phụ nữ xuất hiện trên truyền thông đại chúng có thể thấp hơn so với nam giới, nam giới xuất hiện như là chuẩn mực văn hóa của xã hội, còn phụ nữ thì không quan trọng bằng.

Thông điệp truyền thông tạo ra và duy trì các khuôn mẫu rập khuôn về nam giới và nữ giới theo hướng nữ giới được mô tả ở thế bị động như đang rơi vào sự nguy hiểm hoặc đang cần sự trợ giúp, giải cứu của nam giới nhưng nam giới không được mô tả như vậy.

Trong việc mô tả mối quan hệ nam - nữ, các thông điệp truyền thông thường nhấn mạnh đến các vai trò tính dục truyền thống và bình thường hóa bạo lực đối với phụ nữ.

Kết quả nghiên cứu của luận văn sẽ cho thấy rằng hình ảnh của người phụ nữ trên báo chí, mà cụ thể là báo điện tử có đang bị rập khuôn theo tính giới hay không. Từ đó giúp những người làm báo và các cơ quan báo chí có những thay đổi trong nhận thức cũng như quá trình tác nghiệp.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn

6.1 Ý nghĩa lý luận

- Luận văn góp phần bổ sung, làm phong phú thêm lý luận về báo chí – truyền thông. Cụ thể là hệ thống lý luận về báo điện tử, vai trò, chức năng, nguyên tắc, hiệu quả....của báo chí, báo điện tử.

- Kết quả nghiên cứu đóng góp vào việc phân tích, làm sáng tỏ lý luận chung của báo chí khi áp dụng vào một vấn đề cụ thể.

- Vận dụng những kiến thức chuyên ngành báo chí để nghiên cứu thông điệp truyền thông. Cụ thể ở đây là vấn đề định kiến về nữ giới trên báo điện tử.

6.2 Ý nghĩa thực tiễn

Luận văn là tài liệu tham khảo tại các cơ quan chỉ đạo, quản lý báo chí nói chung, báo điện tử nói riêng, các cơ sở đào tạo báo chí, các phóng viên, biên tập viên và những ai quan tâm đến vấn đề này. Cụ thể, các số liệu và phân tích định kiến về nữ giới, các giải pháp và khuyến nghị để giảm thiểu định kiến về nữ giới trong nội dung truyền thông trên báo điện tử hiện nay.

7. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, phụ lục, luận văn gồm 3 chương sau đây:

Chương 1: Báo điện tử và vấn đề định kiến giới – Những vấn đề lý luận cơ bản

Chương 2: Thực trạng vấn đề định kiến về nữ giới trên báo điện tử Việt Nam hiện nay

Chương 3: Một số vấn đề đặt ra và giải pháp cải thiện định kiến về nữ giới trên báo điện tử hiện nay

Nội dung của luận văn sẽ được trình bày theo thứ tự các chương nói trên.

CHƯƠNG 1: BÁO ĐIỆN TỬ VÀ VẤN ĐỀ ĐỊNH KIẾN GIỚI - NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN

1.1. Các khái niệm và thuật ngữ liên quan

1.1.1 Giới

Nếu như khái niệm giới tính dễ có sự nhất trí khi xác định khái niệm thì với khái niệm giới, số lượng định nghĩa phong phú hơn rất nhiều. Sau đây là hai trong số rất nhiều khái niệm về giới đã được đưa ra:

Tại điều 5, Luật Bình đẳng giới năm 2006 định nghĩa rằng: *“Giới chỉ đặc điểm, vị trí, vai trò của nam và nữ trong tất cả các mối quan hệ xã hội”*.

“Khái niệm giới không chỉ đề cập đến nam và nữ mà cả mối quan hệ giữa nam và nữ. Trong mỗi quan hệ ấy có sự phân biệt về vai trò, trách nhiệm, hành vi hoặc sự mong đợi mà xã hội đã quy định cho mỗi giới. Những quy định/mong đợi xã hội này phù hợp với các đặc điểm văn hóa, chính trị, kinh tế, xã hội và tôn giáo; vì thế nó luôn biến đổi theo các giai đoạn lịch sử và có khác biệt giữa các cộng đồng, xã hội” (Tr.21, Giáo trình xã hội học về giới – Hoàng Bá Thịnh – NXB ĐHQG HN 2014).

Trong Báo cáo hiện trạng bất bình đẳng giới trong cộng đồng người dân tộc thiểu số (Vũ Hồng Anh - Đại học Syracuse) đưa ra định nghĩa: *“Giới không phải là một từ đồng nghĩa của “phụ nữ”, mà giới là một khái niệm chỉ sự khác biệt trong phân công lao động, chia sẻ trách nhiệm và quyền lợi giữa nam giới và nữ giới trong xã hội. Quan niệm về giới có thể khác nhau tùy theo từng nền văn hóa có những phong tục tập quán riêng và có thể thay đổi theo từng giai đoạn phát triển của xã hội”*.

Trong bài viết *“Vấn đề Bình đẳng giới”* (Hoàng Thị Hương - Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội) lại đưa ra một định nghĩa khác như sau: *“Giới là một thuật ngữ để chỉ vai trò xã hội, hành vi ứng xử xã hội và những kỳ vọng*

liên quan đến nam và nữ”.

Giới là một thuật ngữ khoa học bắt nguồn từ môn nhân loại học. Sự khác biệt giới giữa nam và nữ là nói đến vai trò, trách nhiệm và quyền lợi mà xã hội quy định cho nam và nữ trong quá trình phân công lao động, các kiểu phân chia các nguồn và lợi ích.

Giới đề cập tới các quy tắc tiêu chuẩn theo nhóm tập thể không theo lợi ích cá nhân. Vai trò của giới được xác định theo văn hóa, không theo khía cạnh sinh vật học, có thể thay đổi theo thời gian và do những tác động bên ngoài, biến đổi theo các xã hội và từng vùng khác nhau. Khi sinh ra con người không mang đặc tính giới, con người học những đặc tính giới từ gia đình, xã hội và nền văn hóa của họ.

Như vậy, có thể hiểu Giới là mối quan hệ xã hội giữa nam và nữ và cách thức mà mối quan hệ xã hội đó được xây dựng trong xã hội. Mối quan hệ xã hội này đã thay đổi theo hoàn cảnh thời gian và hoàn cảnh địa lý.

Thông qua nghiên cứu và tìm hiểu các định nghĩa về khái niệm giới, tôi cho rằng: *“Giới là một thuật ngữ dùng để chỉ sự khác biệt về đặc điểm, vị trí, vai trò trong xã hội hoặc sự kỳ vọng của xã hội đối với nam và nữ”.*

1.1.2 Định kiến

Theo Từ điển Bách khoa toàn thư Việt Nam, định kiến là *“xu thế tâm lí (tâm thế) tiêu cực đối với một nhóm xã hội, một cá nhân hay một sự vật, là hiện tượng nhất định có tính chất định hình, khó thay đổi bằng những thông tin, nhận thức duy lí. Có các loại định kiến về chính trị, triết học, tôn giáo, văn hoá, xã hội, quan hệ cá nhân...Nguồn gốc định kiến rất phức tạp nhưng thường hình thành trong một hoàn cảnh xã hội lịch sử cụ thể nào đó (ảnh hưởng của gia đình, của nhóm xã hội, kinh nghiệm bản thân, sách vở, vv.), được củng cố, định hình dần và được biện minh là "hợp lí" trong nội tâm. Những người dễ có định kiến là những người hay lo âu, dao động, bảo thủ...Định*

kiến thường gây ra những trở lực lớn trong giao tiếp xã hội, quan hệ giữa người với người, nhiều khi dẫn đến những mâu thuẫn xung khắc vô cớ”.

Có thể thấy, định nghĩa trên tiếp cận vấn đề định kiến ở tầm khái quát và mang ý nghĩa chung chứ không đề cập đến một dạng định kiến cụ thể nào.

Trong công trình “*Định kiến, những ghi chú về việc vận hành của những đặc tính bị xói mòn*” của Goffman (1963) – một nhà Xã hội học người Canada, khái niệm định kiến được tác giả nêu là “*thuộc tính làm tổn hại một cách sâu sắc đến cộng đồng chịu định kiến, khiến họ bị chuyển dịch từ một nhóm bình thường sang nhóm kém vị thế và ít đáng tin hơn*”. Cũng theo học giả này có 3 loại định kiến:

- Định kiến dựa trên những đặc điểm dị dạng của hình thể
- Định kiến về những người có đặc điểm không bình thường về tinh thần
- Định kiến về chủng tộc, dân tộc và tôn giáo

Tác giả Gordon Allport (1954) cho rằng định kiến là sự khái quát hóa không đúng đắn, cứng nhắc một vài đặc tính cụ thể của một hay vài cá nhân cho cả cộng đồng của cá nhân đó. Định kiến có thể biểu hiện rõ ra bên ngoài hoặc có thể cảm nhận được.

Một số nhà xã hội học như Stafforf và Scott (1986) cho rằng định kiến “*là một đặc điểm của những người vốn mang những giá trị mâu thuẫn với hệ chuẩn mực của một nhóm xã hội*”. Theo Crocker và cộng sự (1998) thì “*những cá nhân bị định kiến bởi họ mang trong mình vài đặc điểm hoặc thuộc tính không được coi là có giá trị trong xã hội*”.

“*Định kiến là ý kiến thiên vị, không khách quan, đã có sẵn từ trước*” (tr.344, Từ điển Tiếng Việt - Xuân Huy, Đồng Công Hữu - NXB Trẻ 2007).

Trong bài viết “*Định kiến và áp lực xã hội đối với nữ tri thức*” trên Tạp chí Tri thức trẻ ngày 24/8/2009, PGS.TS Trần Minh Đức - Đại học Quốc gia Hà Nội đã đưa ra định nghĩa như sau: “*định kiến xã hội là những thái độ tiêu*

cực không có cơ sở chắc chắn; một tập hợp các quan niệm, ý kiến, niềm tin hoặc biểu tượng có tính chất rập khuôn và đơn giản hoá những đặc điểm bề ngoài về một nhóm người nào đó khiến cho các đặc điểm của nhóm này bị mô tả một cách cứng nhắc, không chính xác”.

Theo tôi, nói một cách giản lược và thông dụng, định kiến có thể hiểu là “những nhận định một cách tiêu cực đã tồn tại sẵn có về một sự vật, hiện tượng hoặc nhóm xã hội”.

1.1.3 Định kiến giới

Hiện nay có tồn tại một số định nghĩa về định kiến giới như sau:

Định kiến giới là suy nghĩ mà mọi người có về những gì mà phụ nữ và nam giới có khả năng và loại hoạt động mà họ có thể làm (Theo tài liệu Tập huấn giảng viên về phân tích và lập kế hoạch dưới góc độ giới. UBQG vì sự tiến bộ của Phụ nữ Việt Nam, UNDP, 1998)

Định kiến giới là tập hợp các đặc điểm mà một nhóm người, cộng đồng cụ thể coi là thuộc tính của phụ nữ hoặc nam giới (ví dụ: nội trợ không phải là việc của đàn ông). Các định kiến giới thường không phản ánh đúng khả năng thực tế của từng giới và thường giới hạn những gì mà xã hội cho phép hoặc mong đợi các cá nhân thực hiện. (Theo “Hướng dẫn lồng ghép giới trong hoạch định và thực thi chính sách, UBQG vì sự tiến bộ của phụ nữ Việt Nam, 2005)

“Định kiến giới là nhận thức, thái độ và đánh giá thiên lệch, tiêu cực về đặc điểm, vị trí, vai trò và năng lực của nam hoặc nữ” (Điều 5, Luật Bình đẳng giới năm 2006).

“Định kiến giới được hiểu là thái độ có sẵn của xã hội nhìn nhận không đúng về khả năng, về tính cách mà nam giới hoặc nữ giới nên có, hoặc không nên có; về loại hình hoạt động và nghề nghiệp mà nam hay nữ giới có thể, hoặc không thể làm. Thậm chí sự ấn định này có trước cả khi họ được sinh

ra. Do xã hội hiện nay vẫn còn những bất bình đẳng đối với phụ nữ nên khái niệm định kiến giới được ngầm hiểu là định kiến đối với nữ giới”. (*“Định kiến và áp lực xã hội đối với nữ tri thức”* - PGS.TS Trần Minh Đức - Tạp chí Tri thức trẻ ngày 24/8/2009).

Sau khi tìm hiểu các định nghĩa khác nhau về định kiến giới, cá nhân tôi cho rằng: *“Định kiến giới là những suy nghĩ, nhận thức, quan điểm có sẵn của xã hội phản ánh không đúng về đặc điểm, vị trí, vai trò, năng lực của nam và nữ”*.

1.1.4 . Báo điện tử

Trên thế giới và ở Việt Nam đang tồn tại nhiều cách gọi khác nhau đối với loại hình báo chí này : Báo điện tử (Electronic Journal), Báo trực tuyến (Online Newspaper), Báo mạng (Cyber Newspaper), Báo chí internet (Internet Newspaper) và Báo mạng điện tử.

Báo mạng điện tử là khái niệm được sử dụng sau khi Học viện Báo chí và Tuyên truyền tuyển sinh một chuyên ngành đào tạo mới – Báo mạng điện tử và thành lập Tổ bộ môn báo mạng điện tử.

Trong cuốn *“Báo mạng điện tử những điều cơ bản”* – TS Nguyễn Thị Trường Giang – NXB Chính trị hành chính (2011), tác giả đã đưa ra định nghĩa như sau: *“Báo mạng điện tử là một loại hình báo chí được xây dựng dưới hình thức của một trang web và phát hành trên mạng internet”* (Tr.53).

Theo Luật báo chí sửa đổi năm 2016, có hiệu lực từ ngày 1/1/2017: *“Báo điện tử là loại hình báo chí sử dụng chữ viết, hình ảnh, âm thanh, được truyền dẫn trên môi trường mạng, gồm báo điện tử và tạp chí điện tử”*.

1.2 Quan điểm của Đảng, Luật pháp của Nhà nước về Giới

1.2.1 Quan điểm của Đảng

Quan điểm “Nam, nữ bình quyền” của Đảng và Bác Hồ được xác định ngay trong Cương lĩnh đầu tiên của Đảng năm 1930. Sinh thời, Chủ tịch Hồ

Chí Minh luôn khẳng định vị trí vai trò của phụ nữ trong sự nghiệp cách mạng của Đảng và nhân dân ta,

Ngay trong những năm tháng ác liệt của cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước, ngày 10/01/1967, Ban Bí thư Trung ương Đảng ban hành Nghị quyết số 152-NQ/TW chỉ rõ: *“Tu tưởng phong kiến đối với phụ nữ còn tồn tại khá sâu sắc trong một số cán bộ, đảng viên, kể cả cán bộ lãnh đạo. Thể hiện rõ nhất tư tưởng hẹp hòi, “trọng nam khinh nữ”, chưa tin vào khả năng lãnh đạo và khả năng quản lý kinh tế của phụ nữ, chưa thấy hết khó khăn trở ngại của phụ nữ...”*

Sau khi đất nước hoàn toàn giải phóng, bước vào thời kỳ mới, việc phát huy hơn nữa vị trí, vai trò của các tầng lớp phụ nữ trong sự nghiệp cách mạng của Đảng, của nhân dân là yêu cầu, đòi hỏi lớn. Chỉ thị số 44- CT/TW ngày 7/6/1984 của Ban Bí thư về một số vấn đề cấp bách trong công tác cán bộ nữ chỉ rõ: *“Nhiều cấp uỷ Đảng và lãnh đạo các ngành buông lỏng việc chỉ đạo thực hiện các nghị quyết của Đảng về công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ nữ... còn tư tưởng phong kiến, coi thường phụ nữ, đối xử thiếu công bằng với chị em...”*; *“Các trường lớp đào tạo, bồi dưỡng trong nước và ngoài nước, khi chiêu sinh cần quy định tỷ lệ nữ một cách thoả đáng; ... Các trường lớp tập trung cần tổ chức nhà trẻ, lớp mẫu giáo để chị em có con nhỏ gửi cháu”....*

Bước vào thời kỳ đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo, ngày 12/7/1993 Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 04-NQ/TW về đổi mới và tăng cường công tác vận động phụ nữ trong tình hình mới. Nghị quyết nhấn mạnh: *“Xây dựng và sửa đổi, hoàn chỉnh các pháp luật, chính sách xã hội có liên quan đến phụ nữ và lao động nữ... Có chủ trương, chính sách phù hợp đối với phụ nữ dân tộc ít người, phụ nữ tôn giáo, phụ nữ nghèo, phụ nữ đơn thân, phụ nữ tàn tật”...*

Chỉ thị số 37-CT/TW ngày 16/5/1994 của Ban Bí thư TW về một số vấn đề công tác cán bộ nữ trong tình hình mới khẳng định: “*Cần xây dựng chiến lược đào tạo, bồi dưỡng, sử dụng lao động nữ nói chung và cán bộ nữ nói riêng... Chú trọng đào tạo đội ngũ cán bộ nữ làm công tác khoa học- kỹ thuật, kinh tế, pháp luật, hành chính, quản lý nhà nước,... cán bộ nữ dân tộc ít người, tôn giáo, vùng sâu, vùng xa. Các trường lớp đào tạo, bồi dưỡng của Đảng, Nhà nước và các đoàn thể khi chiêu sinh cần có quy định tỷ lệ nữ một cách thoả đáng, đưa vào chương trình đào tạo những kiến thức về giới...*”

Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX của Đảng chỉ rõ: “*Đối với phụ nữ, thực hiện tốt luật pháp và chính sách bình đẳng giới, bồi dưỡng, đào tạo nghề nghiệp, nâng cao học vấn; có cơ chế, chính sách để phụ nữ tham gia ngày càng nhiều vào các cơ quan lãnh đạo và quản lý ở các cấp, các ngành, chăm sóc và bảo vệ sức khỏe bà mẹ và trẻ em; tạo điều kiện để phụ nữ thực hiện tốt thiên chức người mẹ; xây dựng gia đình no ấm, bình đẳng, tiến bộ, hạnh phúc*”

Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng tiếp tục khẳng định: “*Nâng cao trình độ mọi mặt và đời sống vật chất, tinh thần thực hiện bình đẳng giới. Tạo điều kiện để phụ nữ thực hiện tốt vai trò của người công dân, người lao động, người mẹ, người thầy đầu tiên của con người. Bồi dưỡng, đào tạo để phụ nữ tham gia ngày càng nhiều vào các hoạt động xã hội, các cơ quan lãnh đạo và quản lý ở các cấp. Chăm sóc và bảo vệ sức khỏe bà mẹ, trẻ em. Bổ sung và hoàn chỉnh các chính sách về bảo hộ lao động, bảo hiểm xã hội, thai sản, chế độ đối với lao động nữ. Kiên quyết đấu tranh chống các tệ nạn xã hội và các hành vi bạo lực, xâm hại và xúc phạm nhân phẩm phụ nữ*”.

Ngày 27-4-2007, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 11-NQ/TU về công tác phụ nữ thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Nghị quyết đã nêu lên những quan điểm cơ bản của Đảng ta trong công tác phụ nữ thời kỳ đẩy mạnh CNH, HĐH đất nước như sau:

- Phát huy vai trò, tiềm năng to lớn của phụ nữ trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc; Nâng cao địa vị phụ nữ, thực hiện bình đẳng giới trên mọi lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội là một trong những nhiệm vụ và mục tiêu quan trọng của cách mạng Việt Nam trong thời kỳ mới.

- Công tác phụ nữ phải sát hợp với từng đối tượng, vùng miền, phát huy được tinh thần làm chủ, tiềm năng, sức sáng tạo và khả năng đóng góp cao nhất của các tầng lớp phụ nữ, góp phần tạo nên sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc, để phát triển đất nước; đồng thời chăm lo cho phụ nữ tiến bộ về mọi mặt, quan tâm đầy đủ quyền và lợi ích hợp pháp chính đáng để phụ nữ có điều kiện thực hiện tốt vai trò người công dân, người lao động, người mẹ, người thầy đầu tiên của con người.

- Xây dựng, phát triển vững chắc đội ngũ cán bộ nữ tương xứng với vai trò to lớn của phụ nữ là yêu cầu khách quan, là nội dung quan trọng trong chiến lược công tác cán bộ của Đảng.

- Công tác phụ nữ là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, của toàn xã hội và từng gia đình. Trong đó, hạt nhân lãnh đạo là các cấp ủy đảng, trách nhiệm trực tiếp và chủ yếu là cơ quan quản lý nhà nước các cấp, vai trò chủ thể là phụ nữ mà nòng cốt là các cấp Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam.

Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2011-2020 đã đưa ra 6 mục tiêu như sau:

- Tăng cường sự tham gia của phụ nữ vào các vị trí quản lý, lãnh đạo, nhằm từng bước giảm dần khoảng cách giới trong lĩnh vực chính trị.

- Giảm khoảng cách giới trong lĩnh vực kinh tế, lao động, việc làm; tăng cường sự tiếp cận của phụ nữ nghèo ở nông thôn, phụ nữ người dân tộc thiểu

số đối với các nguồn lực kinh tế, thị trường lao động.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nữ, từng bước bảo đảm sự tham gia bình đẳng giữa nam và nữ trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo.

- Bảo đảm bình đẳng giới trong tiếp cận và thụ hưởng các dịch vụ chăm sóc sức khỏe.

- Bảo đảm bình đẳng giới trong lĩnh vực văn hóa và thông tin.

- Bảo đảm bình đẳng giới trong đời sống gia đình, từng bước xóa bỏ bạo lực trên cơ sở giới.

- Nâng cao năng lực quản lý nhà nước về bình đẳng giới.

Như vậy, tóm lại có thể thấy rằng đảm bảo bình đẳng giới đã được Đảng quan tâm từ rất sớm và được cụ thể hóa trong các văn bản ban hành.

1.2.2 Luật pháp của Nhà nước

Luật Bình đẳng giới năm 2006 đã nêu rõ tại Điều 7, Chính sách của Nhà nước về Bình đẳng giới như sau:

- Bảo đảm bình đẳng giới trong mọi lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội và gia đình; hỗ trợ và tạo điều kiện cho nam, nữ phát huy khả năng, có cơ hội như nhau để tham gia vào quá trình phát triển và thụ hưởng thành quả của sự phát triển.

- Bảo vệ, hỗ trợ người mẹ khi mang thai, sinh con và nuôi con nhỏ; tạo điều kiện để nam, nữ chia sẻ công việc gia đình.

- Áp dụng những biện pháp thích hợp để xóa bỏ phong tục, tập quán lạc hậu cản trở thực hiện mục tiêu bình đẳng giới.

- Khuyến khích cơ quan, tổ chức, gia đình, cá nhân tham gia các hoạt động thúc đẩy bình đẳng giới.

- Hỗ trợ hoạt động bình đẳng giới tại vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và vùng có điều kiện kinh tế – xã hội đặc biệt khó khăn; hỗ trợ những điều kiện cần thiết để nâng chỉ số phát triển giới đối với các ngành,

lĩnh vực và địa phương mà chỉ số phát triển giới thấp hơn mức trung bình của cả nước.

Nghị định số 48/2009/NĐ-CP của Chính Phủ ngày 19/5/2009 đã quy định về các biện pháp bảo đảm bình đẳng giới về:

- Thông tin, giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới.
- Lồng ghép vấn đề bình đẳng giới trong xây dựng văn bản quy phạm pháp luật.
- Các biện pháp thúc đẩy bình đẳng giới; chính sách hỗ trợ nữ cán bộ, công chức, viên chức; hỗ trợ hoạt động bình đẳng giới tại vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn.
- Nguồn tài chính cho hoạt động bình đẳng giới.

Bộ Tư pháp ban hành thông tư số 11/2014/TT-BTP, ngày 17/4/2014 quy định về bảo đảm bình đẳng giới trong trợ giúp pháp lý. Thông tư này quy định về bảo đảm bình đẳng giới trong trợ giúp pháp lý, bao gồm: mục tiêu, nguyên tắc, bảo đảm bình đẳng giới trong tổ chức thực hiện trợ giúp pháp lý và hoạt động trợ giúp pháp lý; trách nhiệm bảo đảm bình đẳng giới trong trợ giúp pháp lý của cơ quan, tổ chức, cá nhân.

Ngày 13/8/2014, Bộ Tư pháp cũng ban hành Thông tư số 17/2014/TT-BTP quy định về lồng ghép vấn đề bình đẳng giới trong xây dựng văn bản quy phạm pháp luật trong đó nêu rõ: nguyên tắc lồng ghép vấn đề bình đẳng giới trong xây dựng văn bản quy phạm pháp luật; quy trình lồng ghép vấn đề bình đẳng giới trong xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và trách nhiệm của cơ quan chủ trì soạn thảo, cơ quan thẩm định, cơ quan thẩm tra trong việc thực hiện lồng ghép vấn đề bình đẳng giới trong quy trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật.

Ngoài ra, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, cơ quan soạn thảo dự án

Bộ luật Lao động (sửa đổi) và các cơ quan liên quan đang tập trung thay đổi cách tiếp cận, hoàn thiện các quy định đối với bốn nội dung về thúc đẩy bình đẳng giới trong Bộ luật Lao động. Đó là: Thu hẹp và tiến tới xóa bỏ khoảng cách về tuổi nghỉ hưu giữa lao động nam và lao động nữ. Hoàn thiện các quy định phòng, chống quấy rối tình dục nơi làm việc. Bảo đảm, thúc đẩy bình đẳng giới, không phân biệt đối xử trên cơ sở giới trong thực hiện chức năng thai sản, chăm sóc con nhỏ. Hoàn thiện cơ chế cộng đồng trách nhiệm giữa Nhà nước và người sử dụng lao động trong tổ chức nhà trẻ, mẫu giáo; hỗ trợ người lao động gửi con vào nhà trẻ, lớp mẫu giáo. Dự án Bộ Luật Lao động (sửa đổi) dự kiến sẽ được trình Quốc hội thông qua vào tháng 10/2019 tại kỳ họp thứ 8, Quốc hội khóa XIV.

1.3. Vai trò của báo chí về giới và định kiến giới

Báo chí cũng đóng một vai trò quan trọng đối với công tác giới, đã được quy định rõ trong các văn bản của Nhà nước. Cụ thể:

Luật Bình đẳng giới năm 2006 quy định rõ tại điều 23: *“Việc thông tin, giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới thông qua các chương trình học tập, các ấn phẩm, các chương trình phát thanh, truyền hình và các hình thức khác”*.

Trong chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2015-2020, mục tiêu 5 về Bảo đảm bình đẳng giới trong lĩnh vực văn hóa và thông tin như sau:

- Chỉ tiêu 1: Đến năm 2015 giảm 60% và đến năm 2020 giảm 80% sản phẩm văn hóa, thông tin mang định kiến giới. Tăng thời lượng phát sóng các chương trình, chuyên mục và số lượng các sản phẩm tuyên truyền, giáo dục về bình đẳng giới.

- Chỉ tiêu 2: Đến năm 2015 có 90% và đến năm 2020 có 100% đài phát thanh và đài truyền hình ở trung ương và địa phương có chuyên mục, chuyên đề nâng cao nhận thức về bình đẳng giới.

Tại quyết định số 1696/QĐ-TTG của Thủ tướng chính phủ ngày 2/10/2015 về việc phê duyệt chương trình hành động quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2016-2020 đã nêu rõ tại phần truyền thông nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi về bình đẳng giới: *“Nâng cao năng lực truyền thông về bình đẳng giới cho các cơ quan truyền thông, đội ngũ báo cáo viên, phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên, đội ngũ cán bộ thông tin cơ sở; xây dựng mô hình thí điểm áp dụng Bộ chỉ số về giới trong truyền thông ở một số cơ quan báo chí”*.

Ngoài ra nhà báo và các cơ quan báo chí có vai trò quan trọng trong công tác truyền thông nhằm xóa bỏ định kiến giới.

Tại quyết định số 1696/QĐ-TTG của Thủ tướng chính phủ ngày 2/10/2015 về việc phê duyệt chương trình hành động quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2016-2020 quy định về việc tổ chức thực hiện chương trình như sau: *“Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp với Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội và các Bộ, cơ quan, tổ chức và các địa phương liên quan hướng dẫn, chỉ đạo cơ quan báo chí đẩy mạnh và đổi mới các hoạt động truyền thông, giáo dục về chủ trương, chính sách, pháp luật về bình đẳng giới; tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý nghiêm các hoạt động thông tin, báo chí, xuất bản có nội dung định kiến giới”*.

Khi bàn về đề tài phụ nữ trên báo chí hiện nay, nhiều người đều cho rằng, báo chí đã và đang góp phần khẳng định, nâng cao vai trò, vị trí của phụ nữ trong đời sống xã hội hiện đại. Nhờ sự tác động của báo chí hiện nay mà hình ảnh phụ nữ có những thay đổi tích cực và cũng chính những đề tài phụ nữ lại là chất liệu tạo ra những sản phẩm báo chí sinh động và hấp dẫn.

Hiện nay, các sản phẩm báo chí truyền thông ngày càng chú trọng lồng ghép vấn đề về bình đẳng giới, qua đó góp phần định hướng và xóa bỏ những định kiến về giới. Trong xã hội hiện đại, báo chí viết về phụ nữ đã dần thoát khỏi khuôn mẫu “đóng đinh” của ngày xưa với hình ảnh: phụ nữ yếu mềm, phụ nữ gắn với các công việc nhẹ nhàng, nội trợ, phụ nữ là chăm sóc gia đình,

lo toan cho chồng con... Thay vào đó là hình ảnh phụ nữ hiện đại, năng động, sáng tạo nhưng cũng không kém phần quyết đoán, trở thành đề tài được báo chí cập nhật, khai thác trên mọi lĩnh vực của đời sống xã hội.

Báo chí cũng xuất hiện thêm hình ảnh những nữ chính trị gia, nữ doanh nhân, nữ nghệ sĩ, hay những phụ nữ thành đạt và quyền lực. Họ được báo chí tiếp cận khai thác thông tin với vai trò là chủ thể, là những người có những đóng góp quan trọng vào sự phát triển của xã hội. Điều đó cho thấy, báo chí có thể tác động tích cực đến dư luận, chính sách, quan điểm xã hội về nữ giới, thúc đẩy bình đẳng giới và bảo đảm quyền của phụ nữ. Báo chí hiện nay đã và đang góp phần khẳng định, tôn vinh vai trò, vị trí của phụ nữ trong xã hội hiện đại.

1.4. Tiêu chí đánh giá định kiến về nữ giới trên báo điện tử

Căn cứ vào “Bộ chỉ số về giới trong truyền thông” theo nghiên cứu của Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hợp Quốc (UNESCO), để đánh giá định kiến về nữ giới trên báo điện tử thì có thể đánh giá theo những tiêu chí sau:

- Các thông tin không thể hiện quan điểm về bình đẳng giới giữa nam và nữ dựa trên tất cả các quyền con người.
- Hình thức và nội dung thông tin mang tính định kiến giới, củng cố định kiến giới.
- Các thông tin không hướng tới việc thay đổi vai trò của giới trong truyền thông, không khẳng định tính tích cực của nam và nữ trong những vai trò mới như: nam giới làm công việc nội trợ, nữ giới làm kinh doanh.
- Các thông tin không khuyến khích nữ giới năng động, tự tin, sáng tạo.
- Các thông tin không có tính thúc đẩy sự thay đổi nhận thức của cộng đồng để tránh định kiến giới.
- Khắc họa hình ảnh của nam giới và nữ giới không cân bằng.
- Đưa những thông tin không phù hợp về các vấn đề nhạy cảm giới như đổ lỗi cho nạn nhân bị bạo lực.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Truyền thông nói chung và báo chí nói riêng đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy bình đẳng giới, xóa bỏ định kiến đối với nữ giới. Điều này cần sự quan tâm, chú trọng của các cơ quan báo chí cũng như nhà báo.

Trên cơ sở chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về giới và vai trò của báo chí trong vấn đề giới, Chương I với mục đích đưa ra những khái niệm cơ bản, có liên quan tới báo điện tử và vấn đề định kiến giới. Trong đó tập trung làm rõ một số khái niệm trung tâm liên quan đến nội dung đề tài luận văn như: giới, định kiến, định kiến giới, báo điện tử. Qua đó, làm tiền đề để khảo sát thực trạng vấn đề định kiến về nữ giới trên báo điện tử Việt Nam hiện nay. Việc xác định rõ thực trạng định kiến về nữ giới trên báo chí sẽ giúp cho tòa soạn báo và từng nhà báo sẽ có thể có những cách thức, giải pháp giải quyết vấn đề này trong từng hoàn cảnh cụ thể của mỗi cơ quan báo chí.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VẤN ĐỀ ĐỊNH KIẾN VỀ NỮ GIỚI TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1 Tổng quan về các tờ báo lựa chọn khảo sát

• Báo Phunuvietnam.vn:

- Là báo điện tử của Báo Phụ nữ Việt Nam, có cơ quan chủ quản là Hội Phụ nữ Việt Nam. Một số thông tin về báo như sau:

- Tổng biên tập: Nguyễn Thục Hạnh
- Phó tổng biên tập phụ trách báo điện tử: Phí Quốc Thuyên, Hoàng

Đình Linh

- Tòa soạn: 47 Hàng Chuối, Tp. Hà Nội, Việt Nam
- Điện thoại: 84-24-3971 3500 - Fax: 84-24-3821 3202
- Đường dây nóng: 094.170.7373
- Email: pvnonline@phunuvietnam.vn

- Trang báo gồm 8 chuyên mục chính sau:

- Xã hội
- Luật và Đời
- Hôn nhân - Gia đình
- Kỹ năng
- Dịch vụ
- Sản phẩm hồng
- An toàn thực phẩm
- Giải trí

• Báo Giadinh.net.vn

- Là Báo điện tử Gia đình và Xã hội, có cơ quan chủ quản là Tổng cục Dân số Kế hoạch hóa gia đình (Bộ Y tế). Một số thông tin về báo như sau:

- Tổng biên tập: Trần Tuấn Linh
- Phó Tổng biên tập: Nguyễn Ngọc Đức, Nguyễn Chí Long

- Điện thoại: 04.22120681 | Fax: 04.8463556
- Đường dây nóng: 0904852222
- Trụ sở: Số 138A Giảng Võ, quận Ba Đình
- Email: toasoan@giadinh.net.vn

- Trang báo gồm 10 chuyên mục chính sau:

- Mới nhất
- Gia đình
- Xã hội
- Sống khỏe
- Giải trí
- Pháp luật
- Ăn-Ở-Đẹp
- Vòng tay nhân ái
- Thị trường
- Bốn phương

- **Báo Tienphong.vn**

- Là Báo điện tử của Báo Tiền phong, có cơ quan chủ quản là Trung ương đoàn Thanh niên cộng sản Hồ Chí Minh. Một số thông tin về báo như sau:

- Tổng Biên tập: Lê Xuân Sơn
- Tòa soạn: 15 Hồ Xuân Hương, Hà Nội
- Điện thoại: (84-24) 39431250
- Fax: (84-24) 39430693
- Email: online@baotienphong.com.vn

- Trang báo gồm 16 chuyên mục chính sau:

- Xã Hội
- Kinh tế
- Địa ốc

- Sức khỏe
- Thể giới
- Giới trẻ
- Pháp luật
- Thể thao
- Người lính
- Xe
- Giải trí
- Video
- Giáo dục
- Khoa học
- Hoa hậu
- Mục khác

2.2 Khảo sát vấn đề định kiến về nữ giới trên các báo được lựa chọn

Sau khi thu thập thông tin, nghiên cứu tổng hợp từ 3 báo điện tử và loại bỏ những mẫu không tương thích, nghiên cứu thu được 397 mẫu đề cập đến nữ giới trực tiếp hoặc gián tiếp có mang định kiến về nữ giới.

Tên báo	Số lượng tin/bài
Phunuvietnam.vn	19
Giadinh.net.vn	69
Tienphong.vn	309

Bảng 2.1: Số lượng tin, bài mang định kiến về nữ giới khảo sát được

Khảo sát các bài viết trên các báo điện tử Phunuvietnam.vn, Giadinh.net.vn, Tienphong.vn trong năm 2018 và 5 tháng đầu năm 2019 cho thấy trừ Báo Phụ nữ Việt Nam trực thuộc Hội LHPN Việt Nam, các báo còn lại đều chưa có chiến lược và kế hoạch truyền thông về giới và bình đẳng

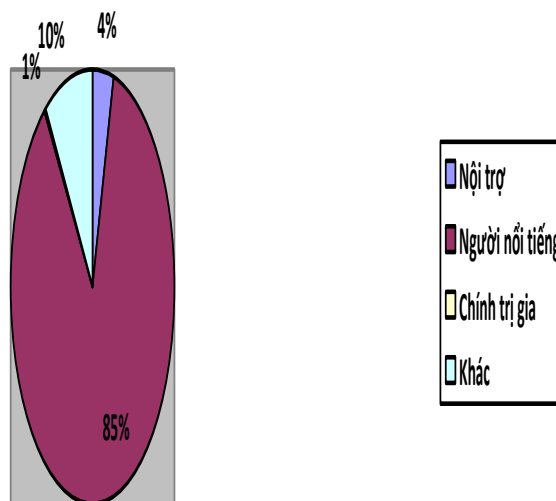
giới. Nói cách khác, mục tiêu truyền thông giới không nằm trong các mục tiêu truyền thông ưu tiên của báo chí hiện nay. Điều này thể hiện ở các báo, trừ Phụ nữ Việt Nam đều không có chuyên mục dành riêng hoặc ưu tiên truyền thông về giới, đặc biệt là nữ giới (Trên Báo điện tử Phụ nữ Việt Nam có mục Giới 24/7 và Phụ nữ khởi nghiệp). Số lượng tin, bài mang định kiến về nữ giới của các báo cũng có sự khác biệt.

Qua khảo sát trên có thể thấy rằng: số lượng bài có định kiến về nữ giới trên báo điện tử Phụ nữ Việt Nam là ít nhất và trên báo điện tử Tiền Phong là nhiều nhất.

2.3 Nội dung và hình thức thể hiện định kiến về nữ giới trên báo điện tử

2.3.1 Nghề nghiệp của nhân vật nữ trong tác phẩm

Biểu đồ 2.2: Nghề nghiệp của nhân vật nữ trong tác phẩm



Mặc dù báo chí đã có những cố gắng trong việc nhìn nhận tích cực về lực lượng lao động nữ tri thức, nhưng trong thống kê chúng ta lại thấy rằng phụ nữ chủ yếu đảm nhận các công việc như: nội trợ, cô giáo, và nhiều nhất là người nổi tiếng (chiếm 87 %). Số lượng bài viết về người nổi tiếng là nữ giới

có đề cập trực tiếp và gián tiếp định kiến về nữ giới chiếm tỷ lệ lớn. Điều này chứng tỏ rằng số nữ giới làm người nổi tiếng (người mẫu, diễn viên, ca sỹ...) đang chịu sự định kiến nhiều nhất. Nguyên nhân của vấn đề này có thể là do nhu cầu của công chúng quan tâm rất nhiều tới các bài viết liên quan đến người nổi tiếng và những câu chuyện xung quanh họ. Chính vì vậy, những vấn đề xung quanh người nổi tiếng luôn được khai thác quá mức, đánh vào thị hiếu và sự tò mò của công chúng. Đặc biệt là các sao nữ, cuộc sống gia đình hay ngoại hình luôn là chủ đề của nhiều bài báo. Càng có nhiều bài viết xung quanh chủ đề này thì việc chịu định kiến giới của người nổi tiếng cũng nhiều hơn.

2.3.2 Không gian xuất hiện và đặc điểm tính cách của nhân vật nữ trong tác phẩm

Trong cuốn sách *Lean In (Dấn Thân)* của Sheryl Sandberg, bà Tôn Nữ Thị Ninh - người viết lời giới thiệu cho cuốn sách bản tiếng Việt đã cho rằng: *“Tại Việt Nam, việc ca ngợi những đức tính truyền thống của phụ nữ đôi khi khiến người phụ nữ trở thành tù binh trong chính lâu đài được dát vàng của mình. Nói đến phụ nữ, người ta thường đề cao sự dịu dàng, nặng tình cảm, tinh thần hy sinh....điệp khúc đó âm thầm “bài trừ” những người phụ nữ hành xử khác với những chuẩn mực này và hàm ý họ thiếu nữ tính. Tôi không thuộc tuýp phụ nữ dịu hiền, nhưng tôi tin tưởng rằng tôi rất nữ tính. Thực chất, tôi thấy sự rập khuôn đó chính là một dạng “định kiến ngọt ngào” kìm hãm sự phát triển của nữ giới”*.

