



BÀO CHÍ VÀ ĐỊNH KIẾN GIỚI ĐỐI VỚI LÃNH ĐẠO NỮ

TÓM TẮT BÁO CÁO



OXFAM

CÁC THÔNG ĐIỆP CHÍNH

Định kiến đối với phụ nữ trong vai trò lãnh đạo phổ biến trong nội dung tin tức báo chí từ báo điện tử đến báo giấy, truyền hình và phát thanh. Hình ảnh nữ lãnh đạo trên báo chí nói chung được gắn với các lĩnh vực và vấn đề vốn chỉ được coi là dành cho “phái yếu” như giáo dục, y tế hay văn hoá v.v.

Các nhà báo nhận thức rõ về sự cần thiết nâng cao vai trò của phụ nữ trong xã hội và quá trình phát triển đất nước. Tuy nhiên, khoảng cách giữa quan điểm ủng hộ bình đẳng giới và hoạt động thực tế còn lớn.

Thái độ và nhận thức của các nhà báo về năng lực, phẩm chất lãnh đạo của phụ nữ còn nhiều thiên lệch. Sự thiên lệch này ảnh hưởng đến các hoạt động tác nghiệp của nhà báo và nội dung báo chí.

Trong các yếu tố ảnh hưởng đến vai trò “gác cổng” (gatekeeping) tin tức của nhà báo khi đưa tin về lãnh đạo nữ, môi trường gia đình và thị hiếu độc giả có tác động lớn.

GIỚI THIỆU

Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu trong việc hạn chế bất bình đẳng giới. Cụ thể, từ khi bắt đầu đổi mới, số nữ đại biểu được bầu vào trong các cơ quan dân cử như Quốc hội, Hội đồng nhân dân (HĐND) tăng đáng kể. Tuy nhiên, so với cơ cấu dân số theo giới thì số nữ lãnh đạo trong khu vực này vẫn rất khiêm tốn.

Các nghiên cứu và báo cáo thực hiện ở nhiều nơi trên thế giới cho thấy tăng vai trò lãnh đạo của nữ trong các vị trí ra quyết định trong xã hội mang lại những lợi ích đáng kể như đẩy nhanh quá trình phát triển kinh tế, đảm bảo sự công bằng, hướng đến sự văn minh ổn định xã hội v.v.

Tại Việt Nam, Chính phủ và Quốc hội đã có những cam kết mạnh mẽ đối với việc nâng cao vai trò của nữ giới trong các vị trí lãnh đạo. Điều này đặt ra câu hỏi: Tại sao lượng đại biểu nữ thắng cử vẫn thấp?

Kết quả từ một nghiên cứu gần đây của Oxfam tiến hành tại 3 tỉnh thuộc ba miền Bắc, Trung, Nam cho thấy, người dân có định kiến đối với các ứng viên nữ cho các vị trí lãnh đạo. Cử tri tin phụ nữ có đủ khả năng, phẩm chất làm lãnh đạo, nhưng lại cho rằng một nữ lãnh đạo tốt trước tiên cần hoàn thành tốt vai trò làm mẹ, làm vợ. Họ lý giải về thái độ và nhận thức của mình dựa trên báo chí và truyền thông.

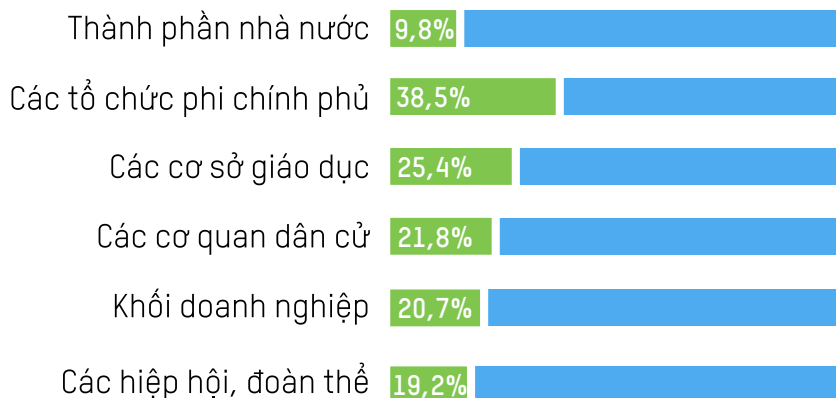
Mục tiêu của nghiên cứu này là (1) xem xét hình ảnh nữ lãnh đạo trong nội dung tin tức, (2) đánh giá thái độ, nhận thức, hoạt động tác nghiệp của các nhà báo đối với lãnh đạo nữ. Qua đó chúng tôi mong muốn (3) tìm hiểu yếu tố ảnh hưởng đến quá trình sản xuất tin tức, và (4) đưa ra các khuyến nghị về việc làm thế nào để nâng cao nhận thức, thay đổi thái độ, phương thức tác nghiệp của các nhà báo, nhằm tạo ra thay đổi các nội dung tin tức theo hướng tích cực trong việc đưa tin về lãnh đạo nữ.

