

CẬP NHẬT MỘT SỐ THÔNG TIN LIÊN QUAN ĐẾN GIỚI DÀNH CHO CÁC NHÀ BÁO

ĐÔI LỜI VỚI CÁC NHÀ BÁO

Các cuộc họp hành, hội thảo về giới, lồng ghép giới, xây dựng chương trình, chiến lược liên quan đến giới dường như đang nhiều chi chít. Đã có thành viên tham dự một trong những hội thảo này phát biểu rằng, không phải cái gì cũng nói đến giới, ưu tiên phụ nữ thế là quá nhiều. Cũng có đại diện của một tờ báo cho rằng, CSAGA với Oxfam Anh cứ việc nhặt sạn đi, ngày mai, tuần sau, ông sẽ tiếp tục cho lên báo nhiều hạt sạn hơn thế nữa đấy, đã làm gì nhau tốt?

Có một quan điểm được nói rất nhiều trong các cuộc thảo luận về báo chí và nhạy cảm giới, đó là báo chí còn quá nhiều nhiệm vụ, nhiều vấn đề nóng bỏng phải quan tâm, giới chưa phải là chuyện cháy nhà chết người, đâu cần đầu tư công sức cho nó. Một số nhà báo cũng cho rằng, để tồn tại, các bài báo cần có tí giật gân câu khách, việc đánh vào thị hiếu khách hàng nếu có mâu thuẫn với những yêu cầu khác, cũng vẫn sẽ được ưu tiên....

Chúng tôi hiểu những áp lực với người làm báo. Áp lực về thời gian trong việc đưa tin bài đúng kỳ hạn, áp lực với việc quá nhiều thông tin cần chuyển tải, áp lực với những vụ việc nóng bỏng, vấn đề khẩn cấp... Chúng tôi cũng thấu hiểu, nhiệm vụ và kỳ vọng của chúng ta nhiều khi mâu thuẫn lẫn nhau. Nhưng khi các bạn đã chọn cho mình nghề nhiều vinh quang và quyền lực là nghề báo, thì áp lực là một "tác dụng phụ" đi kèm, không thể khác. Các bạn cũng đã chọn cho mình nghề mà bản thân nó tác động quá lớn đến hành vi, quan điểm, văn hóa, đạo đức và trăm ngàn thứ khác như vai trò thúc đẩy tiến bộ xã hội, tiên phong trong việc thách thức lại các định kiến xã hội... Vai trò lớn như thế, thì việc hoàn thiện, cập nhật tri thức cho bản thân là điều đương nhiên.

Chúng tôi muốn nhắc lại rằng, với tư cách là nhóm cán bộ có chuyên môn về giới, chúng tôi chỉ làm vai trò như những thư ký hỗ trợ cho các nhà báo để các bạn dễ dàng có được thông tin về nội dung này. Tuy nhiên, luật bình đẳng giới đang chuẩn bị phát huy vai trò của nó, đặc biệt trong lĩnh vực truyền thông. Những hỗ trợ của chúng tôi còn phần nào giúp các nhà báo, các tòa soạn không vi phạm luật.

Một trong những dự án lớn của chính phủ trong chương trình quốc gia về bình đẳng giới đang trong quá trình soạn thảo là **truyền thông** về bình đẳng giới. Mọi ý kiến từ các bộ ngành, các địa phương đều cho thấy truyền thông tại Việt Nam có tác động mạnh mẽ đến việc gìn giữ những định kiến, những khuôn mẫu với hầu hết các thành viên trong xã hội. Trong dự thảo chiến lược quốc gia về bình đẳng giới của chính phủ cũng đã đưa ra chỉ tiêu đến 2015, 100% các sản phẩm truyền thông trên các báo, đài trung ương không còn định kiến giới. Các cơ quan giám sát độc lập cũng đang chuẩn bị triển khai các chương trình giám sát việc thực hiện luật bình đẳng giới tại các cơ quan truyền thông.

Trong một bối cảnh như vậy, bản tin nhặt sạn giới của CSAGA và Oxfam Anh chắc chắn vẫn còn phải làm công việc của mình.

Chúng tôi luôn chờ đợi những phản hồi từ các bạn, những người đem lại nguồn cảm hứng và đồng hành cùng bản tin này.

Trân trọng

Nhóm cán bộ Oxfam Anh – CSAGA.

* NGÀY Càng NHIỀU NHÀ BÁO QUAN TÂM ĐẾN GIỚI, BÌNH ĐẲNG GIỚI

Do tính chất công việc của tổ chức, chúng tôi có cơ hội được làm việc với nhiều nhà báo. Và trong quá trình ấy, chúng tôi nhận ra rằng, có không ít các phóng viên rất hứng thú, tâm huyết với các chủ đề liên quan đến giới. Và sản phẩm của các bạn chính là những bài báo rất thu hút độc giả và góp phần không nhỏ cho công bằng và tiến bộ xã hội.

Trong bản tin lần này, chúng tôi muốn nhắc đến các bạn, như những bằng chứng xác đáng rằng, việc quan tâm đến chủ đề giới không hề loại trừ hay hạn chế yêu cầu thu hút độc giả. Và các bạn cũng là một bằng chứng cho thấy, không phải việc tham gia các khóa học về giới là không thể thu xếp do thời gian và áp lực công việc của nghề.