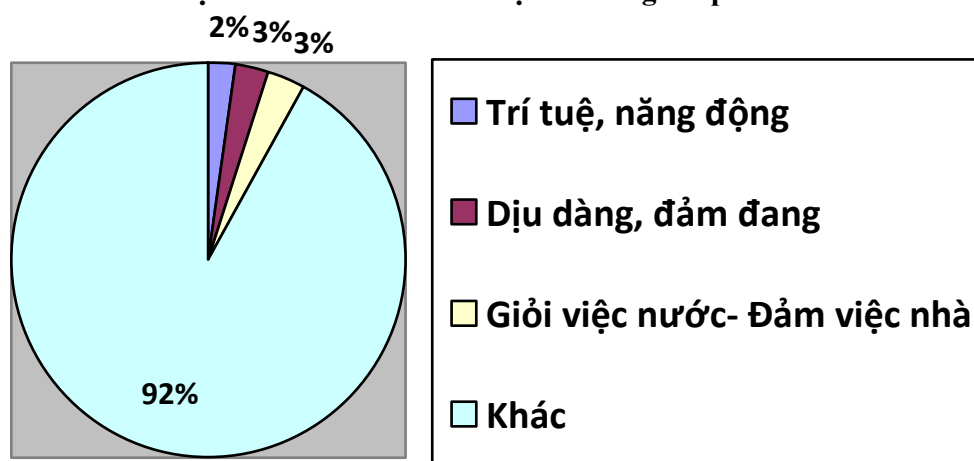
Quả thật, bên cạnh quan niệm về hình ảnh người phụ nữ ngày càng cởi mở, năng động, bản lĩnh trở thành những nét tính cách được xã hội coi trọng và báo chí tôn vinh thì những đặc điểm truyền thống như dịu dàng, chu đáo, đảm đang và khá truyền thống như “giỏi việc nước, đảm việc nhà” vẫn được xem là tính cách đáng quý của người phụ nữ.

Trong bài viết: *“Nỗi ám ảnh lấy phải vợ hư”* (Báo Giadinh.net.vn, ngày

19/5/2019) có đoạn như sau: “Người phụ nữ “Công dung ngôn hạnh” sẽ mang lại phúc khí cho chồng và cả gia đình. Sự đoan trang tề chỉnh, lễ nghi khuôn phép và tâm lòng thiện lương của người phụ nữ sẽ mang tới phúc đức vô tận cho gia đình và con cháu sau này. Mặt khác, một người vợ không đủ đoan trang, không đủ nề nã, lại bất hiếu với song thân, thất kính với hàng xóm bạn bè và các mối quan hệ của chồng sẽ mang lại vận rủi cho chính bản thân, đồng thời đem rắc rối đến cho gia đình. Vì thế, chọn vợ, dạy vợ là điều không hề dễ.” Mặc dù bài viết đánh giá cao vai trò của người phụ nữ đối với gia đình. Tuy nhiên, vẫn rơi vào một vấn đề là vẫn áp “công dung ngôn hạnh”, “đoan trang” vào tính cách của người phụ nữ mà không nhìn nhận ra thêm rằng, trong xã hội hiện đại, người phụ nữ có nhiều đức tính đáng quý khác ngoài những đặc điểm mà xã hội truyền thống nhận định cho người phụ nữ. Và bắt buộc một người phụ nữ phải có những đức tính truyền thống như vậy mới được nhìn nhận là một người phụ nữ tốt đẹp.

Dưới đây là kết quả khảo sát đặc điểm tính cách nhân vật nữ trong tác phẩm:

Biểu đồ 2.3: Đặc điểm tính cách nhân vật nữ trong tác phẩm



Thậm chí, ngay cả khi khai thác hình ảnh người phụ nữ là lãnh đạo hoặc chính trị gia thì nhà báo cũng hướng ngòi bút theo khuôn mẫu là người phụ

nữ vừa quyết đoán trong công việc, vừa chu toàn trong chăm sóc gia đình. Điều này ít gặp ở nhân vật nam có vị trí công việc tương tự. Người phụ nữ luôn luôn phải đảm bảo cân bằng giữa sự nghiệp và gia đình. Cụ thể như sau:

Bài viết *“Nữ thủ tướng vừa chăm con mọn vừa điều hành đất nước”* (Báo Phunuvietnam.vn, ngày 12/8/2018): *“Trở thành một người mẹ, nữ Thủ tướng New Zealand đang cố gắng dung hòa giữa công việc bận rộn của một nguyên thủ quốc gia vừa chăm sóc con nhỏ”*.

Bài viết *“Bí kíp hài hòa công việc và gia đình của các nữ lãnh đạo”* (Báo Phunuvietnam.vn, ngày 25/10/2018): *“Chia sẻ với PNVN tại Tọa đàm, bà Trần Thị Hồng Minh - Cục trưởng Cục Quản lý đăng ký kinh doanh, Bộ Kế hoạch và Đầu tư - khẳng định, ai cũng cần sự cân bằng giữa cuộc sống cá nhân và công việc, đặc biệt là phụ nữ. Là bà mẹ của 3 con, con gái lớn đã tốt nghiệp đại học đi làm, 2 con sinh đôi đang học đại học, bà nhận thấy người mẹ trong gia đình như trung tâm điều phối [...] Theo bà, bản thân người phụ nữ phải nỗ lực rất nhiều”*.

Bài viết *“Phụ nữ làm gì cũng nên giữ gìn truyền thống tốt đẹp của gia đình”* (Báo Phunuvietnam.net, ngày 2/11/2018) đưa ra trích dẫn: *“Phó Chủ tịch Thường trực Hoàng Thị Ái Nhiên nhấn mạnh, vai trò, trình độ của phụ nữ đang được nâng cao nhưng dù có làm gì, chị em vẫn nên giữ gìn truyền thống tốt đẹp sống có tình, có nghĩa; phải làm tốt các công việc gia đình mới có thể làm tốt các công việc ngoài xã hội”*.

Nhìn chung, việc ca ngợi người phụ nữ Việt Nam với đức tính tốt đẹp là giỏi việc nước, đảm việc nhà là tốt. Tuy nhiên, việc báo chí ca ngợi, đề cao và xây dựng quá nhiều những gương lãnh đạo nữ như vậy vô tình gây nên áp lực cho người phụ nữ. Mọi người sẽ cho rằng người phụ nữ bắt buộc phải làm tròn cả hai trách nhiệm đối với công việc và với gia đình, bỏ bất cứ bên nào cũng không thể được. Thế nhưng, đối với đàn ông thì việc một người đàn ông

có sự nghiệp tốt đã là quá đủ để được ghi nhận. Chắc chắn, nếu với một người phụ nữ chỉ chăm lo cho sự nghiệp mà không lo lắng được cho gia đình nhiều thì cũng sẽ không được ca ngợi và ghi nhận như vậy. Điều này là không công bằng đối với nữ giới. Dù cho xã hội đang phát triển rất hiện đại nhưng không thể phủ nhận là tư duy, nếp nghĩ như vậy vẫn còn tồn tại.

Thực tế những người phụ nữ có một vị trí xã hội nhất định, khi phải dồn tâm lực để đảm đương trọng trách công việc chung, họ rất khó có thời gian để chu toàn cho những công việc gia đình. Vì thế vai trò của nam giới và các thành viên khác trong việc giữ gìn tổ ấm gia đình cũng rất quan trọng, nhất là đối với gia đình có người phụ nữ thành đạt. Với những bài viết tương tự, thay vì đòi hỏi người phụ nữ phải hoàn thành trọng trách “hai vai” - việc nước, việc nhà, chúng ta nên hướng độc giả tới giải pháp tìm sự chia sẻ, cảm thông của người chồng, đồng thời khích lệ người vợ biết cách cân bằng trách nhiệm hai vai ấy. Có như vậy bài báo mới góp phần định hình cái nhìn tích cực hơn về người phụ nữ thành đạt và người nam giới đầy trách nhiệm trong xã hội hôm nay.

Đặc biệt, có những bài viết có đề cập đến tính cách của người phụ nữ một cách tiêu cực. Trong bài viết *“Đàn bà khi yêu sao dại dột đến vậy”* (Báo Giadinh.net.vn, ngày 17/11/2019), tác giả còn khẳng định *“Có lẽ trong tình yêu phụ nữ luôn là kẻ dại khờ. Lúc yêu, họ thường xem tình yêu là tất cả sự sống đến nỗi quên cả chính bản thân mình, quên cả việc yêu thương bản thân mình. Để rồi khi tình yêu đổi thay, khi người yêu quay gót ra đi thì người phụ nữ cảm thấy như mất tất cả. Phụ nữ khi yêu, họ chuyển hết từ cái dại này sang cái dại khác. Một nữ văn sĩ nói rằng, “đàn bà khi nào còn yêu thì vẫn còn khờ, chỉ khi hết yêu thì mới hết ngu”*.

Có thể tác giả bài viết trên chỉ vô tình nhưng đã dùng những cụm từ như “dại khờ”, “ngu” để nói về phụ nữ trong tình yêu. Không hiểu rằng có bất cứ

ngiên cứu khoa học hay một định luật nào có thể chứng minh rằng phụ nữ khi yêu ngốc nghếch, ngờ nghệch hơn nam giới? Hay đơn giản đây chỉ là một kết luận cảm tính và sẽ khiến cho những cô gái trẻ cảm thấy phải chăng đúng như thế thật?. Ngoài kia rõ ràng có rất nhiều những cô gái thời đại mới, chủ động, thông minh làm chủ cuộc sống cũng như chuyện tình yêu của mình. Báo chí đưa những thông tin như vậy lâu dần sẽ ăn sâu vào suy nghĩ phái nữ những tư tưởng lỗi thời và không xác đáng. Điều này đi ngược lại với phương châm bình đẳng giới trong xã hội hiện đại.

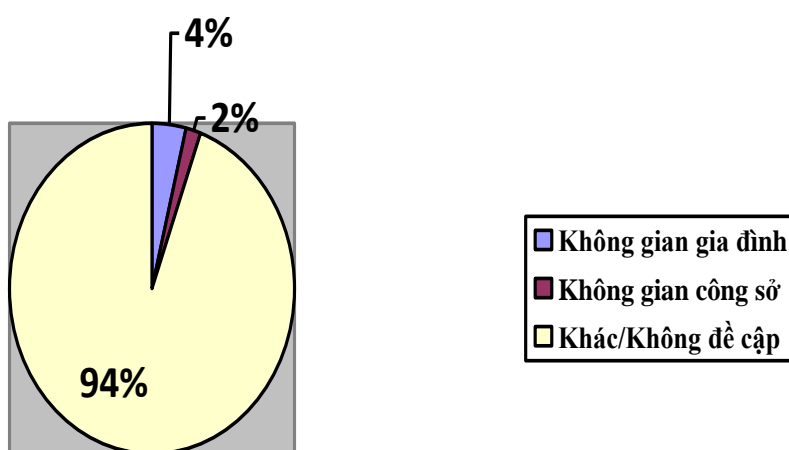
Thậm chí có những bài còn đề cập luôn tới việc phụ nữ kém cõi hơn đàn ông về phẩm chất, tính cách như : *“Cho nên mới nói, đàn ông họ vẫn lý trí và tinh táo hơn đàn bà ngay cả trong việc ghen tuông. Chẳng như đàn bà, tận mắt chứng kiến chồng ngoại tình mà chỉ cần chồng nói vài câu hỏi lỗi, vài lời nguy hiểm là xiêu lòng. Hoặc là các chị dù đau đớn vẫn muốn không muốn tin rằng chồng mình xấu xa mà chỉ muốn đổ lỗi tại người ngoài cho nhẹ lòng nhẹ dạ”*. (Báo Giadinh.net.vn, ngày 20/1/2018).

Bài viết trên đã có định kiến khá nặng nề về phụ nữ. Phép so sánh trong bài viết đầy tính quy chụp và khiến nữ giới cảm thấy bất công bằng. Nếu với ý như bài viết, phụ nữ kém lý trí và kém tinh táo hơn đàn ông trong mọi việc, ngay cả việc ghen tuông. Chưa kể, ngôn ngữ trong bài viết sử dụng cụm từ “đàn bà” cũng bao hàm ý nghĩa ám chỉ sự tầm thường, không coi trọng phái nữ. Điều này đặc biệt phải tránh trong các bài báo.

Trong số các bài báo tiến hành khảo sát, có tỷ lệ lớn những bài viết không đề cập tới tính cách của người phụ nữ. Lý giải cho nguyên nhân của điều này là do rất nhiều bài viết chú trọng vào vẻ bề ngoài, hình thể của người phụ nữ nên không tập trung thể hiện tính cách của người phụ nữ một cách rõ ràng trong bài viết. Đây cũng là một biểu hiện của việc định kiến đối với nữ giới.

Bên cạnh việc mô tả tính cách, hình ảnh người nữ gắn thường gắn với nhiệm vụ đi chợ, làm việc nhà, chăm sóc người thân trong không gian gia đình hơn là không gian làm việc, công sở:

Biểu đồ 2.4: Không gian xuất hiện của người nữ trong tác phẩm



Có những bài viết chú trọng đề cập tới người phụ nữ trong vai trò người vợ, người mẹ trong gia đình. Dường như cứ phụ nữ là gắn liền với công việc bếp núc, nấu nướng, chăm lo cho gia đình. Có thể thấy như:

Bài viết “*Bếp hồng của mẹ theo con sưởi ấm bữa cơm gia đình*” (Báo Phunuvietnam.vn, ngày 25/4/2018): *Mỗi sáng, dù mùa đông lạnh thấu xương hay mùa hè nóng nực, khi con thức dậy đã thấy mẹ đang ngồi cời bếp lửa. Lúc mọi người đã đông đủ, mẹ bê lên hôm thì nồi cháo đậu, bữa thì rô khoai mật vàng ruộm để cả nhà ăn lót dạ trước khi đi học hay ra đồng. Rồi bữa cơm trưa dầu đạm bạc nhưng bao giờ cũng được mẹ chuẩn bị chu đáo, như gửi cả tình yêu thương vào đó. Có những bữa cơm, chỉ với mấy con cua đồng rang chua ngọt mà chị em con cũng hít hà mãi mới dám ăn, lại nức nở khen mẹ là đầu bếp số một.*



(Hình minh họa của bài viết “*“Bếp hồng của mẹ theo con sưởi ấm bữa cơm gia đình”*”)



(Hình minh họa bài viết “*“Bếp xanh trở thành vật dụng thân thiết với nhiều phụ nữ”*”)

Bài viết “*Bếp xanh trở thành vật dụng thân thiết với nhiều phụ nữ*” (Báo Phunuvietnam.vn, ngày 5/8/2018) đã có đoạn trích dẫn lời phỏng vấn: “*Công ty của anh đến nay đã tạo ra 15 mẫu bếp mới. Qua 5 năm phát triển, anh đã tạo được một mạng lưới phân phối ở nhiều tỉnh/thành, trở thành người bạn thân thuộc của bà con nông thôn và miền núi các tỉnh như Bắc Giang, Hà Giang, Tuyên Quang, Sơn La, Hòa Bình...*” “*Mục tiêu của chúng tôi trước hết*

không phải là lợi nhuận kinh doanh mà là hướng tới những tiện ích cho người đun nấu hầu hết là phụ nữ và các bé gái”, anh Tuấn Anh nói”.

Những bài viết trên đã vô tình truyền đi thông điệp rằng việc bếp núc là của phụ nữ. Hình ảnh người phụ nữ là gắn liền với chiếc bếp. Điều này chẳng khác nào ủng hộ cho việc bất bình đẳng giới. Những trường hợp bài viết như trên không phải là cá biệt. Nếu tìm một bài viết về chủ đề nấu ăn trên báo chí, sẽ bắt gặp nhân vật, hình ảnh là những người phụ nữ. Không chỉ xuất hiện với tần suất phổ biến, nội dung của các bài thường mặc định công việc trong nhà bếp thuộc về phụ nữ. Trong tình hình đó, cộng đồng rất cần những bài viết có nội dung mới, hướng đến sự chia sẻ việc bếp núc giữa cả nam và nữ thay vì chỉ có hình ảnh nữ quen thuộc như trước đây. Với cách viết và hình ảnh minh họa khác về nhân vật làm bếp, là nam giới, theo một hướng tích cực và khuyến khích, các nhà báo không những truyền cảm hứng cho nam giới trong việc chia sẻ việc nấu ăn với phụ nữ mà còn góp phần hình thành nên những giá trị tốt đẹp hơn trong xã hội.

2.3.3 Quá tập trung vào vẻ đẹp hình thể của người phụ nữ

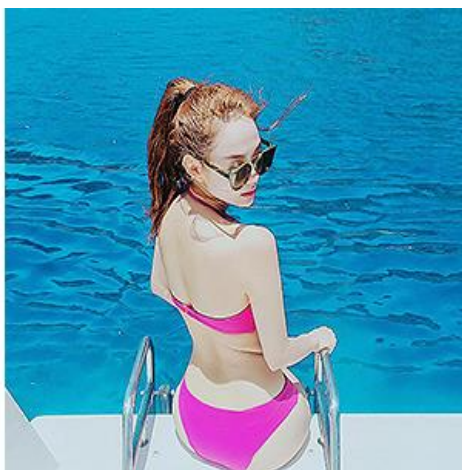
Định kiến về nữ giới còn được thể hiện ở chỗ giá trị nữ giới thường được truyền thông xem xét từ vẻ đẹp hình thể. Bên cạnh những nét đẹp khá truyền thống được người Việt coi trọng như đoan trang, kín đáo, nữ tính thì cũng không ít bài báo thường miêu tả người nữ với những đặc điểm hình thể hấp dẫn, quyến rũ, gợi cảm. Có thể xem đây là những biểu hiện tích cực về mẫu hình người phụ nữ phóng khoáng, tự do và tin vào năng lực, vẻ đẹp của bản thân. Tuy nhiên, việc lạm dụng vẻ đẹp hình thể của người nữ để thu hút sự chú ý của một bộ phận độc giả lại là bước lùi của bình đẳng giới nói riêng và chất lượng báo chí nói chung.

Càng nhiều những bài viết như vậy trên các trang báo sẽ tạo cho công chúng mặc định rằng các nội dung liên quan đến những người nổi tiếng là nữ

trên báo chí sẽ chỉ tập trung vào việc hình thể của cô ấy ra sao? Nét quyền rũ của cô ấy là điểm nào trên cơ thể mà quên mất những điều tốt đẹp khác của những người phụ nữ ấy. Thậm chí có những bài viết hết sức phản cảm khi đem những đặc điểm trên người phụ nữ ra làm chủ đề để bàn luận như bài viết: “Độ vòng 3 khủng của các mỹ nhân hàng đầu Vbiz” (Báo Tienphong.vn, ngày 30/3/2018). Trong bài viết đã có những bình luận hết sức không lịch sự, thiếu tôn trọng khi nói về cơ thể của người phụ nữ như:

- *Bàn luận về vòng 3 tất nhiên không thể thiếu Nữ hoàng nội y Ngọc Trinh với vòng 3 căng tròn, nảy nở giúp cho nữ chính "Vòng eo 56" trở thành tâm điểm mỗi khi xuất hiện, đặc biệt là khi diện những thiết kế bikini sexy.*

- *Từ lâu bé Heo đã nổi tiếng với việc sở hữu vòng 3 phồn thực.*



Từ lâu bé Heo đã nổi tiếng với việc sở hữu vòng 3 phồn thực.

LỘC LIÊN

Với những người nổi tiếng, để lưu dấu ấn của họ trong lòng công chúng không nên đưa những bức ảnh minh họa về gợi cảm cùng với lời bình chi tiết hơn mức cần thiết như những bức ảnh kể trên.

Ngoài ra, cũng có một số bài báo đề cập sâu đến việc khiếm khuyết trên cơ thể nữ nghệ sĩ hoặc những sự cố liên quan đến trang phục của nghệ sĩ một cách không cần thiết và gây cảm giác sự không coi trọng và định kiến đối với

nữ giới. Có thể kể đến như:

Trong bài viết “*Điện đàm khoét sâu, Selena Gomez bị ‘soi’ vòng một bất thường*” (Báo Tienphong.vn, ngày 26/4/2019), tác giả đã đưa ra những nhận xét như sau: “*Tuy nhiên, dân mạng nhận thấy sự bất thường ở vòng một của nữ ca sĩ trẻ. Đôi “gò bồng đảo” của Selena bất cân xứng một cách rõ rệt*” hay “*Bên cạnh đó, Selena chưa giải quyết triệt để vấn đề về cân nặng. Ngoại hình của cô đây đà hơn so với trước đây*”.

Hoặc trong bài viết “*Điện váy xẻ cao, Madison Beer hớ hênh lộ nội y trên thảm đỏ*” (Báo Tienphong.vn, ngày 15/3/2019), tác giả cũng đưa ra những nhận xét về ngoại hình của nữ nghệ sĩ như sau: “*Làn da nâu mịn màng, cùng kiểu tóc đuôi bông dài, kết hợp vòng tai lớn và giày bạc khiến người đẹp 20 tuổi gợi cảm hơn bao giờ hết. Tuy nhiên, ở một số góc chụp, cô gặp phải sự cố “hớ hênh” nội y vì chiếc váy xẻ tà quá cao*”.