ĐỊNH KIẾN TRONG NỘI DUNG TIN TỨC ĐỐI VỚI LÃNH ĐẠO NỮ

Trong số nhân vật nguồn tin được sử dụng, nữ lãnh đạo chiếm một tỷ lệ rất thấp. Nữ lãnh đạo thường được phỏng vấn, dẫn nguồn đối với chủ đề vốn được coi là dành cho phái nữ.

Nhóm nghiên cứu phân tích số lượng bài báo và bản tin trong 3 tuần, với 2 tuần của tháng 9 và 1 tuần tháng 10, từ các ấn phẩm: VTV1, VOV1, Tuổi Trẻ, Thanh Niên, VietNamNet, Dân Trí, và VnExpress. Chúng tôi chọn được tổng cộng 2.168 bài báo và bản tin và 3.429 nhân vật, nguồn tin là lãnh đạo.

Theo kết quả phân tích, lãnh đạo là nam giới chiếm đa số những người được phỏng vấn, đưa tin hay trích dẫn với 85,7%. Trong khi đó tỷ lệ lãnh đạo nữ là 14,3%. Trong tổng số 3.429 lãnh đạo xuất hiện trên tin tức, thành phần nhà nước chiếm đa số (62,7%). Tuy nhiên, đây cũng là thành phần có tỷ lệ nữ lãnh đạo thấp nhất (9,8%). Các khu vực khác đều có tỷ lệ nữ lãnh đạo xuất hiện cao hơn:



Mặc dù tần suất xuất hiện trên mặt báo ít, nhưng nữ lãnh đạo thường xuất hiện để trả lời những câu hỏi về các vấn đề vốn được coi là dành cho phái nữ như: y tế, giáo dục, trẻ em, gia đình, dịch vụ xã hội, nghèo đói, dân sự, nhân đạo hay dân tộc thiểu số. Lãnh đạo nam giới, mặc dù có tần suất xuất hiện “áp đảo” trên báo chí trong tất cả mọi lĩnh vực, kể

cả nữ quyền, được phỏng vấn nhiều hơn về những vấn đề được coi là “nam tính” như kinh tế vĩ mô, ngân sách, quan hệ đối ngoại, sự kiện quốc tế, an ninh, khoa học v.v. (những vấn đề thường được coi trọng trong hệ thống quản trị nhà nước).

Nữ lãnh đạo xuất hiện nhiều hơn với thông tin về gia đình và hình thức bên ngoài.

Kết quả phân tích cho thấy có khác biệt lớn trong hình ảnh của các nhân vật thuộc hai giới. Đáng chú ý là trong khi số lãnh đạo nữ được phỏng vấn, đưa tin chiếm một tỷ lệ rất nhỏ, hình ảnh của họ được miêu tả cùng thông tin về cuộc

sống gia đình hay hình thức bên ngoài xuất hiện nhiều hơn so với nam lãnh đạo. Từ kết quả trên có thể thấy có **hai “kịch bản”**:

Một là nếu truyền thông **phản ánh đúng** thực tế xã hội thì “bất bình đẳng” về vai trò lãnh đạo giữa hai giới là rất rõ ràng. Trong đó, khu vực nhà nước có nhiều “vùng tối” nhất với tỷ lệ lãnh đạo nữ thấp nhất.

Hai là nếu truyền thông **không phản ánh đúng** thực tế xã hội (Nghĩa là thực tế “tốt” hơn những gì truyền thông phản ánh), thì bức tranh về lãnh đạo nữ được giới thiệu đến công chúng là một bức tranh rất âm ảm nhìn từ phương diện bình đẳng giới.