Không chỉ có vậy, việc tập chung vào hình thể gợi cảm của nữ giới còn được một số bài báo nêu lên như một yếu tố làm cho nam giới phải trầm trồ, hài lòng như:

- *Thân hình nảy nở của người mẫu Pháp khiến cánh mày râu “thôn thức”* (Báo Tienphong.vn, ngày 15/2/2019)

Thứ Tư, 17/07/2019 - 23:18 | Tìm kiếm | Hotline: 0865.015.015 | Tòa soạn | Quảng cáo | RSS | Facebook | Twitter

Tienphong
CƠ QUAN TRUNG ƯƠNG CỦA ĐOÀN TNGC HỒ CHÍ MINH

XÃ HỘI KINH TẾ | BẠC | SỨC KHỎE | THẾ GIỚI | GIỚI TRẺ | PHÁP LUẬT | THỂ THAO | NGƯỜI LÍNH XE | VĂN HÓA | GIẢI TRÍ | VIDEO | GIÁO DỤC | KHOA HỌC | HOA HẬU | BAN ĐỌC

GIẢI TRÍ SAO / HẬU TRƯỞNG / ĐẸP
15/02/2019 09:04

Thân hình nảy nở của người mẫu Pháp khiến cánh mày râu 'thôn thức'

TPO - Hình ảnh mới đây của nàng mẫu Tao Wickrath ở biển Miami (Mỹ) khiến cánh mày râu "chao đảo" bởi quá nóng bỏng và gợi cảm.



TRA CỨU ĐIỂM THI THPT 2019

Toàn quốc

Nhập số báo danh

TRA CỨU

ĐỌC NHIỀU / BÌNH LUẬN / MỚI NHẤT

- 1 'Về nhà đi con' sắp xuất hiện nhân vật đáng ghét hơn Nhà
- 2 Bạn gái Quang Hải lại bị 'ném đá' vì mặc phần cảm
- 3 Sau 1 năm rời showbiz làm lái xe, Hoài Lâm mẫu 'cũn' với ngoại hình tàn tạ

“Vẻ đẹp nóng bỏng của chân dài 9x khiến cánh mày râu thôn thức”
(Báo Tienphong.vn, ngày 16/3/2019).

- *“Vóc dáng nảy nở của chân dài 9x người Pháp khiến cánh mày râu xuýt xoa”* (Báo Tienphong.vn, ngày 29/3/2019).

Việc các báo khai thác thái quá các bức ảnh phô bày hình thể của các sao nữ như vậy chỉ góp phần khắc sâu thêm trong ý thức của công chúng những khuôn mẫu giới hết sức phi lí, dẫn tới những ngộ nhận hoặc ảo tưởng cho không ít người mới vào nghề. Ở đây, nếu có nhạy cảm giới, các tác giả sẽ nhận thấy không chỉ yếu tố thẩm mỹ của thông tin trong bài báo bị vi phạm mà qua những bức ảnh có “phần bắt mắt này” rất có thể công chúng sẽ nảy sinh cách nhìn nhận, đánh giá sai lệch về phẩm giá đích thực của các sao.

Và trong những bài viết tập trung vào hình thể của nữ giới, những hình ảnh của người phụ nữ ăn mặc gợi cảm, quyến rũ xuất hiện rất nhiều, tràn lan trong các bài báo.

Bên cạnh đó, nhiều bài viết còn có nội dung khuyến khích phái nữ cần phải làm đẹp (chăm sóc da, rèn luyện vóc dáng, mua sắm trang phục...) và hoàn thiện bản thân để giữ được tình yêu của chồng và duy trì hạnh phúc gia đình. Chăm sóc bản thân là điều đáng được khuyến khích của người nữ nhưng người nữ làm đẹp hay hoàn thiện theo tiêu chuẩn của nam giới nhằm mục đích thỏa mãn người nam để giữ gìn hạnh phúc gia đình thì lại tạo ra tâm lý phụ thuộc của người nữ trong quan hệ với người nam, tạo ra áp lực vô hình đối với nữ giới.

Diễn hình như trong bài viết *“Muốn chồng chiều tới bến lại nghe lời răm rắp, phụ nữ chỉ cần thuộc lòng bài viết này”* (Báo Giadinh.net.vn, ngày 7/4/2018): *“Khi sống chung lâu với vợ đàn ông sẽ có cảm giác quen thuộc và nhàm chán. Cộng với việc đàn ông dễ bị cám dỗ trước những cô gái xinh đẹp, trẻ trung tiếp xúc hàng ngày. Thế nên, người vợ thông minh nên ý thức được*

điều này và chăm sóc bản thân. Hãy khéo léo ăn mặc, lựa chọn trang phục và kiểu tóc theo sở thích của chồng.”

Đáng lẽ trong thời đại hiện nay, phụ nữ phải được khuyến khích được sống với chính bản thân mình, làm những điều mình mong muốn, kể cả việc làm đẹp cũng là để giúp bản thân tự tin và yêu đời hơn. Vậy mà trong bài viết, tác giả lại muốn người phụ nữ phải ăn mặc, lựa chọn trang phục theo sở thích của chồng? Tại sao lại gián tiếp ủng hộ việc phụ nữ phụ thuộc vào đàn ông như vậy? Điều này là bất công với nữ giới và là định kiến nhất định phải xóa bỏ nếu như muốn bình đẳng giới.

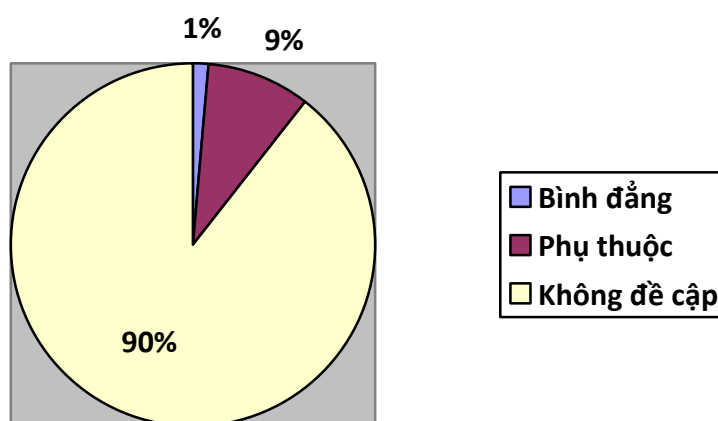
Hay như trong bài viết *“Vì sao đàn ông thường ngoại tình khi bị vợ cảm đoán?”* (Báo Giadinh.net.vn, ngày 12/2/2019) có khuyến khích phái nữ như sau: *“Không ngừng thay đổi, làm mới bản thân: Để chàng không “chán cơm thèm phở”, chị em hãy tự biến mình thành “phở” là được rồi. Hãy liên tục thay đổi bản thân để mình trở nên mới lạ, quyến rũ trong mắt chàng. Hãy trở thành một người đầy quyến rũ và bí ẩn để chàng luôn có thứ để khám phá, chinh phục chính bạn”*. Người đọc sẽ dễ dàng nhầm lẫn và nghĩ rằng việc thay đổi bản thân của người phụ nữ là để khiến người chồng không cảm thấy chán vợ và không ngoại tình. Điều này không hẳn là sai, tuy nhiên thay vì đưa những thông tin như vậy thì người viết nên khuyến khích phụ nữ tự tin, làm chủ cuộc sống thì người chồng sẽ tự thấy giá trị của vợ mình, không có những hành vi không tốt, gây ảnh hưởng đến hạnh phúc gia đình.

2.3.4 Thiếu công bằng giới trong việc xây dựng chân dung người phụ nữ

Bên cạnh những hình ảnh nữ giới còn bị áp đặt bởi tính khuôn mẫu như đã nêu ở trên, nhiều bài báo cũng thiếu công bằng khi xây dựng chân dung nữ giới. Rõ ràng nhất là trong tương quan quan hệ với nam, hình ảnh nữ đa phần được báo chí miêu tả bị động hoặc phụ thuộc vào nam giới. Điều này thường thấy ở những tin/bài viết về quan hệ hôn nhân - gia đình. Mặc dù mục đích

của những tin/bài này nhằm tìm kiếm sự ủng hộ cho nữ nhưng việc dừng lại ở mô tả hiện tượng, bề mặt của sự kiện khiến sự mô tả của báo chí dễ rơi vào tình trạng khắc sâu tâm lý phụ thuộc hoặc bị động của nữ giới so với nam giới, khắc họa hình ảnh người phụ nữ chỉ biết chăm lo cho gia đình, cho chồng con.

Biểu đồ 2.5: Mối quan hệ giữa nữ với nam trong tác phẩm



Nguyên nhân có thể là do những suy nghĩ đã từ rất lâu trong xã hội rằng người phụ nữ bao giờ cũng là phái yếu, cần phải phụ thuộc vào đàn ông. Đặc biệt là khi đã lấy chồng thì tư tưởng “xuất giá tòng phu” vẫn còn khá nặng nề. Nhiều người vẫn còn quan điểm rằng phụ nữ quan trọng nhất là lấy được tấm chồng để dựa dẫm.

Bài viết “Đàn ông ngoại tình: “Bỏ thì thương, vương thì tội” (Báo Giadinh.net.vn, ngày 28/9/2018): “Suy cho cùng, đàn bà lấy chồng cũng chỉ mong đời mình được yên vui, có chỗ dựa vững chắc”. Bài viết đã thể hiện sự định kiến khi cho rằng người phụ nữ lấy chồng để có chỗ dựa, phụ thuộc vào đàn ông. Hình ảnh người phụ nữ được xây dựng như vậy có phần không hoàn

toàn chính xác và thể hiện một quan điểm không toàn diện. Bài viết khẳng định một cách chắc chắn như vậy sẽ càng khiến ăn sâu vào nếp nghĩ của phái nữ cũng như toàn xã hội những tư duy cũ, không còn phù hợp với thời đại hiện nay.

Bài viết *“Tại sao đàn bà ngoại tình? (Báo Giadinh.net.vn, ngày 12/8/2018): “Đàn bà, phần đa trong số đó chỉ biết chăm lo cho gia đình, con cái, một lòng một dạ hy sinh.”*

Quả thực, một trong những đức tính mà phụ nữ luôn được ca ngợi đó là biết chăm lo cho gia đình và sự hy sinh cho chồng con. Tuy nhiên, tác giả bài viết lại sử dụng cụm từ “chỉ biết” làm cho người đọc sẽ dễ liên tưởng rằng: Phải chăng những người phụ nữ ngoài chăm lo cho gia đình và hy sinh thì họ không biết làm gì khác? Chính sự khẳng định của tác giả đã quy chụp cho đa phần phụ nữ.

Bài viết *“Hãy ngừng chê vợ! Hậu kết hôn, phụ nữ đẹp hay xấu bởi người chồng” (Báo Giadinh.net.vn, ngày 4/4/2018): “Đối với phụ nữ, bố mẹ quyết định ngoại hình của bạn trước năm 30 tuổi. Còn sau 30 tuổi, ngoại hình đẹp hay xấu đều liên quan đến người chồng”.*

Sự khẳng định của tác giả trong bài viết trên sẽ khiến chúng ta có chút sửng sốt. Mặc dù theo dõi toàn bộ bài viết thì ý của tác giả là rất tốt. Bài viết muốn nhấn mạnh vai trò của người chồng đối với vợ khi hai người đã kết hôn. Và tác giả cũng muốn nói rằng những người chồng hãy yêu thương và biết chia sẻ với người vợ của mình. Nhưng khi viết rằng người phụ nữ sau tuổi 30, *“ngoại hình đẹp hay xấu đều liên quan đến người chồng”* thì lại vô tình có định kiến về nữ giới trong đó. Định kiến ở chỗ thể hiện rõ ràng nhận định việc phụ nữ phụ thuộc vào đàn ông - người chồng của mình. Nhưng trên thực tế, ngày nay, người phụ nữ hoàn toàn độc lập, tự chủ trong cuộc sống và họ có quyền làm đẹp cho bản thân. Việc ngoại hình người phụ nữ xấu hay đẹp hoàn

toàn do cô ấy quyết định và không hề phụ thuộc vào bất kỳ ai.

Bài viết *“Thực ra phụ nữ không sợ lấy chồng nghèo, chỉ sợ rước nhầm phải chồng hèn mà thôi”* (Báo Giadinh.net.vn, ngày 11/3/2018): *“Thần thái của một phụ nữ phản ánh người đàn ông của cô ấy”*.

Tương tự giống bài viết trên, quan điểm của người viết trong bài viết này cũng gián tiếp phản ánh sự phụ thuộc của nữ giới vào đàn ông. Khí chất của một người phụ nữ được tạo nên bởi ba phần tướng mạo bảy phần thần thái. Khí chất của họ không phải sinh ra đã có, mà nó là kết quả của cả quá trình rèn luyện lâu dài, đôi khi là cả một đời người. Bảy phần thần thái tạo nên khí chất của người phụ nữ là: Tư (tư thế), nghĩa (lễ nghĩa), ngữ (gồm: ngôn ngữ và lời nói), tình (cảm xúc), tâm thái, khí thái. Dựa trên sự phân tích đó, thần thái của người phụ nữ sẽ chủ yếu phụ thuộc vào chính bản thân cô ấy. Vậy mà tác giả của bài viết chỉ khẳng định luôn rằng: thần thái của một phụ nữ phản ánh đàn ông của cô ấy. Có rất nhiều người phụ nữ không may lấy phải những người chồng không tốt, không thương yêu vợ con. Thế nhưng thần thái của người phụ nữ ấy vẫn rất tốt, được mọi người nể trọng chứ không hề chuyển biến xấu giống như người chồng. Vậy sự khẳng định của tác giả bài viết là khiên cưỡng và mang định kiến đối với nữ giới.

Bài viết *“Đàn bà khi yêu sao mà dại dột đến vậy”* (Báo Giadinh.net.vn, ngày 17/11/2018): *“Nhược điểm của nhiều chị em phụ nữ là thích phụ thuộc vào người khác. Phụ nữ thường tin rằng cuộc sống của mình là xoay quanh người khác”*.

Chính việc tác giả đưa ra nhược điểm của nhiều chị em phụ nữ trong bài viết như trên là định kiến giới. Thay vì việc đề cập người phụ nữ tự tin, chủ động trong cuộc sống thì tác giả lại khẳng định luôn sự phụ thuộc của người phụ nữ. Điều này cũng là một điều không công bằng với phái nữ. Ngày nay, đa phần nữ giới không còn tâm lý ỷ lại, phụ thuộc vào người khác nữa. Phụ

nữ bây giờ cũng có cuộc sống của riêng mình, độc lập và rất bản lĩnh. Nếu các nhà báo vẫn còn những suy nghĩ xưa cũ, lạc hậu như vậy thì tiếp tục sẽ vẫn có những định kiến giới tồn tại trên báo chí.

Ngoài những điều phân tích ở trên thì một số bài báo lại không đề cập tới người phụ nữ bằng chính tên gọi của họ, mà lại để danh xưng liên quan đến chồng hoặc bạn trai, người đàn ông của người phụ nữ đó. Điều này cũng gián tiếp thể hiện mối quan hệ phụ thuộc của phụ nữ vào đàn ông. Phải chăng tác giả cho rằng phải nhắc tới như vậy thì độc giả mới biết được người phụ nữ đó là ai? Nếu như vậy thì mãi mãi người đọc sẽ chỉ nhớ tới hình ảnh người phụ nữ đó với một sự phụ thuộc vào đàn ông mà không hề để ý tới người phụ nữ đó bản thân họ là người như thế nào? Cuộc đời sự nghiệp họ ra sao? Có thể kể đến một số bài viết như sau:

- *“Tình cũ của Trương Giang tung ảnh bikini khoe đường cong bóng mát”* (Báo Tienphong.vn, ngày 15/5/2019).

- *“Bạn gái con trai 'Kẻ hủy diệt' Arnold Schwarzenegger gợi cảm với bikini”* (Báo Tienphong.vn, ngày 13/5/2019).

- *“Bạn gái Ronaldo khoe đường cong tròn đầy với nội y nóng bỏng”* (Báo Tienphong.vn, ngày 4/4/2019).

- *“Bạn gái “Người vận chuyển” chụp hình áo tắm nóng bỏng”* (Báo Tienphong.vn, ngày 23/3/2019).

2.3.5 Định kiến về nữ giới trong trách nhiệm xây dựng hạnh phúc gia đình

Chúng ta đều biết rằng, để vun đắp một gia đình hạnh phúc, không thể chỉ có một mình người phụ nữ đảm nhiệm toàn bộ mà cần có sự tham gia của người chồng nữa. Sẽ hết sức phi lý nếu chúng ta chỉ đòi hỏi một phía người vợ phải nỗ lực vươn tới sự hoàn thiện, mẫu mực, lo nghĩ chu toàn cho gia đình, còn người chồng lại chẳng có gì cần cố gắng vẫn được quyền hưởng thụ thành quả hạnh phúc và không có trách nhiệm gì trong việc

giữ gìn hạnh phúc gia đình. Thực tế đã cho thấy rằng, một khi người đàn ông đã mang ý thức phó mặc mọi sự lo toan, vun vén gia đình cho vợ thì người phụ nữ có giỏi giang, chu toàn đến mấy cũng chẳng thể làm nên sự yên ổn như mong muốn cho tổ ấm. Tuy nhiên, rất nhiều bài báo diễn giải khiến công chúng cảm nhận rằng việc để gia đình bất ổn, không hạnh phúc là do người phụ nữ kém cỏi và muốn cải thiện tình trạng ấy, không ai khác người phụ nữ phải gánh toàn bộ trách nhiệm.

Ly hôn là một trong những vấn đề mang tính xã hội mà rất nhiều tờ báo gần đây đặc biệt quan tâm. Tuy nhiên để nhìn nhận đầy đủ, chính xác về nguyên nhân dẫn đến ly hôn thì người làm báo cần có những hiểu biết đúng đắn về quan điểm giới. Trong bài báo: *“Người nổi tiếng đổ vỡ hôn nhân: Bị kịch từ đâu?”* (Báo Phunuvietnam.vn, ngày 2/11/2018), tác giả đã nêu ra rằng nguyên nhân sự đổ vỡ hôn nhân của các nữ nghệ sĩ nổi tiếng như: Phạm Quỳnh Anh, Ngọc Quyên, Thu Thủy là do kết hôn, lui vào hậu trường và tác giả kết luận rằng: *“Các nghệ sĩ hoạt động sôi nổi trong giới nghệ thuật như vậy, lui về quanh quẩn với 4 bức tường trong nhà, có thể nhìn nhận ở khía cạnh là chấp nhận hy sinh. Nhưng đôi khi, việc ấy cũng đồng nghĩa với sự tự nguyện kết thúc giai đoạn được sống là chính mình. Một người phụ nữ biết sống cân bằng, giữa sự nghiệp và gia đình, biết yêu bản thân và những người xung quanh, họ sẽ là miếng nam châm thu hút người khác, thu hút ông xã. Từ bỏ đi niềm đam mê cá nhân, nhân danh sự hy sinh cho gia đình để quên cả bản thân, chưa chắc đã là sự lựa chọn đúng đắn. Thậm chí, lại có khi đón nhận những thua thiệt. Và vì không được là chính mình, thì sự tổn thương lúc đổ vỡ hôn nhân sâu hơn, đau hơn rất nhiều. Người trong cuộc sẽ ám ức vì cho rằng bản thân đã chấp nhận hy sinh nhiều như vậy mà không được nhìn nhận, quả là nỗi thất vọng khó tha thứ.”* Bài viết chỉ nhìn nhận, đánh giá nguyên nhân gia đình không hạnh phúc là từ phía phái nữ chứ không hề xét đến các

khía cạnh khác. Đây cũng là một yếu tố thiếu công bằng đối với nữ giới. Lẽ ra công chúng cần phải hiểu được rằng để chung tay xây dựng hạnh phúc gia đình, mỗi thành viên cần tự nguyện tham gia, đóng góp với tất cả năng lực, thể mạnh của mình. Nên đến khi gia đình đổ vỡ cũng là nguyên nhân từ nhiều phía, không thể áp đặt trách nhiệm lên một mình người vợ. Điều này gián tiếp cho rằng việc giữ gìn hạnh phúc là của người phụ nữ và người phụ nữ phải chịu trách nhiệm toàn bộ đối với cuộc sống của gia đình.

Hay cũng có nhiều bài báo mang nội dung “bày cách giữ chồng” cho những người vợ. Trên hầu hết các các trang báo mạng điện tử hiện nay, dạng bài viết theo hướng gợi ý, lời khuyên hoặc mách bảo về cách hành xử, giao tiếp thường xuất hiện khá phổ biến. Điều này cho thấy các báo đã nắm bắt và đáp ứng kịp thời những nhu cầu thông tin thiết yếu của công chúng. Dạng bài mang tính chất “tư vấn” này hiện cũng đang ngày càng chiếm được cảm tình của đông đảo các tầng lớp độc giả. Tuy nhiên, đây cũng là nơi đòi hỏi các nhà báo cần bộc lộ quan điểm một cách nghiêm túc, đúng đắn về giới. Chỉ một chút thiếu cẩn trọng về nhạy cảm giới, rất có thể thiện ý cung cấp những “liều thuốc chữa trị” sẽ hóa thành những “liều thuốc” gây hại cho công chúng. Xin đơn cử một số ví dụ sau đây:

Bài viết *“Bí quyết giúp gia tăng hương vị tình yêu”* (Báo Phunuvietnam.vn, ngày 15/8/2018): *“ Người ta thường nói: “Con đường ngắn nhất đến trái tim người đàn ông là đi qua dạ dày”. Món ăn ngon như những giọt rượu nồng, thấm thấu hương vị tình yêu khiến người đàn ông quyến luyến và dư vị đọng lại qua nhiều năm tháng. Trong bữa tối, món ăn ngon là một loại “thính thơm” đặc biệt, khiến chồng sau khi đi làm sẽ muốn trở về nhà, thưởng thức những món ngon đậm đà hương vị Việt được người vợ yêu chuẩn bị chỉ với 1 bí quyết.”*

Bài viết *“Bếp nhà và câu chuyện về lòng chung thủy”* (Báo

Giadinh.net.vn): “Trong xã hội ngoài kia, còn rất nhiều những “cạm bẫy” thách thức lòng chung thủy của đàn ông. Làm sao phụ nữ chúng ta cứ mãi miết ghen tuông, đa nghi rồi lại đánh ghen mù quáng được? Phụ nữ là phái yếu, hãy dùng sự mềm mỏng và tình yêu thương gia đình vốn có để tạo nên sợi dây gắn kết cả gia đình. Nhất định đàn ông thông minh sẽ hiểu được rằng không có vẻ đẹp nào, không có sức quyến rũ nào có thể đánh bại những khoảnh khắc gia đình trọn vẹn! Và để có được những khoảnh khắc gia đình trọn vẹn ấy, phụ nữ hãy biết chia sẻ với chồng, san sẻ bớt những lo toan trong cuộc sống. Và hãy là người phụ nữ thông thái, tìm được những “trợ tá” đặc lực cho mình, để nấu nướng không còn là gánh nặng, để chồng con cũng có thể coi việc vào bếp là niềm vui, và quan trọng hơn cả, là có thể dành nhiều thời gian hơn nữa cho những yêu thương thêm trọn vẹn.”

Bên cạnh những bài viết gắn liền hình ảnh người phụ nữ với việc bếp núc, gia đình thì các bài viết đưa ra lời khuyên cho phụ nữ là phải nấu ăn ngon, giỏi giang việc nấu nướng để giữ chồng cũng là một loại định kiến. Điều này ám chỉ rằng là nữ giới buộc phải giống công việc nấu ăn, vô tình đặt gánh nặng lên vai người phụ nữ. Người đọc sẽ cho rằng là người phụ nữ thì phải chăm nấu ăn và nấu ăn ngon, nếu không sẽ không phải là người phụ nữ tốt, không giữ gìn được hạnh phúc gia đình. Vậy người chồng ngoại tình hay không, gia đình hòa thuận hay không là phụ thuộc vào khả năng nội trợ của người vợ? Nếu chồng ngoại tình là do vợ không biết nấu ăn ngon, chứ anh ta không hề có lỗi hoặc không liên quan đến lỗi của anh ta. Có thể người viết không cố ý mong muốn truyền tải thông điệp sai lầm đó, nhưng chính những nội dung trong bài viết lại vô tình làm điều ngược lại. Nó khiến người phụ nữ chịu thêm áp lực về cái gọi là “gia đình hạnh phúc”. Nếu quả thực cô ấy có một ông chồng ngoại tình hay bạo hành với cô ấy vì bữa cơm chưa ngon, chưa đúng khẩu vị với anh ta, liệu cô ấy có đủ can đảm tìm một lối thoát khác

cho mình?

Bài viết *“Vì sao không nên xem chồng là tất cả”* (Báo Giadinh.net.vn, ngày 22/2/2019) lại “bày kế” cho phụ nữ như sau: *“Đàn ông ai cũng thích phụ nữ mềm mỏng, dịu dàng. Chẳng thế mà các cô nàng “tiểu tam” luôn nũng nịu, nhẹ nhàng với cánh đàn ông. Bạn là vợ, càng cần phải yêu thương và ngọt ngào với anh ấy hơn. Sở hữu một cô vợ khôn khéo, ăn ngon nói ngọt, đàn ông còn cần gì người phụ nữ bên ngoài? Vẫn biết rằng cuộc sống vợ chồng sẽ có lúc xung đột, giận dỗi, nhưng đừng như những cô vợ nóng nảy, chỉ biết la hét và khóc lóc. Hãy là một người khôn ngoan và hiểu thấu đáo vấn đề. Nhẹ nhàng, bình tĩnh giải quyết mâu thuẫn. Các chàng đánh giá rất cao các cô nàng hiểu chuyện như thế này”*. Vẫn biết rằng những lời khuyên trong các bài viết thế này đều có mục đích tốt là giúp những người phụ nữ có thể giữ gìn được hạnh phúc gia đình. Thế nhưng việc đưa ra những quan điểm thế này gián tiếp sẽ áp những định kiến lên nữ giới rằng phải bình tĩnh, nhẫn nại và trong dù bất kỳ hoàn cảnh nào cũng phải dịu dàng và hiểu chuyện. Thế nhưng xung đột gia đình là điều sẽ phải xảy ra trong cuộc sống gia đình và trách nhiệm của giải quyết vấn đề của gia đình là từ hai phía. Nếu như chỉ có một phía nín nhịn còn một bên thì không chịu nhượng bộ thì cũng khó có thể giải quyết vấn đề một cách triệt để và là bất công đối với người phụ nữ.

Bài viết *“Kế hiểm để giữ chồng, gái khôn phải biết”* (Báo Giadinh.net.vn, ngày 30/3/2018): *“Không phủ nhận rằng trong tình yêu của đàn ông đa số đến từ tình dục. Khi chàng đòi hỏi mà bạn khát lần khát lửa hoặc từ chối thì đừng hỏi sao họ cảm thấy thiếu thốn. Đàn ông đôi khi như trẻ con, muốn là phải được, chiều là phải cho. Nên muốn giữ chồng, hãy sẵn sàng tham chiến khi chàng có nhu cầu, tránh trường hợp bạn không đáp ứng đủ họ lại có cơ đi “xa” ở bên ngoài”*.

Hoặc cùng một nội dung tương tự như bài viết trên, trong bài viết *“Vì*

sao đàn bà không đẹp vẫn làm chồng bạn say đắm?” (Báo Giadinh.net.vn, ngày 8/5/2019) có viết rằng: “Hôn nhân cần tình dục như một nền tảng không thể thiếu và phải luôn vun đắp, làm mới. Bởi thế, phụ nữ đừng bao giờ để chồng lơ là chuyện này hay đời sống tình dục vợ chồng trở nên lạnh nhạt. Đôi khi những lần giận hờn “cắm vận” chồng cũng là việc làm sai lầm của vợ đẩy chồng đến với người phụ nữ khác. Phụ nữ phải nhớ với đàn ông, tình dục như một nhu cầu như việc ăn cơm, uống nước phải có. Nếu bạn không đáp ứng đủ, cho anh ấy khoái cảm nhất định thì anh ấy sẽ tìm đến đối tác khác theo bản năng. Nói thế cũng không có nghĩa là bạn phải làm chuyện này máy móc chỉ để đáp ứng chồng. Thay vào đó, hãy cùng chồng tìm kiếm những thăng hoa trong tình dục, tạo sự gắn kết không một ai có thể xen vào. Phụ nữ khôn ngoan luôn biết cách khóa chặt chồng bằng chuyện ái ân”.

Có lẽ vấn đề bình đẳng giới về quyền tình dục cần phải được quan tâm, chú trọng hơn nữa. Chúng ta không phủ nhận rằng tình dục là yếu tố đóng vai trò quan trọng trong hôn nhân vợ chồng. Một số nhà nghiên cứu từng khẳng định tình dục quyết định tới hơn 50 % hạnh phúc gia đình. Song để có một đời sống tình dục tốt đẹp, đúng nghĩa với sức mạnh gắn kết và duy trì tình yêu đôi lứa không thể chỉ trông đợi từ một phía người phụ nữ. Việc thỏa mãn nhu cầu của đời sống tình dục lứa đôi là một nguyện vọng chính đáng, trong đó nam hay nữ đều có vai trò, nghĩa vụ như nhau.

Cách viết như bài báo trên vô tình “bật đèn xanh” để nam giới có quyền đòi hỏi được đáp ứng, được hưởng thụ. Còn người phụ nữ luôn phải chịu hàng loạt áp lực khi không thể “chiều” theo mọi nhu cầu tình dục của chồng. Sẽ ra sao nếu công chúng độc giả, nhất là nam giới trẻ coi đó như những “gợi ý” để áp dụng vào cuộc sống hôn nhân.

Có vẻ như ở đây quan điểm của người viết cho rằng trách nhiệm của người phụ nữ là phải phục vụ nhu cầu tình dục của chồng. Liệu có bất công

không khi đòi hỏi sự quan tâm, đáp ứng quyền tình dục một chiều như vậy?

Một số nghiên cứu về bạo lực tình dục đã cho thấy sự ngộ nhận về quyền tình dục đối với nam và nữ là một trong những nguyên nhân dẫn tới tình trạng gia tăng và mức độ ngày càng trầm trọng của hình thức bạo lực này. Vì vậy, để nâng cao nhận thức về bình đẳng giới, từng bước đẩy lùi định kiến đối với nữ giới, những bài viết có chủ đề nhạy cảm như trên đây, các nhà báo cần cần trọng hơn. Mặc dù thiện ý của bà viết là giúp người phụ nữ giữ gìn được hạnh phúc gia đình. Tuy nhiên, nếu người viết xuất phát từ góc nhìn chuẩn hơn về giới sẽ tránh được cái nhìn thiên lệch và những “kế sách” giúp người phụ nữ giữ được hạnh phúc gia đình được đưa ra sẽ có sức thuyết phục, trở nên hữu ích hơn đối với công chúng.

2.4 Hình thức chuyển tải thông tin

2.4.1 Chuyên mục

Ngoài nội dung thông tin thì hình thức thể hiện, phương thức chuyển tải thông tin là yếu tố quan trọng để thu hút bạn đọc. Vì thế, việc xây dựng và duy trì hình thức thể hiện trong những chuyên trang, chuyên mục là rất quan trọng. Khi người đọc tìm thấy nội dung hay trong trong chuyên mục nào đó trên báo điện tử thì nhất định họ sẽ tìm đọc những nội dung khác trong chuyên trang, chuyên mục mình quan tâm, yêu thích đầu tiên.

Qua khảo sát cho thấy , trên 3 báo điện tử được khảo sát, các bài viết mang định kiến giới thường được đăng trên các chuyên trang, chuyên mục khác nhau. Báo Phunuvietnam.vn thường đăng trong chuyên mục: Hôn nhân gia đình, xã hội...; Báo Giadinh.net.vn thường xuất hiện trong chuyên mục: Gia đình, giải trí...; Báo Tienphong.vn chủ yếu đăng trong chuyên mục giải trí, văn hóa...

2.4.2 Thể loại báo chí

Thể loại báo chí là công cụ được lựa chọn để trình bày tác phẩm báo chí

để phù hợp với nội dung, thích ứng với từng tình huống sự kiện và chứa đựng nội dung, hình thức bài báo cần trình bày.

Qua khảo sát 3 tờ báo điện tử Phunuvietnam.vn, Giadinh.net.vn, Tienphong.vn cho thấy báo chỉ thời gian qua đã chú trọng thông tin kịp thời và sử dụng nhiều thể loại tác phẩm báo chí. Việc sử dụng thể loại nào để truyền tải thông tin đến bạn đọc cũng có sự khác biệt vì còn tùy thuộc vào nội dung phản ánh và đặc trưng, phong cách của mỗi tờ báo.

Tuy nhiên, kết quả khảo sát cho thấy đa phần chứa đựng thông tin về định kiến giới là bài phản ánh hoặc bài viết kèm nhiều ảnh (chiếm đến 90%). Thể loại tin được sử dụng không nhiều (chiếm khoảng 10%). Thể loại phỏng vấn, phóng sự, xã luận, bình luận, điều tra không được sử dụng.

- *Tin*: Qua khảo sát cho thấy thể loại này không được các báo sử dụng nhiều. Nội dung chủ yếu trong thể loại tin là được truyền tải những những ý kiến, quan điểm xung quanh những hội nghị tọa đàm, các hội thảo về bình đẳng giới nói chung và định kiến về nữ giới nói riêng. Tin tức đăng tải thường sử dụng mô hình tam giác ngược, thông tin quan trọng được đặt lên đầu để gây ấn tượng luôn với độc giả từ những chi tiết quan trọng nhất. Tin trên cả 3 báo điện tử được khảo sát đều ngắn gọn, cụ thể, đưa đến những thông tin cốt lõi, thông tin chính cho người đọc.

- *Bài phản ánh*: Lối viết của những bài phản ánh thường thấy là đưa ra quan điểm, vấn đề liên quan tới nữ giới hoặc đời sống hôn nhân, tình yêu. Tuy nhiên, nhiều bài báo lại đưa ra những thông tin thiếu nhạy cảm giới nên dẫn đến bài viết có chi tiết mang định kiến đối với nữ giới.

2.4.3 Ảnh trong bài viết

Ảnh chính là yếu tố đầu tiên thu hút sự chú ý của người đọc. Chính vì thế, các hình ảnh trên mỗi tin, bài của các báo điện tử đều có một vị trí quan trọng. Hình ảnh giúp bổ sung thông tin cho bài viết, giúp bài viết trở nên sinh

động và hấp dẫn hơn. Thậm chí có những bộ ảnh kèm theo chú thích rõ ràng có thể trở thành một tác phẩm riêng biệt. Vì vậy sử dụng hình ảnh sẽ có lợi thế, giúp cho độc giả dễ dàng nhớ nhiều thông tin hơn.

Mặc dù có tỷ lệ sử dụng cao nhưng cách sử dụng ảnh trên các tờ báo được khảo sát có sự khác nhau do đặc trưng riêng của từng tờ báo. Số lượng ảnh cũng tùy thuộc vào mỗi bài viết mà ít nhiều khác nhau. Nội dung các bức ảnh đều đem đến cho người đọc thông tin ngắn gọn, súc tích, đi thẳng vào vấn đề.

Thực tế khảo sát cho thấy nhiều ảnh phản cảm được đưa vào với mục đích câu khách, các tin bài kiểu “lộ hàng”, “thân hình nóng bỏng”... xuất hiện dày đặc. Những bài báo dạng này thường rất nhiều ảnh, chữ viết rất ít, nội dung hạn chế. Vậy những bức ảnh này chỉ nhằm mục đích câu khách.

2.4.4 Title các tin, bài

Ngoài nội dung thông tin, báo chí cũng cần chú ý đến cách đặt title sao phù hợp, tạo được hấp dẫn cho người đọc. Vì vậy đây luôn là yếu tố được chú trọng và quan tâm. Theo kết quả khảo sát trên 3 tờ báo điện tử cho thấy hầu hết các title đều ít nhiều thể hiện được nội dung chính của tin, bài. Tuy nhiên, nhiều title lại mang tính giật gân, câu khách, vô tình thể hiện sự định kiến giới ngay trong title của bài. Đặc biệt trong những bài viết về nghệ sỹ nữ, chúng ta có thể bắt gặp rất nhiều những title bài viết giật gân, câu khách dựa trên sự gây tò mò của độc giả về vẻ đẹp hình thể của nữ giới như:

- “Độ vẻ nóng bỏng 4 mỹ nhân 9x được kì vọng của điện ảnh Việt 2018”
(Báo Giadinh.net.vn, ngày 25/2/2018)

- “Đường cong nóng bỏng “đốt mắt” người xem của Tóc Tiên” (Báo Giadinh.net.vn, ngày 9/4/2018)

- “Elly Trần nóng bỏng với hình ảnh trong phòng tắm” (Báo Giadinh.net.vn, ngày 21/5/2018)

- “Cựu siêu mẫu Mỹ Susan Holmes sexy đầy khiêu khích” (Báo

Tienphong.vn, ngày 24/12/2018)

- “Đường cong tuyệt mỹ của nàng mẫu nội y đình đám cao 1m84” (Báo Tienphong.vn, ngày 13/12/2018)

- “Ngôi sao truyền hình Anh quốc siêu sexy với áo tắm 2 mảnh” (Báo Tienphong.vn, ngày 10/12/2018)

- “Hoa hậu Vương quốc Anh phô đường cong sexy với bikini” (Báo Tienphong.vn, ngày 19/9/2018)

- “Siêu mẫu Minh Tú nóng bỏng mắt với bikini” (Báo Tienphong.vn, ngày 10/9/2018)

- “Selena Gomez nóng bỏng, hút hồn, lấp ló ngực đầy” (Báo Tienphong.vn, ngày 5/9/2018)

Ngay tại title bài báo, rất nhiều các tính từ mang tính chất gây tò mò, hấp dẫn về cơ thể của nữ giới được sử dụng với tần suất nhiều. Cụ thể được thống kê trong bảng dưới đây:

STT	Từ được sử dụng	Số lần sử dụng
1.	Nóng bỏng	82
2.	Gợi cảm	64
3.	Sexy	27
4.	Quyến rũ	14
5.	Gợi tình	10

Bảng 2.6 Những từ ngữ thường được sử dụng miêu tả về hình thể phụ nữ trong tiêu đề các bài báo

Có lẽ giờ đây, độc giả không khó khăn gì khi bắt gặp những title bài báo như đã nêu trên. Phải thừa nhận rằng, những title bài báo đó có sức hút mạnh, gây sự chú ý cho người đọc. Tuy nhiên, khó có sự đồng cảm nào cho thấy hết được sự tác động tiêu cực khi ngay ở phần đầu tiên của bài báo đã xuất hiện những kết cấu từ thiếu tinh tế, gây shock. Hơn nữa, hầu hết các title bài ở đây đều có chiều hướng tập trung tới những điểm mạnh về ngoại hình, cơ thể được mặc định sẵn cho nữ giới.

2.4.5 Ngôn ngữ

Việc sử dụng ngôn ngữ phù hợp để chuyển tải nội dung thông tin là điều vô cùng quan trọng. Vì thế mà ngôn ngữ phải đảm bảo sự chính xác, đầy đủ, ngắn gọn và đại chúng. Qua khảo sát trên cả 3 báo điện tử thì ngôn ngữ trong các tin, bài ít mang dấu ấn cá nhân. Người viết đều chú ý sử dụng ngôn ngữ một cách phù hợp, dễ đọc, dễ hiểu để giúp tăng hiệu quả truyền thông. Tuy nhiên, bên cạnh đó thì nhiều phóng viên, nhà báo sử dụng ngôn ngữ thiếu nhạy cảm giới, vô tình tạo nên những định kiến đối với nữ giới. Ví dụ chúng ta có thể thấy trên báo thường xuyên xuất hiện những cụm từ đặc trưng để nói về người nữ như: “nội tướng”, “người giữ lửa”, “người xây tổ ấm”, “tay hòm chìa khóa”. Ví dụ như trong bài viết: *“Sở hữu 5 điểm này, vợ sẽ bị chồng bỏ ngay lập tức”* (Báo Giadinh.net.vn, ngày 22/4/2019) có đoạn viết như sau: *“Đàn ông xây nhà, đàn bà xây tổ ấm”, gia đình chỉ có thể hạnh phúc nếu như cả hai vợ chồng đều nhận rõ và hoàn thành trách nhiệm của bản thân. Trong trách nhiệm đó bao gồm cả những trách nhiệm đối với gia đình đôi bên”*.

Điều này vô tình đã áp đặt việc người phụ nữ trong cánh cửa của gia đình, sự tận tụy, hy sinh được tôn vinh thành thuộc tính, sứ mệnh. Có thể các nhà báo cho rằng việc sử dụng đó chỉ là cách nói bình thường. Tuy nhiên, chính thói quen sử dụng ngôn ngữ đó lại tạo ra những văn bản mang tính định kiến về vai trò của người nữ.