NHẬN THỨC, THÁI ĐỘ, TÁC NGHIỆP CỦA NHÀ BÁO KHI ĐƯA TIN VỀ NAM, NỮ LÃNH ĐẠO

1) Việt Nam cần tiếp tục cải thiện vấn đề bình đẳng giới, nhưng nam giới có nhiều phẩm chất làm lãnh đạo hơn nữ giới.

Phần lớn nhà báo (53,7%) đều cho rằng phụ nữ vẫn phải chịu sự phân biệt ở “mức độ tương đối.” Đồng thời có 72% các nhà báo tham gia khảo sát cho rằng Việt Nam cần nỗ lực nhiều hơn nữa nhằm tạo ra những thay đổi để phụ nữ có thể có được các cơ hội tương đương như nam giới trong công việc.

2) Nam giới có những phẩm chất vốn được coi là gắn liền với vai trò lãnh đạo hơn nữ.

Nhìn chung các nhà báo đánh giá cao **lãnh đạo nam** với đặc tính vốn được coi là gắn liền với vai trò lãnh đạo (agentic) như **tự tin, có năng lực, quyết đoán, cạnh tranh** và **mạnh mẽ**. **Lãnh đạo nữ** được đánh giá cao hơn ở những đặc tính được coi là ít gắn với khả năng lãnh đạo (communal) như **thân thiện, khéo léo, nhẹ nhàng, thông cảm** và **chú đáo**.

3) Khi đưa tin về lãnh đạo nữ, thông tin về vai trò chăm sóc gia đình, con cái, hình thức bên ngoài quan trọng hơn đối với lãnh đạo nam giới.

Kết quả khảo sát cho thấy các nhà báo cho rằng đưa thông tin về giáo dục, khả năng lãnh đạo, hay kinh nghiệm công việc đều quan trọng đối với cả lãnh đạo nữ giới và lãnh đạo nam giới. Tuy nhiên, những thông tin về gia đình, con cái hay hình thức bên ngoài quan trọng hơn đối với những nhân vật là lãnh đạo nữ giới so với lãnh đạo nam giới.

4) Định kiến trong cách nhà báo “phân chia” lĩnh vực theo giới cho nguồn tin lãnh đạo.

Nhìn chung các nhà báo cho rằng **lãnh đạo nam** là nguồn tin tốt hơn lãnh đạo nữ giới trong các lĩnh vực **kinh tế kinh doanh, quân đội quốc phòng, khoa học, thể thao** hay **chính trị**. Có 3 lĩnh vực trong đó **nữ lãnh đạo** là nguồn tin tốt hơn. Đó là **giáo dục, y tế** và **gia đình/trẻ em**.

Định kiến giới thể hiện trong thái độ của các nhà báo đối với nguồn tin. Nhìn chung các nhà báo cho rằng nguồn tin là lãnh đạo, **nam** được đánh giá là **thông minh hơn, quyết đoán hơn, có kiến thức hơn, tổ chức công việc hiệu quả hơn**, và **có quyền lực hơn** nguồn tin nữ giới. Nguồn tin **nữ** được cho là **trung thực hơn** và **dễ tiếp cận hơn**.

YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC ĐƯA TIN VỀ NỮ LÃNH ĐẠO

Môi trường sống, nhận thức và mong muốn thu hút độc giả là những yếu tố ảnh hưởng nhiều nhất đến định kiến giới đối với lãnh đạo nữ.

Môi trường gia đình của nhà báo ảnh hưởng đến nhận thức về giới và định kiến giới đối với nguồn tin của các nhà báo. Ví dụ, những nhà báo sống trong gia đình có sự “phân công” công việc theo vai trò giới “truyền thống” (*phụ nữ chăm sóc gia đình, nam giới kiếm tiền, sự nghiệp của nam giới được*

coi trọng hơn nữ giới, và phụ nữ làm việc nhà) thì quan niệm của họ về nữ lãnh đạo có định kiến giới rõ rệt hơn.

Yếu tố ảnh hưởng lớn tiếp theo đến việc “gác cổng” của các nhà báo đối với vấn đề đưa tin viết bài về lãnh đạo nữ là **độc giả** hay **khán thính giả** đối với truyền hình và phát thanh. Các nhà báo cho biết họ lựa chọn các chi tiết có định kiến giới khi đưa tin về lãnh đạo nữ vì họ muốn thu hút thêm lượng người đọc.