Ngoài ra, do đặc tính cấu tạo từ của tiếng Việt, đôi khi việc sử dụng kết cấu các từ tố nhằm nhấn mạnh yếu tố giới cũng có nguy dẫn đến định kiến giới. Chẳng hạn việc sử dụng từ tố “nữ” trong một số từ chỉ nghề nghiệp hoặc phẩm chất như: nữ bác sĩ, nữ doanh nhân, nữ anh hùng, nữ phi công...không phải lúc nào cũng thích hợp. Trong thói quen tiếp nhận của người Việt chúng ta, những từ tố được đảo lên trước thường nhằm mục đích nhấn mạnh, đề cao hoặc ngầm biểu đạt sự phi thường, khác thường. Vì vậy khi sử dụng những

kiểu kết hợp giữa một từ tố biểu thị giới (đặt trước) và một từ nguyên chỉ nghề nghiệp (đặt sau) như các trường hợp các từ trên đây đã vô tình nhấn mạnh sự bất thường của những nghề nghiệp vốn được mặc định thuộc về nam giới. Trên thực tế, phụ nữ làm những công việc được cho là dành cho nam giới cũng là điều hoàn toàn bình thường. Điều này lại vô tình mang tính khiên cưỡng, thể hiện định kiến giới. Ví dụ như:

- *Nữ Phó giáo sư Đại học Luật tự nhận mình là “người tham lam”* (Báo Phunuvietnam.net, ngày 20/10/2018)

- *Nữ sinh viên da màu trở thành Tổng biên tập tờ báo của Đại học Havard* (Báo Phunuvietnam.net, ngày 27/11/2018)

- *Nữ hiệu trưởng tâm huyết rèn đức, luyện tài cho học trò* (Báo Phunuvietnam.net, ngày 19/11/2018)

2.5 Nguyên nhân của định kiến về nữ giới

Qua tổng kết, nghiên cứu có thể rút ra những nguyên nhân dẫn đến định kiến về nữ giới vẫn tồn tại là do:

Thứ nhất là do quan niệm của xã hội về vai trò, vị trí của nữ giới đã tồn tại từ thế hệ này sang thế hệ khác, khắc sâu vào suy nghĩ của mỗi con người trong xã hội.

Theo Biên tập viên Vũ Thùy Linh - Đài truyền hình Việt Nam trả lời phỏng vấn sâu luận văn thì nguyên nhân dẫn đến định kiến đối với nữ giới một phần là do định kiến đối với nữ giới đã *“tồn tại dai dẳng trong xã hội và báo giới từ lâu nên nhiều khi không nhận ra là đã tạo ra định kiến. Văn hóa coi trọng nam giới, chỉ có nam giới mới làm được những công việc to lớn ngoài xã hội”*.

Theo T.S Dương Kim Anh - Phó Giám đốc Học viện Phụ nữ Việt Nam trả lời phỏng vấn Báo Hà Nội mới ngày 26/12/2017 thì một trong những nguyên nhân chính dẫn đến bất bình đẳng giới là : *“do định kiến giới tồn tại*

lâu đời, ăn sâu, bám rễ trong tiềm thức người dân. Đó là một hình thức phân biệt đối xử mang tính lịch sử. Mặc dù các định kiến giới có thay đổi, do xã hội phát triển và do sự tiến bộ trong nhận thức của người dân, nhưng quan điểm 'trọng nam, khinh nữ', 'nam trưởng, nữ phó' vẫn tồn tại, ảnh hưởng tới sự phát triển của phụ nữ”.

Có thể thấy rằng trong gia đình, con người học những bài học đầu tiên về tôn ti trật tự, về sự tuân thủ, sự phân biệt đối xử. Con trai học cách quyết đoán và thống trị, con gái học sự phục tùng. Ông bà, cha mẹ truyền dạy cho cháu con những nguyên mẫu về các quan niệm và hành vi mong đợi được cho là thích hợp đối với mỗi giới và các kỳ vọng của xã hội đối với nam giới và nữ giới. Chẳng hạn, quan niệm chung về đặc điểm tính cách của nữ giới là dịu dàng, nam giới là mạnh mẽ, quyết đoán. Do vậy, phụ nữ được quan niệm là gắn liền với vai trò của người mẹ, người vợ, người nội trợ, là người phụ thuộc không quan tâm đến việc họ có thu nhập cao hay thấp; nam giới trở thành trụ cột về kinh tế, là tấm gương đạo đức, là chỗ dựa về tinh thần của phụ nữ và trẻ em, là người chủ gia đình, đại diện cho gia đình trong các quan hệ xã hội và cộng đồng.

Thứ hai là do chính nữ giới còn chưa nhận thức được về sự bình đẳng. Đa phần, phụ nữ đều đảm nhận việc bếp núc, nội chợ, chăm sóc con cái trong gia đình. Hoặc hầu hết nam giới là người có tiếng nói sau cùng đối với những trường hợp quan trọng liên quan tới nhà, đất và mua sắm những tài sản đắt tiền, trong khi phụ nữ chịu trách nhiệm về những vấn đề của cuộc sống hàng ngày. Họ chấp nhận những điều mặc định cho nữ giới đó một điều hiển nhiên và không hề biết rằng mình đang chịu định kiến giới và là nạn nhân của bất bình đẳng giới.

Ý kiến của độc giả Kim Oanh - hiện đang công tác tại Hội LHPN quận Nam Từ Liêm khi trả lời phỏng vấn sâu của luận văn cũng đồng tình nhất trí

rằng một trong những nguyên nhân mà định kiến đối với nữ giới vẫn đang tồn tại cũng là “do bản thân nữ giới vẫn còn những tư tưởng cũ, chưa nhận thức được rằng mình đang là nạn nhân của định kiến trong xã hội”.

Theo T.S Khuất Thu Hồng - Viện trưởng Viện nghiên cứu phát triển xã hội trao đổi với báo Tia sáng, ngày 6/3/2017 thì: “Đúng là các diễn đàn cho phụ nữ đang củng cố những quan điểm cũ là phụ nữ phải “truyền thống” bằng việc dạy nấu ăn, mách nhau mẹo trang điểm cho đẹp, nhưng để làm gì? Để giữ chồng, canh chồng, làm đẹp lòng và giữ chặt ông ấy ở nhà mà chưa bao giờ đặt ra câu hỏi làm thế nào để có ông chồng thay đổi? Nhưng bởi vì tự “giam mình” trong những khuôn mẫu ở trên nên nhiều người lại nghĩ rằng chia sẻ những kinh nghiệm đó là đang làm điều rất tốt cho phụ nữ. Cuối cùng phụ nữ chỉ quanh đi quẩn lại trong những chuyện thế thôi”.

Thứ ba là do giáo dục, tuyên truyền về vấn đề bình đẳng giới chưa được triển khai sâu rộng, chưa có những hình thức giáo dục, tuyên truyền đem lại hiệu quả cao.

Không phủ nhận những cố gắng, nỗ lực của các tổ chức, cơ quan có thẩm quyền trong việc tuyên truyền, giáo dục về vấn đề bình đẳng giới trong thời gian qua. Tuy nhiên, có đôi lúc việc giáo dục, tuyên truyền còn mang tính hình thức, không có tính sáng tạo nên chưa đạt được hiệu quả sâu rộng. Vẫn còn một bộ phận người dân, hay chính bản thân nữ giới còn chưa nhận thức được đầy đủ và đúng đắn về vấn đề bình đẳng giới.

2.6 Đánh giá những ưu điểm, thành công về bình đẳng giới của các báo điện tử được khảo sát

Theo đánh giá, đối với vấn đề bình đẳng giới ở Việt Nam, mỗi một tờ báo điện tử lại thể hiện những ưu điểm riêng do tôn chỉ, mục đích của từng tờ báo. Mỗi một tờ báo đều có sự quan tâm nhất định.

Về ưu điểm chung, do đặc thù của báo điện tử nên các báo đều có thể

truyền tải nhanh chóng những chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước về bình đẳng giới và bất bình đẳng giới để các chủ trương, chính sách này đi vào cuộc sống, cung cấp thông tin, kiến thức, góp phần nâng cao nhận thức cho công chúng về vấn đề bất bình đẳng giới. Ngoài ra, việc sử dụng linh hoạt các thể loại báo chí, đặt tit, sapo hấp dẫn, có thể vừa sử dụng chữ viết, âm thanh, hình ảnh....nên hình thức truyền tải của các tờ báo điện tử đã góp phần tăng thêm hiệu quả truyền thông về bình đẳng giới trong các lĩnh vực của đời sống xã hội.

Đối với báo Phunuvietnam.vn, đây là cơ quan ngôn luận của Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam. Do đó, vấn đề tuyên truyền về bình đẳng giới, chống lại định kiến về nữ giới trên báo điện tử này là vô cùng cần thiết và quan trọng. Việc có riêng một chuyên mục Giới 24/7 có thể coi là đáng ghi nhận trong nỗ lực bình đẳng giới. Tại chuyên mục này, ngoài những tin tức hoạt động liên quan đến Hội Liên hiệp Phụ nữ các cấp thì thông qua chuyên mục, người đọc có thể thấy được nhiều hình ảnh, tin bài về những người phụ nữ thành đạt, không hề thua kém nam giới và khẳng định nữ giới có khả năng tham gia vào tất cả các lĩnh vực như: chính trị, khoa học, quân sự...Bên cạnh đó, những tấm gương phụ nữ khởi nghiệp kinh doanh và những bài viết phân tích hướng tới bình đẳng giới cũng xuất hiện thường xuyên trên chuyên mục này.

Trên báo Giadinh.net.vn, thông qua chuyên mục dân số, ngoài việc phổ biến, tuyên truyền về chính sách dân số kế hoạch hóa gia đình, chăm sóc sức khỏe sinh sản thì cũng đã tuyên truyền rất tốt về việc không lựa chọn thai nhi và không có sự phân biệt đối xử giữa con trai và con gái, góp phần giảm bất bình đẳng giới cũng như mất cân bằng về mặt giới tính. Điều này rất cần thiết phải được phổ biến, tuyên truyền một cách rộng rãi bởi vì tại Việt Nam, ở một số nơi và quan niệm của nhiều người vẫn đặt nặng vấn đề phải sinh được con trai, trọng nam khinh nữ.

Không giống như hai báo trên, Báo Tienphong.vn lại đưa tin rất đầy đủ, kịp thời những tin tức, hoạt động liên quan tới bình đẳng giới, đặc biệt của giới trẻ, có thể kể đến như:

- Ngày 24/11/2018 , tại Hà Nội, đông đảo bạn trẻ tham gia sự kiện “Speak Up for Gender Equality - Lên tiếng vì bình đẳng giới”.

- Sáng 13/3, tại Đại học Luật Hà Nội, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam phối hợp với T.Ư Đoàn và Cơ quan Liên hợp quốc về bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ (UN Women) tổ chức chương trình Đối thoại sinh viên về bình đẳng giới và an toàn cho phụ nữ và trẻ em.

Với đối tượng hướng tới thanh niên trên toàn quốc nên việc đưa những thông tin như trên sẽ góp phần tác động vào nhận thức của giới trẻ về vấn đề bất bình đẳng giới.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

Chương 2 của luận văn với mục tiêu khảo sát, đánh giá thực trạng vấn đề định kiến về nữ giới trên báo điện tử Việt Nam thông qua việc khảo sát 3 báo điện tử: báo Phunuvietnam.vn, báo Giadinh.net.vn và báo Tienphong.vn trong năm 2018. Có thể còn có rất nhiều dạng định kiến nữ giới khác tồn tại ở nhiều báo điện tử khác tuy nhiên trong khuôn khổ khảo sát của luận văn, một số dạng định kiến nữ giới chủ yếu như sau:

- Định kiến trong nghề nghiệp của phụ nữ
- Định kiến trong tính cách, không gian xuất hiện của người phụ nữ
- Quá tập trung vào vẻ đẹp hình thể của người phụ nữ
- Định kiến trong việc xây dựng chân dung người phụ nữ
- Định kiến trong trách nhiệm xây dựng hạnh phúc gia đình

Thông qua quá trình nghiên cứu cũng như các cuộc phỏng vấn sâu, trong chương 2 của luận văn, tác giả đã tổng kết, đưa ra 3 nguyên nhân chính dẫn đến định kiến về nữ giới hiện nay. Kết quả nghiên cứu trong chương 2 sẽ làm cơ sở, căn cứ để chỉ ra những vấn đề còn tồn tại và đưa ra những giải pháp trong chương tiếp theo của luận văn.

CHƯƠNG 3:

MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP CẢI THIỆN ĐỊNH KIẾN VỀ NỮ GIỚI TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ HIỆN NAY

3.1 Một số vấn đề đặt ra hiện nay

Theo ILO, Bình đẳng giới không có nghĩa là phụ nữ và nam giới phải giống nhau mà những quyền, trách nhiệm và các cơ hội của họ sẽ không phụ thuộc vào việc họ được sinh ra là nam hay nữ.

Có thể khẳng định rằng bình đẳng giới là một trong những tiêu chí quan trọng để đánh giá sự phát triển của mỗi quốc gia. Thực tiễn phát triển cho thấy, sự tiến bộ và công bằng xã hội hiện nay chỉ có thể đạt được khi bình đẳng giới được thực hiện, khi người phụ nữ được sát cánh cùng nam giới tham gia mọi hoạt động của xã hội cũng như thừa hưởng mọi thành quả của tiến bộ xã hội. Với nỗ lực đó, trong suốt chiều dài lịch sử phát triển và hình thành, bình đẳng giới và công tác Vì sự tiến bộ phụ nữ luôn là một trong những mục tiêu quan trọng, đã được khẳng định trong các văn kiện, nghị quyết, chỉ thị của Đảng... nhằm tạo cơ sở pháp lý, tạo điều kiện và cơ hội trao quyền bình đẳng cho cả nam và nữ trong các lĩnh vực kinh tế, văn hóa, xã hội.

Công tác truyền thông bình đẳng giới không chỉ là nội dung của cơ quan chuyên trách thuộc ngành nào mà phải là nhận thức chung trong điều hành và hoạch định nội dung chính sách của các cơ quan hành chính nhà nước, đặc biệt ở cấp lãnh đạo đơn vị và cơ sở đào tạo báo chí, truyền thông; Hoạt động truyền thông cần sự phối kết hợp giữa cơ quan chuyên trách với các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị, xã hội và được thông qua mạng lưới nhân sự trong khắp các địa phương và các bộ, ngành...

Thời gian qua, truyền thông đại chúng (TTĐC) có nhiều đóng góp quan trọng trong việc tuyên truyền, cổ vũ, định hướng cộng đồng thực hiện đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước về vấn đề bình đẳng giới; khẳng định,

tôn vinh vị trí, vai trò và khả năng của phụ nữ trong việc xây dựng, duy trì, phát triển kinh tế-chính trị-xã hội và văn hoá truyền thống của Việt Nam.

Trong nhiều sản phẩm truyền thông đã lồng ghép vấn đề bình đẳng giới góp phần quan trọng trong việc định hướng, thay đổi hành vi ứng xử, suy nghĩ, thái độ và tình cảm của phụ nữ và nam giới, xoá bỏ dần những định kiến giới.

Tuy nhiên, vẫn còn nhiều sản phẩm truyền thông củng cố các định kiến giới một cách không ý thức. Các bài viết, các câu chuyện trên báo chí thường nhấn mạnh vai trò của phụ nữ và nam giới dựa trên những khuôn mẫu giới như: phụ nữ thường làm công việc đơn giản, liên quan đến dịch vụ và luôn gắn với công việc gia đình, chăm sóc con cái, nội trợ; trong cuộc sống vợ chồng luôn là những người vợ biết nhẫn nhịn, phục dịch thiếu độc lập. Còn nam giới thường làm công việc quan trọng, tham gia vào các lĩnh vực nổi bật, thu nhập cao; là người trụ cột, có tiếng nói quyết định trong gia đình và nắm giữ quyền lực; năng động, tự chủ, thành đạt...

Ngoài ra, định kiến giới còn thể hiện ngay trong các câu hỏi, lời bình, dẫn dắt của một số nhà báo cho rằng phụ nữ phải biết nấu ăn ngon, là người nội trợ chăm chỉ và chiều mọi thành viên trong gia đình, nhất là gia đình chồng.

Bên cạnh những định hướng đúng đắn, hình ảnh giới, đặc biệt là chân dung nữ giới trên báo chí trong nhiều trường hợp vẫn còn bị miêu tả một chiều, năng lực và vị thế của nữ chưa được báo chí nhìn nhận đúng mức.

Nguyên nhân cơ bản dẫn đến tình trạng trên là do nhận thức về giới và bình đẳng giới của xã hội và truyền thông chưa đầy đủ và sâu sắc về mặt lý luận và khoa học. Sự gắn kết vai trò, trách nhiệm của báo chí với sự nghiệp thúc đẩy bình đẳng giới và sự giám sát của các cơ quan quản lý báo chí về vấn đề này còn lỏng lẻo.

Ngoài ra, việc thiếu góc nhìn giới cũng khiến thông điệp truyền thông về bình đẳng giới và sự tiến bộ phụ nữ trong các tác phẩm báo chí cũng không rõ

ràng và quyết liệt. Đội ngũ phóng viên cũng chưa có điều kiện để cập nhật kiến thức và kỹ năng truyền thông giới. Đồng thời, bản thân phóng viên cũng tồn tại định kiến với nữ giới. Nhiều phóng viên thuộc cả hai giới quan niệm sự phân vai nam-nữ là sự phân công lao động tự nhiên, phù hợp với quy luật tạo hóa và xã hội. Chính những mầm mống định kiến ấy là nguyên nhân sâu xa của mảng màu bất bình đẳng trên bức chân dung nữ giới trên báo chí hiện nay.

Chỉ khi nào trên truyền thông và báo chí nói riêng không còn tồn tại định kiến với nữ giới thì mới có thể hy vọng sự bình đẳng giới một cách bền vững và lâu dài.

3.2 Giải pháp chung

Truyền thông là lực lượng quan trọng góp phần tác động để thay đổi những nhận thức sai lầm của công chúng về phụ nữ và đàn ông hay giới tính khác. Để đẩy mạnh truyền thông xóa bỏ các định kiến giới, cần nỗ lực hơn ở nhiều phương diện, trong đó đặc biệt là khả năng nhạy cảm để tránh sa vào lối tuyên truyền củng cố cho những quan niệm lạc hậu về giới.

Đầu tiên, trong công tác tuyên truyền cần phải nâng cao nhận thức để mọi người trong cộng đồng hiểu rằng hậu quả của việc bất bình đẳng giới cũng như định kiến giới là rất nghiêm trọng. Nó có thể làm tăng tỷ lệ nghèo đói, cản trở việc chăm sóc sức khỏe cho dân cư, hạn chế các cơ hội tăng thu nhập, làm gia tăng nạn bạo hành gia đình, nạn buôn bán trẻ em...kìm hãm tiềm năng tăng trưởng kinh tế và gây nên một loạt tổn thất khác cho xã hội. Đồng thời nâng cao nhận thức cho cộng đồng hiểu được rằng nam, nữ có vị trí, vai trò ngang nhau, được tạo điều kiện và cơ hội phát huy năng lực của mình cho sự phát triển của cộng đồng, gia đình. Nam nữ có quyền thụ hưởng như nhau về mọi mặt chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội và gia đình. Phụ nữ và nam giới có vị thế bình đẳng như nhau và cùng có điều kiện bình đẳng để phát huy hết khả năng và thực hiện các nguyện vọng của mình, có cơ hội bình

đẳng để tham gia, đóng góp và thụ hưởng các nguồn lực xã hội và thành quả phát triển. Ngoài ra, phụ nữ và nam giới đều bình đẳng tham gia và quyết định mọi công việc trong gia đình và xã hội, cùng chia sẻ công việc trong gia đình và nuôi dạy con cái. Phụ nữ cũng như trẻ em gái có quyền và cơ hội học tập, nâng cao hiểu biết như nam giới và trẻ em. Bên cạnh đó, phụ nữ không cam chịu bất bình đẳng giới và phân biệt đối xử trong gia đình và xã hội.

Đối với cộng đồng dân cư, việc tuyên truyền, giáo dục về bình đẳng giới cần được thực hiện thường xuyên, liên tục. Tăng cường các hoạt động tập huấn để các loại tài liệu tuyên truyền, giáo dục về pháp luật, về giới và bình đẳng giới đến được với tất cả phụ nữ và cộng đồng. Cần có nhiều chương trình, dự án để lồng ghép với phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương, tạo điều kiện phát huy vai trò, vị thế của người phụ nữ, trên cơ sở này sẽ giúp cả giới nam và giới nữ xoá bỏ những tư tưởng phong kiến, lạc hậu ăn sâu trong tâm trí người dân, tạo điều kiện cho bình đẳng giới được thực hiện tốt hơn, có hiệu quả hơn.