Photo: Đỗ Mạnh Cường

KHUYẾN NGHỊ

Dựa trên kết quả nghiên cứu cũng như việc tổng hợp thông tin từ nghiên cứu trong cùng lĩnh vực, chúng tôi có những khuyến nghị dưới đây:

1) THAY ĐỔI NHẬN THỨC, QUAN NIỆM TRUYỀN THÔNG VỀ PHẨM CHẤT, KỸ NĂNG CỦA NỮ LÃNH ĐẠO

- Thông qua các chương trình đào tạo, tập huấn, **cung cấp kiến thức cho các nhà báo**. Các chương trình này cần đủ dài để các nhà báo có thể thu nạp và hiểu tường 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, sản xuất tin tức báo chí để có thể xây dựng được các hoạt động, nội dung đào tạo phù hợp.
- Xây dựng các chương trình đào tạo phù hợp hướng đến **sự thay đổi trong suy nghĩ, nếp sống** của cá nhân nhà báo. Chúng tôi khuyến nghị bên cạnh việc cung cấp các kiến thức bình đẳng giới trong môi trường công việc của các nhà báo, các khoá tập huấn cần nhắm đến việc thay đổi về nhìn nhận, hành xử, phân chia vai trò giới từ trong gia đình của các nhà báo.
- Đưa nội dung về xoá bỏ định kiến giới đối với nữ lãnh đạo vào trong **chương trình giảng dạy báo chí**. Chúng tôi khuyến nghị nên xây dựng chủ đề giới và báo chí thành một đề án môn học riêng cho sinh viên báo chí. Hoạt động này có thể chưa tạo ra những biến chuyển ngay lập tức trong nội dung tin tức báo chí, nhưng lại có thể giúp xây dựng những nền tảng nhận thức lâu dài cho các nhà báo.
- Tổ chức/phối hợp với các **chương trình nâng cao năng lực, kỹ năng** cho nam nữ phóng viên, biên tập viên để giúp họ tăng cường khả năng nghề nghiệp. Trong đó, lồng ghép các nội dung về giới và nữ lãnh đạo vào chương trình.

2) THAY ĐỔI QUY ĐỊNH, HƯỚNG DẪN TRONG QUÁ TRÌNH TÁC NGHIỆP

- Lồng ghép các quy định, hướng dẫn về định kiến giới trong **cẩm nang nghề báo, bộ quy tắc tác nghiệp** của các toà 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.
- Tiếp tục **xây dựng các “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 toà soạn, cơ quan báo, đài.

3) TĂNG CƯỜNG GIÁM SÁT NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

- Nâng cao năng lực cho **các tổ chức xã hội hoạt động trong lĩnh vực quyền phụ nữ**. 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 xoá bỏ các định kiến giới. Sự thành công của các tổ chức hoạt động vì quyền trẻ em ở Việt Nam cũng như các tổ chức về quyền phụ nữ ở nhiều nước khác cho thấy: các nội dung truyền thông có định kiến đối với phụ nữ lãnh đạo có thể được cải thiện thông qua giám sát và đối thoại kịp thời với các cơ quan báo chí và các nhà báo.
- Mặt khác, đối với trường hợp Việt Nam, hiện không ít những tiêu chuẩn kép có khả năng củng cố hoặc tạo ra các định kiến giới lại được vận động tuyên truyền bởi chính các cơ quan tổ chức hoạt động vì quyền phụ nữ. Bởi 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.



Photo: Tineke D'haese/Oxfam

 04 3945 4448

 www.oxfamblogs.org/vietnam

 facebook.com/oxfaminvietnam

© Oxfam tại Việt Nam, Tháng 12/2016

Mặc dù ấn phẩm này thuộc bản quyền của tổ chức Oxfam tại Việt Nam nhưng có thể được sử dụng miễn phí cho các hoạt động vận động chính sách và chiến dịch cũng như trong lĩnh vực giáo dục và nghiên cứu với điều kiện phải trích dẫn nguồn một cách đầy đủ. Đề nghị thông báo với chúng tôi bất cứ hình thức sử dụng nào để chúng tôi đánh giá tác động của báo cáo. Trong bất cứ trường hợp sao chép hay sử dụng cho các ấn phẩm khác cũng như dịch sang ngôn ngữ khác hay chỉnh sửa cần có sự đồng ý của tổ chức Oxfam tại Việt Nam.

Ảnh bìa: Lê Thanh Hòa