Ngoài ra, thậm chí việc tuyên truyền cần có những nội dung chuyên sâu hướng tới nam giới. Điều này là vô cùng cần thiết vì họ cũng là nhân tố rất quan trọng quyết định tới việc có còn tồn tại định kiến đối với nữ giới hay không và phòng tránh được nạn bạo lực gia đình. Trong công tác tuyên truyền kế hoạch hóa gia đình cần hướng tới việc tuyên truyền cho cả nam lẫn nữ chứ không phải chỉ vận động chị em tham gia kế hoạch hóa gia đình như trước. Thực tế việc định kiến về vai trò của phái nữ vẫn còn tồn tại rất nặng nề trong suy nghĩ của đàn ông. Những suy nghĩ đã ăn sâu vào tư tưởng và tồn tại rất lâu như: phụ nữ phải tề gia nội trợ lo lắng việc gia đình, vợ phải chăm sóc con cái cho tốt, đàn ông không phải động tay vào việc nhà... vẫn còn được duy trì. Vậy nên nếu nam giới thay đổi suy nghĩ, có những kiến thức và nhận thức đúng đắn về bình đẳng giới thì mới giảm thiểu được những định kiến giới

đang tồn tại trong xã hội từ bao lâu nay. Cả vợ lẫn chồng đều có vai trò và trách nhiệm ngang nhau trong việc quyết định quy mô gia đình, phương pháp nuôi dạy con cái, tổ chức, ổn định cuộc sống gia đình.

Thứ hai, muốn đạt được hiệu quả tốt trong công tác tuyên truyền cũng như để khắc phục tình trạng định kiến giới tồn tại lâu nay, hoạt động truyền thông, báo chí cần sự phối kết hợp giữa cơ quan chuyên trách với các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị, xã hội và được thông qua mạng lưới nhân sự trong khắp các địa phương và các bộ; ngành... Không chỉ báo chí, cán bộ truyền thông cơ sở và ngay trong cơ quan nhà nước cũng cần huy động ý thức trách nhiệm về bình đẳng giới, mạng xã hội cũng là kênh truyền thông quan trọng và hiệu quả trong thời đại ngày nay. Những thông tin, chính sách pháp luật về bình đẳng giới phải được đưa đến người dân bằng nhiều hình thức như: tuyên truyền trực tiếp, các buổi sinh hoạt Câu lạc bộ, các hội thi tìm hiểu Luật bình đẳng giới, thi sáng tác tranh cổ động tuyên truyền về bình đẳng giới...

Để giúp phái nam thay đổi nhận thức về định kiến giới thì nên tổ chức các cuộc thi nội trợ dành riêng cho nam giới như: Nấu ăn, cắm hoa, may vá... Những cuộc thi đó sẽ phần nào giúp người đàn ông thấu hiểu được nỗi vất vả của người vợ khi phải vừa đi làm ngoài xã hội vừa quán xuyến việc nhà. Có cảm nhận đúng thì người chồng mới có suy nghĩ đúng, và thay đổi cách cư xử với vợ trong nhiều khía cạnh chứ không riêng gì việc chia sẻ công việc trong gia đình.

Thứ ba, cần tăng cường mở các lớp đào tạo, tập huấn về giới và bình đẳng giới cho các đối tượng là cán bộ lãnh đạo, quản lý của các ban ngành, đoàn thể, những cán bộ trực tiếp tiến hành các hoạt động liên quan đến việc bảo đảm và thực hiện các quyền bình đẳng của phụ nữ. Thông qua các khoá đào tạo, tập huấn này mà góp phần nâng cao nhận thức và kỹ năng về bình đẳng giới cho đội ngũ cán bộ, giúp họ có khả năng lồng ghép các chính sách

về giới vào các chương trình kinh tế - xã hội ở địa phương có hiệu quả hơn. Các nội dung đào tạo, tập huấn cần cung cấp cho đội ngũ cán bộ này các kiến thức mang tính toàn diện khách quan về bình đẳng giới. Cần phân tích thực trạng bất bình đẳng giới đang tồn tại ở nước ta hiện nay đã cản trở sự phát triển kinh tế - xã hội để họ có được nhận thức và hành động đúng đắn hơn trong việc lồng ghép giới vào phát triển kinh tế - xã hội ở từng ngành, từng địa phương đạt hiệu quả.

Thứ tư, việc tăng cường giám sát nội dung truyền thông cũng là một giải pháp quan trọng. Các tổ chức xã hội hoạt động trong lĩnh vực bình đẳng giới đóng một vai trò quan trọng trong việc giám sát, đối thoại với các cơ quan truyền thông nhằm xóa bỏ các định kiến giới. Vì vậy, việc nâng cao năng lực, kiến thức và hiểu biết của chính những tổ chức hoạt động vì phụ nữ là hết sức cần thiết để cải thiện những thông điệp truyền thông.

Thứ năm, Giữa các đơn vị vì sự phát triển của phụ nữ và đơn vị truyền thông cũng cần có sự phối hợp trong xây dựng kế hoạch hành động, tổ chức những sự kiện hấp dẫn nhằm “hâm nóng” đề tài giới trên báo chí và tạo điều kiện cho phóng viên có cơ hội rèn luyện kỹ năng viết bài về nữ và bình đẳng cho nữ trong thời kỳ hội nhập.

Thứ sáu, cần phải có sự đầu tư, tạo điều kiện thích đáng cho hoạt động tuyên truyền, giáo dục về bình đẳng giới cho các địa phương, đặc biệt là cấp cơ sở vì đây là cấp hành động, là cấp gần dân nhất. Tạo điều kiện để xây dựng tủ sách pháp luật nói chung, có liên quan đến bình đẳng giới nói riêng ở cơ sở là một hoạt động cấp thiết và có ý nghĩa quan trọng trong công tác tuyên truyền, giáo dục. Các loại sách phải có nội dung đơn giản, dễ đọc, dễ nhớ và phù hợp với từng đối tượng.

Thứ bảy, đẩy mạnh giáo dục về giới trong hệ thống nhà trường phổ thông, giúp cho thanh niên, thiếu niên nhận thức đúng những vấn đề giới và

bình đẳng giới một cách cơ bản và hệ thống. Từ đó, các em có ý thức trách nhiệm về bình đẳng giới trong xây dựng gia đình và xã hội. Có thể thay đổi từ những điều nhỏ nhất như thay đổi về hình minh họa. Trong sách giáo khoa không chỉ có hình ảnh cô giáo mà cần cả hình ảnh thầy giáo. Trong các tranh vẽ học sinh cũng cần cân bằng bé trai, bé gái. Tăng thêm hình ảnh các em gái, phụ nữ về tính chất, phạm vi hoạt động và năng lực chuyên môn... chứ không phân định khả năng như trên.

Thứ tám, chú trọng việc nêu gương tốt, điển hình trong thực hiện bình đẳng giới qua các hoạt động tuyên truyền, giáo dục; đồng thời tạo dư luận xã hội công khai qua công tác tuyên truyền với những vụ việc vi phạm về bình đẳng giới.

3.3 Giải pháp cụ thể

3.3.1 Đối với cơ quan quản lý báo chí

Báo chí có vai trò quan trọng trên nhiều lĩnh vực trong xã hội hiện đại. Công chúng ngày càng tiếp cận nhiều hơn với báo chí. Do đó, báo chí không chỉ đóng vai trò cung cấp thông tin mà còn đóng vai trò định hướng thông tin góp phần xây dựng và duy trì những giá trị chuẩn mực mới và loại bỏ những giá trị chuẩn mực không còn phù hợp. Điều này cần sự vào cuộc tích cực và có hiệu quả của các cơ quan quản lý báo chí.

Vì vậy để tránh định kiến về nữ giới trong các bài báo được đăng tải, các cơ quan quản lý báo chí nên có những quy định chung hoặc những tiêu chí cơ bản cho việc đăng tải các sản phẩm truyền thông (quảng cáo tuyên dụng, quảng cáo, các bài báo...). Trong đó, cần lưu ý đến những quy định nhằm loại bỏ các định kiến giới ra khỏi các sản phẩm truyền thông. Các quy định này cần được thông báo công khai tới các cơ quan báo chí để tất cả đều có thể nắm được và thực hiện, nếu cần thiết có thể tổ chức buổi quán triệt nội dung các quy định. Khi đã cụ thể hóa thành các quy định thì cũng cần có chế tài xử

phạt hoặc biện pháp cảnh cáo khi vi phạm để chính người viết hoặc cơ quan báo chí đăng tải sẽ phải có trách nhiệm hơn đối với các thông tin mà mình đưa ra. Có như vậy mới thực hiện được hiệu quả các quy định, tránh hình thức, qua loa đại khái.

Cần thiết phải phổ biến và đưa luật Bình đẳng giới cũng như Chiến lược bình đẳng giới đến năm 2020 vào thực hiện tại các cơ quan báo chí. Để làm được điều trên, nên tổ chức các lớp tập huấn về giới, lồng ghép giới đối với những người làm công tác quản lý báo chí nhằm xây dựng những quy định sát thực và có thể kiểm soát việc thực hiện quy định từ phía các cơ quan báo chí một cách hiệu quả nhất. Nếu có thể, cần tổ chức tập huấn cho đội ngũ phóng viên, nhà báo, biên tập viên định kỳ hàng năm để cập nhật những kiến thức mới cũng như bổ sung thêm hiểu biết cho đội ngũ làm báo trong quá trình tác nghiệp.

Một số cách sử dụng ngôn ngữ cũng cần được xem xét nhằm tạo ra chuẩn ngôn ngữ báo chí hạn chế định kiến giới, nâng cao chất lượng hình ảnh nữ trên báo chí Việt Nam, đảm bảo hoàn thành mục tiêu đến năm 2020, 80% ấn phẩm báo chí không còn định kiến giới.

Xây dựng những quy chuẩn nhất định đối với những bài viết được đăng tải, có tiêu chí không được có những chi tiết, ngôn từ mang định kiến giới. Loại bỏ hoặc không cho phép đăng những bài viết mang định kiến giới.

Khi đã xây dựng ra những quy chuẩn nhất định đối với các bài viết để không còn mang định kiến với nữ giới thì phải có một bộ phận kiểm soát, theo dõi về việc thực hiện vấn đề này tại các cơ quan báo chí để kịp thời điều chỉnh, không để thực trạng tràn lan các bài viết mang định kiến đối với nữ giới trên báo chí nữa. Đây phải là đội ngũ có kiến thức chuyên sâu về giới, bình đẳng giới cũng như hiểu biết về báo chí để có thể làm tốt công tác này. Nếu không có những người thỏa mãn những tiêu chí trên thì có thể đào tạo,

tập huấn thêm để thực hiện công việc này một cách có hiệu quả. Ngoài ra, có thể xây dựng những “hạt nhân” ngay tại các tòa soạn báo để nắm được thông tin một cách nhanh nhất.

3.3.2 Đối với các cơ quan báo chí

Trong những năm qua, các cơ quan báo chí đều đã truyền thông, có những tin, bài phản ánh về vấn đề bất bình đẳng giới. Vì vậy mà nội dung tuyên truyền về vấn đề bất bình đẳng giới ngày càng được mở rộng và có tính bao quát như: truyền thông nâng cao nhận thức của xã hội về hậu quả của định kiến giới, truyền thông phê phán các hành vi vi phạm pháp luật về bình đẳng giới, thông tin về các vụ bạo lực gia đình, biểu dương những tập thể, cá nhân điển hình trong việc thực hiện bình đẳng giới...Tuy nhiên có thể thấy rằng kết quả thu được vẫn không như mong đợi. Định kiến đối với nữ giới vẫn diễn ra trong xã hội. Điều đó đặt ra yêu cầu báo chí phải có phương hướng mới trong truyền thông và việc thực hiện công tác bình đẳng giới trong giai đoạn hiện nay.

Thứ nhất, chính các cơ quan báo chí cần phải không ngừng nỗ lực trong việc hiện đại và bình đẳng hóa hình ảnh người nữ. Ở góc độ định hướng, các cơ quan báo chí cần nhanh chóng xây dựng chiến lược truyền thông giới và xác định bình đẳng giới là một trong những mục tiêu quan trọng trong kế hoạch thực hiện tin bài. Mỗi cơ quan báo chí cần phải xác định công tác tuyên truyền về vấn đề bình đẳng giới là một nhiệm vụ vừa cấp bách, vừa lâu dài và cần được tiến hành thường xuyên, liên tục bằng các biện pháp, hình thức khác nhau. Những nội dung phổ biến về pháp luật bằng những từ ngữ đơn giản, dễ hiểu, phù hợp với mọi đối tượng.

Thứ hai, vì muốn xóa bỏ định kiến đối với nữ giới cũng như xóa bỏ bất bình đẳng giới không phải là điều đơn giản, dễ dàng. Đây là vấn đề rất khó và nhạy cảm. Vì vậy, các cơ quan báo chí cần đăng tải nhiều hơn nữa về những

khó khăn, thách thức trong việc ngăn chặn bất bình đẳng giới. Từ đó, thúc đẩy việc xây dựng chính sách hợp tác với các tổ chức chính trị, các ban ngành đoàn thể có liên quan để cùng xóa bỏ định kiến đối với nữ giới, thực hiện bình đẳng giới.

Thứ ba, báo chí cần phải thông tin nhận diện định kiến đối với nữ giới hay bất bình đẳng giới. Cần phải thông tin trung thực, đúng bản chất, tránh một chiều, thiếu nhạy cảm giới trong việc nêu lên những vấn đề liên quan đến định kiến giới. Trong các bài viết cần phê phán mạnh mẽ cũng như nêu lên các biện pháp khắc phục, xóa bỏ khuôn mẫu và định kiến giới trong xã hội nhằm thúc đẩy một xã hội bình đẳng và nhân văn hơn.

Thứ tư, nên tổ chức các lớp tập huấn về giới và lồng ghép giới cho đội ngũ lãnh đạo cơ quan báo chí và các nhà báo nhằm cùng các cơ quan quản lý báo chí xây dựng những quy định chung hoặc những tiêu chí cơ bản về việc đăng tải các sản phẩm truyền thông và kiểm soát việc thực hiện những quy định này ở báo mình. Các chương trình cần đủ dài để các nhà báo có thể thu nạp và hiểu tương tận kiến thức về bình đẳng giới và liên hệ với thực tế tác nghiệp. Giảng viên cần có kiến thức về nghề báo, hiểu được các khâu trong quá trình tác nghiệp báo chí để có thể xây dựng nội dung đào tạo phù hợp.

Thứ năm, lồng ghép các quy định, hướng dẫn về định kiến giới trong cẩm nang nghề báo, bộ quy tắc tác nghiệp của các tòa soạn. Thông qua đó đào tạo, hướng dẫn cho thành viên của các ban biên tập để thực hiện, giám sát và giải đáp các quy định hướng dẫn đó.

Thứ sáu, việc mỗi tòa soạn báo phải phân công phóng viên chuyên trách viết về đề tài bình đẳng giới là hết sức cần thiết. Thực tế cho thấy hầu hết các báo đều chưa đáp ứng được yêu cầu này. Xây dựng những “hạt nhân” là những người có khả năng ảnh hưởng, thiết lập ra các thói quen, phương thức tác nghiệp mới, hoặc tạo ra thay đổi trong tòa soạn. Nếu cần thiết, các báo cần

phải xây dựng chuyên mục riêng về đề tài bình đẳng giới. Việc này sẽ giúp cho công tác thông tin, tuyên truyền trên các báo được thường xuyên, đều đặn, tạo điểm nhấn hơn.

Thứ bảy, thực hiện nghiêm túc những quy định về bình đẳng giới trong Luật Bình đẳng giới cũng như những quy định đối với các cơ quan truyền thông trong Chiến lược bình đẳng giới đến năm 2020.

Cụ thể hơn, xin đưa ra một số giải pháp đối với 3 cơ quan báo điện tử luận văn tiến hành khảo sát như sau:

- *Đối với báo Phunuvietnam.vn*: Đây là cơ quan ngôn luận của Trung ương Hội LHPN Việt Nam nên có lợi thế trong việc tiếp cận thông tin về bình đẳng giới. Báo cần tăng cường thêm nhiều bài viết có tính vấn đề, tính phát hiện, phê phán những vụ việc liên quan đến vấn đề định kiến với nữ giới nói chung và vấn đề bất bình đẳng giới nói riêng cũng như đa dạng hóa nội dung thông tin, hình thức truyền tải, tránh nhàm chán và khuôn mẫu. Ngoài ra, với lợi thế là một cơ quan truyền thông của Hội LHPN, cơ quan bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của phụ nữ, vì sự tiến bộ của phụ nữ, báo cần thường xuyên tổ chức tập huấn cho các phóng viên viết bài về các vấn đề liên quan đến giới và bình đẳng giới. Đồng thời, báo cũng cần gia tăng tương tác với bạn đọc để nhận biết những phản hồi từ phía độc giả về vấn đề định kiến giới. Độc giả sẽ là người góp ý, đóng góp, thậm chí cung cấp thông tin, là người phát hiện đề tài cho báo.

- *Đối với báo Tienphong.vn*: Qua khảo sát, báo Tienphong.vn có rất ít những bài viết thể hiện thông tin phê phán vấn đề về định kiến đối với nữ giới hay vấn đề bất bình đẳng giới, nhưng lại có nhiều bài tập trung quá nhiều vào ngoại hình của phái nữ, vô tình thể hiện định kiến giới, bất bình đẳng giới. Vì vậy, báo cần đa dạng hóa nội dung, cải tiến hình thức truyền tải, nâng cao chất lượng nội dung. Báo cần bám sát chủ trương, đường lối của Đảng, chính

sách pháp luật của Nhà nước để định hướng cho phóng viên khi viết bài. Bên cạnh đó, báo cũng cần xây dựng chuyên mục riêng về đề tài bình đẳng giới, có đội ngũ phóng viên chuyên viết về đề tài này.

- *Đối với báo Giadinh.net.vn*: Một số bài viết trong chuyên mục gia đình của báo vẫn có những chi tiết hoặc đưa vào những quan điểm mang định kiến đối với nữ giới. Vì vậy, báo cần tập huấn cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên nâng cao sự hiểu biết về vấn đề bình đẳng giới, từ đó loại bỏ những yếu tố mang định kiến về nữ giới trong bài báo. Ngoài ra, báo cũng cần xây dựng riêng một chuyên mục liên quan đến vấn đề bình đẳng giới, viết và phát hiện, lên án những câu chuyện mang tính chất định kiến giới trong gia đình vẫn đang còn tồn tại hàng ngày, hàng giờ.

3.3.3 Đối với các nhà báo

Bản thân vấn đề bình đẳng giới là vấn đề rất khó, rất nhạy cảm vì nó tương đối phức tạp và có lúc khó nhận diện. Đôi khi bản thân phóng viên viết bài cũng không nhận thức được rằng trong bài báo mình viết có định kiến giới. Vì vậy, đối với phóng viên để viết đúng bản chất vấn đề bình đẳng giới thì yêu cầu đặt ra cũng rất quan trọng. Bởi chỉ khi người phóng viên hiểu đúng, hiểu trúng bản chất của vấn đề mới có thể thông tin tới độc giả chuẩn xác nhất về định kiến giới, các hình thức và nguyên nhân của định kiến giới.

Mỗi một nhà báo cần không ngừng tự đào tạo và tích cực tham dự vào các khoá tập huấn, đào tạo về bình đẳng giới nhằm đảm bảo quá trình tác nghiệp sẽ cho ra đời các sản phẩm truyền thông không mang định kiến giới. Việc tham gia vào các lớp tập huấn và đào tạo cần nghiêm túc và thực sự cầu thị, tránh mang tính hình thức thì những người làm báo mới có thể tránh những định kiến đối với nữ giới trong các tác phẩm của mình. Nếu không thì sẽ rất dễ sa vào những lối tư duy và định kiến cũ.

Thực hiện tốt những quy định trong Luật Bình đẳng giới, Luật phòng

chống bạo lực gia đình,... Chiến lược bình đẳng giới đến năm 2020 cũng như nghiêm túc chấp hành những quy định về tuyên truyền về bình đẳng giới đối với người làm công tác truyền thông trong Luật Bình đẳng giới, Luật phòng chống bạo lực gia đình... Muốn thực hiện tốt thì mỗi một nhà báo cần phải nắm chắc và am hiểu các bộ Luật liên quan, coi đó là trách nhiệm nghề nghiệp của mình. Có thể thường xuyên trao đổi, cập nhật những kiến thức cũng như kỹ năng giữa các nhà báo với nhau để có thể cho ra những bài báo không có định kiến giới.

Vì nhà báo là chủ thể trực tiếp viết các bài báo đăng tải trên các trang báo nên từng nhà báo nhận thức về vai trò của mình trong việc loại bỏ định kiến giới là vô cùng quan trọng và cần thiết. Mỗi một nhà báo trong quá trình tác nghiệp cũng như viết bài cần phải tự nhận thức và loại bỏ những chi tiết mang định kiến giới trong bài viết. Dần dần điều đó sẽ trở thành thói quen và nỗ lực của từng nhà báo sẽ góp phần giảm định kiến với nữ giới trong xã hội hiện nay. Theo phóng viên Minh Phương - Báo Lao động Thủ đô trả lời phỏng vấn sâu luận văn thì khi viết, mỗi nhà báo *“Không nên dựa vào mặt sinh học để khẳng định phụ nữ là phái yếu thì không chịu được đau, được stress, không làm được những việc nặng nhọc, yếu đuối về mặt tinh thần như đàn ông”*. Mỗi một nhà báo cần phải khách quan, trung thực nhất khi viết về nữ giới, bỏ những suy nghĩ đã ăn sâu vào trong xã hội từ rất lâu. Trong bài viết cần phải làm cho độc giả thấy rằng giữa nam giới và nữ giới là bình đẳng như nhau.

Khi xác định nội dung viết trong bài về phụ nữ thì nhà báo cần trước hết phải đặt câu hỏi: nội dung này có mang định kiến đối với nữ giới không? và để không mang định kiến giới thì phải truyền tải nội dung như thế nào? Sắp xếp các thông điệp ra sao để tránh làm cho độc giả bị hiểu lầm và có những định kiến không nên có đối với phái nữ. Chỉ cần mỗi một nhà báo cần trọng

trước khi viết thì sẽ không còn những bài báo mang định kiến giới nữa.

Sau khi xác định được nội dung, thông điệp cần viết, nhất là liên quan đến nữ giới thì mỗi nhà báo cần xác định hình thức chuyển tải thông tin phù hợp. Phóng viên khi đưa tin về hình ảnh nữ giới cần đặt nguyên tắc và đạo đức nghề nghiệp là ưu tiên số 1. Tuân thủ đạo đức nghề nghiệp, đặc biệt đối với trẻ em và phụ nữ dễ bị tổn thương, không giật gân, câu khách với bất cứ mục đích gì. Điều này vô cùng quan trọng vì đôi khi muốn nhiều người đọc, có những nhà báo bất chấp, sẵn sàng đăng tải bài viết kèm rất nhiều những hình ảnh hở hang, sexy của các cô gái. Điều này vô cùng phản cảm, làm hạ thấp giá trị của những người phụ nữ, đi ngược lại công cuộc đấu tranh đòi bình đẳng giới hiện nay.

3.3.4 Đối với chính nữ giới

Thực tế cho thấy rằng đôi khi chính bản thân nữ giới vẫn chưa nhận thức được rằng mình phải chịu sự định kiến. Vì vậy nữ giới cần phải nắm rõ và tuân thủ những quy định trong các chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước về bình đẳng giới. Cùng với nam giới cùng nhau xây dựng gia đình no ấm, bình đẳng, tiến bộ và hạnh phúc để nâng cao chất lượng cuộc sống, không nên có thái độ kỳ thị, phân biệt vai trò, thiên chức của mình. Cần phải có thái độ trân trọng và cư xử đúng mực; tích cực phát huy ưu điểm, thế mạnh của mình, thiết lập được các mối quan hệ tốt trên cơ sở của sự hiểu biết và tình yêu thương, tôn trọng lẫn nhau; phá vỡ những định kiến và suy nghĩ lỗi thời.

Phụ nữ không nên tự ti với bản thân mình; không nên có tư tưởng an phận trong gia đình; sẵn sàng vượt ra khỏi định kiến giới, dám nghĩ, dám làm và tin vào khả năng thành công của mình. Nữ giới cũng cần phải tích cực học tập, nâng cao trình độ, hiểu biết, tích lũy kỹ năng sống, rèn luyện sức khỏe.

Chính nữ giới cũng là nhân tố quan trọng giúp truyền đi những thông

điệp để xóa bỏ định kiến giới. Thông qua các cuộc tọa đàm, trò chuyện hoặc trao đổi hàng ngày, nữ giới sẽ cùng nhau thay đổi nhận thức dẫn đến thay đổi hành vi để giúp bình đẳng giới.

Điều này sẽ giúp việc truyền thông của các cơ quan báo chí, bản thân chính những nhà báo, phóng viên hoặc những người làm truyền thông thay đổi nhận thức để truyền thông vấn đề bình đẳng giới ngày càng tốt hơn, từ đó xóa bỏ định kiến giới trong xã hội.

3.3.5 Đối với công chúng

Công chúng có vai trò quan trọng không kém trong việc giảm định kiến về nữ giới trên báo điện tử hiện nay. Đầu tiên, công chúng cần phải trực tiếp tham gia phản biện, đóng góp ý kiến đối với các nội dung liên quan đến nữ giới trên báo chí. Phản hồi ngay nếu có những thông tin mang định kiến giới, bất bình đẳng giới. Từ đó, cơ quan báo chí sẽ kịp thời điều chỉnh sao cho phù hợp. Càng ngày vai trò của công chúng đối với những thông tin trên báo chí càng được đề cao nên đây là một giải pháp rất hiệu quả.

Tiếp theo, công chúng hãy tiếp nhận những thông tin tuyên truyền về bình đẳng giới trên báo chí một cách đúng đắn và thay đổi suy nghĩ của bản thân cũng như tuyên truyền cho những người xung quanh mình. Ngoài ra nếu công chúng đóng vai trò là những người cộng tác viên báo chí thì cũng cần hiểu rõ và nắm được để không đưa vào bài viết cộng tác của mình những thông tin mang tính chất định kiến đối với nữ giới. Có như vậy mới nâng cao được chất lượng thông tin trên báo chí, góp phần thúc đẩy bình đẳng giới trong giai đoạn hiện nay.

TIÊU KẾT CHƯƠNG 3

Từ kết quả khảo sát vấn đề định kiến đối với nữ giới trên 3 tờ báo điện tử, chương 3 của luận văn với mục đích làm rõ một số vấn đề đang đặt ra hiện nay và giải pháp cải thiện định kiến về nữ giới trên báo điện tử Việt Nam hiện nay.

Từ việc xác định một số vấn đề đang tồn tại, tác giả đã mạnh dạn đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện định kiến về nữ giới trên báo điện tử hiện nay như: đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức trong cộng đồng xã hội về vấn đề vấn đề định kiến giới ở Việt Nam; nâng cao trách nhiệm, phát huy hiệu quả vai trò truyền thông báo chí, đặc biệt là báo điện tử; đổi mới mạnh mẽ, nâng cao chất lượng nội dung thông tin, cải tiến hình thức truyền tải trên báo; xây dựng đội ngũ phóng viên chuyên trách tuyên truyền về bình đẳng giới; xây dựng những chuyên mục riêng về đề tài bình đẳng giới; phát huy vai trò của công chúng trong việc nâng cao chất lượng thông tin báo chí về định kiến giới cũng như bình đẳng giới.

Trong số tất cả các giải pháp đưa ra gồm có các giải pháp chung, giải pháp cụ thể đối với cơ quan quản lý báo chí, cơ quan báo chí, nhà báo để giúp khắc phục, xóa bỏ định kiến giới trên báo điện tử. Đặc biệt, trong phần giải pháp đối với các cơ quan báo chí, tác giả đã từ những hạn chế để đưa ra những giải pháp cụ thể đối với 3 tờ báo điện tử được khảo sát nhằm khắc phục những tồn tại.

Vì mỗi một cơ quan báo chí đều có những đặc thù không giống nhau nên việc áp dụng những kiến nghị hay đề xuất nêu trên cần hết sức linh hoạt và chủ động. Có như vậy, báo chí mới có thể góp phần vào việc xóa bỏ định kiến giới, tạo sự công bằng đối với nữ giới trong xã hội hiện nay.

KẾT LUẬN

Ngay khi giành được độc lập dân tộc, trong hiến pháp đầu tiên của nước ta, quy định về nam nữ bình quyền đã được đề cập. Từ đó cho tới nay, vấn đề bình đẳng giới vẫn là vấn đề được quan tâm trong chiến lược phát triển quốc gia. Bình đẳng giới có ý nghĩa quan trọng trong mọi thời đại, đặc biệt là trong điều kiện hiện đại hóa, công nghiệp hóa hiện nay. Bình đẳng giới trong gia đình là môi trường lành mạnh để con người, đặc biệt là trẻ em được đối xử bình đẳng, được giáo dục về quyền bình đẳng, được hành động bình đẳng; là tiền đề quan trọng cho sự thành công trong việc chăm sóc, nuôi dưỡng, giáo dục trẻ em; góp phần tăng chất lượng cuộc sống của các thành viên gia đình, góp phần tăng trưởng kinh tế đất nước; góp phần giải phóng phụ nữ và góp phần xây dựng thể chế gia đình bền vững.

Ngoài ra, bất bình đẳng giới gây nên những hậu quả nghiêm trọng, tác động rất lớn tới đời sống kinh tế, xã hội. Vì vậy, nhiệm vụ ngăn chặn, hạn chế tình trạng bất bình đẳng giới ngày càng đặt ra những yêu cầu cấp bách, thường xuyên liên tục.

Tuy nhiên, thực tiễn bình đẳng giới ở Việt Nam cũng như nhiều quốc gia trên thế giới còn là vấn đề cần phải nỗ lực. Vì những định kiến giới tồn tại quá lâu trong xã hội, tạo những lối mòn, thói quen trong nhận thức, thái độ và hành vi ứng xử mà ngay cả các cá nhân cũng khó nhận ra. Định kiến giới và tư tưởng trọng nam khinh nữ vẫn còn tồn tại khá phổ biến ở trong gia đình và một bộ phận dân cư trong xã hội. Trên thực tế, thời gian làm việc của phụ nữ trong gia đình thường dài hơn nam giới, nam giới vẫn được coi là trụ cột gia đình, có quyền quyết định các vấn đề lớn và là người đại diện ngoài cộng đồng. Còn các công việc nội trợ, chăm sóc các thành viên trong gia đình thường được coi là “thiên chức” của phụ nữ.

Muốn từng bước xóa bỏ định kiến giới thì đòi hỏi phải tiến hành các giải

pháp đồng bộ, có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan báo chí và các ban, ngành đoàn thể để huy động nguồn lực của toàn xã hội. Nếu chỉ tiến hành những giải pháp riêng lẻ thì khó có thể đạt được hiệu quả trong công tác đấu tranh bình đẳng giới.

Đặc biệt, để hiện thực hoá việc bình đẳng giới trong đời sống thì không thể thiếu mặt trận tư tưởng, đó là công tác truyền thông. Rất cần thiết phải khẳng định và phát huy vai trò của báo chí đối với vấn đề bất bình đẳng giới, coi đó là một trong những nhiệm vụ hết sức quan trọng, giúp cho mỗi cá nhân, gia đình, cộng đồng xã hội nâng cao nhận thức và thay đổi được hành vi đối với các vấn đề bất bình đẳng giới, định kiến giới. Vấn đề đặt ra đối với yêu cầu thông tin giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới, cần phải không mang định kiến giới, không tạo ra định kiến giới; loại bỏ mọi sự phân biệt về giới.

Thông qua việc tìm hiểu thông tin, tư liệu có liên quan, luận văn đã đưa ra những luận cứ chứng minh qua đó cho thấy vai trò đặc biệt quan trọng của báo chí trong việc xóa bỏ định kiến đối với nữ giới ở Việt Nam. Báo chí đã cố gắng, tích cực tuyên truyền vấn đề bình đẳng giới để giảm thiểu tình trạng định kiến đối với nữ giới trong xã hội. Tuy nhiên, số lượng bài thể hiện nội dung như vậy vẫn chưa có nhiều. Nguyên nhân đã được chỉ ra rất rõ trong luận văn, có thể là do: bản thân những người viết bài chưa có sự am hiểu đúng về vấn đề bình đẳng giới, những định kiến đã tồn tại sâu trong mỗi con người...

Hiện tại vẫn còn xuất hiện những bài viết mang định kiến giới được đăng tải trên các báo điện tử. Nội dung mang định kiến cũng hết sức đa dạng, không giống nhau. Thậm chí cả những chuyên mục chuyên viết về giới và đề cao vai trò của người phụ nữ vẫn còn xuất hiện những bài viết mang định kiến đối với nữ giới, mặc dù không nhiều. Thực trạng này nếu còn tiếp diễn thì sẽ gây ảnh hưởng tới công chúng, vô tình tạo ra sự bất bình đẳng giới trong xã hội.

Nguyên nhân là do một số báo điện tử thiếu đi sự nhạy cảm, không hiểu hết bản chất của vấn đề bình đẳng giới nên thường xuyên đăng tải các tác phẩm báo chí mang định kiến đối với nữ giới, lạm dụng hình ảnh người phụ nữ vì mục đích “câu view”, vô tình mặc định, áp đặt những vai trò, trách nhiệm lên nữ giới. Điều này đi ngược lại với những nỗ lực đấu tranh đòi bình đẳng giới hiện tại. Chính những định kiến về nữ giới được truyền đi thông qua truyền thông như vậy sẽ ảnh hưởng không tốt, gây thêm bất bình đẳng giới trong xã hội.

Bằng những phân tích, lập luận trên cơ sở lý luận, thực tiễn, nhất là đánh giá, nêu bật thực trạng định kiến đối với nữ giới trên báo điện tử, luận văn đã đưa ra những giải pháp nhằm xóa bỏ định kiến đối với nữ giới.

Cho tới khi các sản phẩm truyền thông, mà cụ thể hơn là các bài báo được đăng tải không còn định kiến giới thì công tác tuyên truyền bình đẳng giới mới thực sự tạo sự thay đổi bền vững.

Nói tóm lại, trong khuôn khổ nghiên cứu, luận văn và đạt được những kết quả sau:

Một là, kế thừa những thành quả nghiên cứu của các công trình nghiên cứu trước đây, xác định cơ sở lý luận và pháp lý liên quan đến vấn đề định kiến giới cũng như vai trò của báo chí đối với vấn đề này.

Hai là, dựa trên tình hình thực tế khảo sát trên 03 báo điện tử là Phunuvietnam.vn, Giadinh.net.vn và Tienphong.vn (năm 2018), luận văn đã mô tả phần nào thực trạng định kiến về nữ giới trên báo điện tử Việt Nam hiện nay. Trong đó chủ yếu chỉ ra những dạng định kiến đối với nữ giới trên báo điện tử và hình thức chuyên tải.

Ba là, đề xuất một số giải pháp góp phần cải thiện định kiến về nữ giới trên báo điện tử Việt Nam hiện nay. Luận văn đã đưa ra những giải pháp chung, giải pháp đối với từng nhóm đối tượng cụ thể.

Hy vọng những nội dung mà luận văn đề cập có ý nghĩa tham khảo, góp phần cải thiện và nâng cao chất lượng thông tin, hiệu quả trong tổ chức của các báo điện tử trong giai đoạn hiện nay. Từ đó, sẽ giúp cho báo chí nước ta phát huy mạnh mẽ hơn nữa vai trò, trách nhiệm của mình trong việc thực hiện công bằng, tiến bộ xã hội và thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội ở nước ta ngày càng bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Vũ Hồng Anh (2010), *Báo cáo hiện trạng bất bình đẳng giới trong cộng đồng người dân tộc thiểu số*.
2. Ban Bí thư Trung ương Đảng (1967), *Nghị quyết số 152-NQ/TW*.
3. Ban Bí thư Trung ương Đảng (1984), *Chỉ thị số 44-CT/TW*.
4. Ban Bí thư Trung ương Đảng (1994), *Chỉ thị số 37-CT/TW về một số vấn đề công tác cán bộ nữ trong tình hình mới*.
5. Bộ Chính trị (1993), *Nghị quyết số 04-NQ/TW*.
6. Bộ Chính trị (2007), *Nghị quyết số 11-NQ/TU về công tác phụ nữ thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước*.
7. Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội (2019), *Dự án Bộ luật Lao động (sửa đổi)*.
8. Bộ Thông tin và Truyền thông (2014), *Tài liệu bộ chỉ số giới trong truyền thông*.
9. Bộ Tư pháp (2014), *Thông tư số 11/2014/TT-BTP quy định về bảo đảm bình đẳng giới trong trợ giúp pháp lý*.
10. Bộ Tư pháp (2014), *Thông tư số 17/2014/TT-BTP quy định về lồng ghép vấn đề bình đẳng giới trong xây dựng văn bản quy phạm pháp luật*.
11. Chính Phủ (2009), *Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2015-2020*.
12. Trần Minh Đức (2009), “*Định kiến và áp lực xã hội đối với nữ tri thức*”, Tạp chí Tri thức trẻ.
13. Nguyễn Thị Trường Giang (2011), *Báo mạng điện tử những điều cơ bản*, NXB Chính trị hành chính, Hà Nội.
14. Nguyễn Thị Khánh Hà, *Luận văn thạc sĩ “Báo chí tuyên truyền về bình đẳng giới ở nước ta hiện nay”*.
15. Nguyễn Thị Hoa (2007), *Luận văn thạc sĩ “Bạo hành đối với phụ nữ trên báo chí hiện nay”*.
16. Xuân Huy, Đồng Công Hữu (2007), *Từ điển Tiếng Việt*, NXB Trẻ

17. Ủy Thị Thu Huyền (, Luận văn thạc sĩ: *“Tuyên truyền về bình đẳng giới trong chuyên mục Phụ nữ với cuộc sống trên sóng Đài truyền hình Việt Nam”*.
18. Phạm Thị Diệu Hương (2017), *Luận văn thạc sĩ: “Vấn đề bình đẳng giới ở Việt Nam trên báo điện tử”*.
19. Võ Kim Hương, Hà Thị Minh Khương (2009), *Bài viết “Hình ảnh phụ nữ trên truyền hình”*, Tr 1-19, Tạp chí Nghiên cứu Gia đình và Giới số 3.
20. Hoàng Thị Hương (2003) , *bài viết “Vấn đề bình đẳng giới”*, Khoa Luật Đại học Quốc gia Hà Nội.
21. Đào Hồng Lê (2009), *Bài viết “Hình ảnh người phụ nữ trên truyền thông qua một số nghiên cứu”*, Tạp chí Nghiên cứu Gia đình và Giới.
22. Luật báo chí sửa đổi năm (2016).
23. Luật Bình đẳng giới (2006).
24. Trần Thị Yên Minh (2015), *Bài viết “Định kiến giới trên báo chí Việt Nam (khảo sát một số tờ báo in quý I năm 2014)*, Tạp chí Phát triển Kinh tế xã hội Đà Nẵng.
25. Nguyễn Thị Tuyết Minh (2011), *Nghiên cứu về “Định kiến giới trong các sản phẩm truyền thông trên các phương tiện truyền thông đại chúng hiện nay”*.
26. Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX của Đảng.
27. Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng.
28. OXFARM, *Báo cáo nghiên cứu “Báo chí và định kiến đối với lãnh đạo nữ”*.
29. OXFARM-CSAGA (2010), *Xóa bỏ định kiến giới khi nhìn nhận các ngôi sao trong làng giải trí*.
30. OXFARM-CSAGA (2011), *Hạnh phúc gia đình và góc nhìn giới về tình yêu - hôn nhân*
31. OXFARM-CSAGA (2011), *Nhạy cảm giới trong ngôn ngữ báo in*.
32. OXFARM, CSAGA (2011), *Sách “Truyền thông có nhạy cảm giới – Một số gợi ý dành cho phóng viên và người làm báo”*.

33. Hoàng Bá Thịnh (2014), *Giáo trình xã hội học về giới*, NXB ĐH Quốc Gia, Hà Nội.
34. Từ điển bách khoa toàn thư Việt Nam:
<http://bachkhoatoanthu.vass.gov.vn/Pages/trangchu.aspx>
35. Thủ tướng Chính Phủ (2015), *Quyết định số 1696/QĐ-TTG về việc phê duyệt chương trình hành động quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2016-2020*.
36. Phạm Hương Trà (2016), “*Báo điện tử: Hiệu quả truyền thông về bạo lực gia đình*”, NXB Lao động - Xã hội.
37. UBQG vì sự tiến bộ của Phụ nữ Việt Nam, UNDP (1998), *Tài liệu Tập huấn giảng viên về phân tích và lập kế hoạch dưới góc độ giới*.
38. UBQG vì sự tiến bộ của phụ nữ Việt Nam (2005), “*Hướng dẫn lồng ghép giới trong hoạch định và thực thi chính sách*”.
39. Viện nghiên cứu về xã hội, kinh tế và môi trường (iSSE) và khoa Xã hội học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền (2013), *Báo cáo nghiên cứu “Bình đẳng giới trong các quảng cáo tuyển dụng trên báo in”*.