Nhóm phóng viên đầu tiên mà chúng tôi muốn nhắc tới là nhóm phóng viên truyền hình của chương trình **Người xây tổ ấm - Đài truyền hình Việt Nam**. Với tính chất chuyên đề của chương trình, các bạn có thể thông thả hơn, có thể tìm những đề tài ít hóc búa hơn trong các vấn đề gia đình. Nhưng các bạn đã sẵn sàng, với hệ thống máy móc công kênh và nặng nhọc, theo chân những cán bộ xã hội đến tận nhà các nạn nhân bị bạo lực gia đình. Những vùng đất xa xôi, những con đường gập ghềnh và những khó khăn trong việc vận động các nhân chứng phát biểu trước máy quay đã không làm chùn chân các bạn. Và ở những vùng xa xôi ấy, bữa cơm trưa đạm bạc bằng tiền túi đóng góp tình nguyện của nhóm đã làm cho chúng tôi vô cùng cảm động. Chương trình **Một phiên tòa** phát ngày **20/01/2009** do Kim Ngân đạo diễn, biên tập và đích thân chỉ đạo tại hiện trường không chỉ đã cứu một gia đình oan trái, mà nó còn làm thay đổi quan niệm của xã hội về bạo lực gia đình, làm giạt mình bao ông thẩm phán, quan tòa khi xử những vụ án liên quan đến bạo lực gia

đình. Chương trình đã làm rơi biết bao giọt nước mắt xót thương và căm phẫn của người xem. Chắc chắn nó không phải là một chương trình cứng nhắc mặc dù nó là vấn đề giới. Nhắc đến một trong hàng trăm chương trình liên quan đến giới khác mà các bạn đã thực hiện, chúng tôi chỉ muốn nói rằng, những cố gắng ấy được xã hội ghi nhận và chúng tôi luôn dõi theo các bạn. Chúng tôi cũng muốn nói thêm rằng, các bạn đã thật sự khôn ngoan và cầu tiến khi tham gia đều đặn các khóa tập huấn về giới. Việc đó chắc chắn đã góp một phần, dù nhỏ cho những sản phẩm chất lượng như vậy.

Nhóm phóng viên thứ 2 mà chúng tôi có điều kiện làm việc cùng trong thời gian dài là nhóm phóng viên của chương trình **Diễn đàn các vấn đề xã hội** và chương trình **Phụ nữ - Đài Tiếng nói Việt Nam**. Chúng ta đã đi từ một xuất phát hầu như chưa quan tâm gì về giới. Chúng tôi tin rằng, quá trình làm 62 chương trình phát thanh tư vấn trực tiếp đã thay đổi quan niệm của chúng ta về giới và việc đưa giới vào các sản phẩm truyền thông. Giới đâu phải là một vấn đề lý thuyết trừu tượng, xa lạ mà nó liên quan đến số phận của những con người cụ thể. Một người chồng nhân danh ông chủ gia đình hành hạ vợ con vì nghĩ rằng, mình có cái quyền ấy trong nhà. Đó là vấn đề giới. Tiếng nói của Đài trong mấy chục năm qua vẫn là định hướng tư tưởng, nhận thức đối với người dân, đặc biệt là người dân ở những vùng thôn quê xa xôi, hẻo lánh. Việc xây dựng những chương trình tư vấn trực tiếp liên quan đến giới và bất bình đẳng giới của các bạn đã giúp bao người dân thay đổi quan điểm, thái độ sống trong chính ngôi nhà của họ. Chính các bạn cũng đã trực tiếp gặp gỡ, tiếp chuyện những người dân nghèo, chia sẻ với những câu chuyện cuộc đời buồn thảm, oan ức... Và quan trọng hơn cả là chương trình đã cung cấp cho người dân những thông tin cần thiết về giới để họ ý thức rõ hơn về quyền lợi, nghĩa vụ, trách nhiệm của mỗi cá nhân trong công cuộc thực hiện bình đẳng giới. Đây

Nghị định số 55/2009/NĐ-CP ngày 10/06/2009 do Chính phủ ban hành quy định xử phạt vi phạm hành chính về bình đẳng giới:

Điều 11:

4. Phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 20.000.000 đồng đối với một trong các hành vi sau đây:

a) Sáng tác, lưu hành, xuất bản hoặc cho phép xuất bản các tác phẩm có nội dung cổ vũ, tuyên truyền bất bình đẳng giới, định kiến giới dưới bất kỳ thể loại, hình thức nào;

b) Truyền bá tư tưởng, hủ tục, phong tục tập quán lạc hậu mang tính phân biệt đối xử về giới dưới mọi hình thức;

c) Thực hiện quảng cáo về các dịch vụ xã hội, thông báo, nhắn tin, rao vặt có nội dung cổ vũ, tuyên truyền bất bình đẳng giới, định kiến giới.

Nghị định số 48/2009/NĐ-CP của Chính phủ ngày 19 tháng 05 năm 2009, quy định về các biện pháp bảo đảm bình đẳng giới:

Điều 3. Yêu cầu đối với thông tin, giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới

1. Nội dung, hình thức thông tin, giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới phải bảo đảm các yêu cầu sau đây:

- a) Phù hợp với các nguyên tắc cơ bản về bình đẳng giới được quy định tại Điều 6 Luật Bình đẳng giới;**
- b) Định hướng, khuyến khích thực hiện bình đẳng giới trong các lĩnh vực của đời sống xã hội và gia đình;**
- c) Không mang định kiến giới, không tạo ra định kiến giới; loại bỏ mọi sự phân biệt đối xử về giới;**

cũng là nhóm phóng viên đã tham gia tích cực mọi hội thảo, chương trình liên quan đến giới cho dù các bạn luôn bận rộn.

Đó chỉ là ví dụ về 2 nhóm phóng viên mà chúng tôi có điều kiện tiếp xúc và cùng hoạt động. Còn rất nhiều các nhà báo từ các báo **Tiền Phong, Pháp luật Việt Nam, Phụ nữ Thủ đô, Lao động** và các chương trình khác của Đài truyền hình Việt Nam và Đài tiếng nói Việt Nam, những người hết lòng vì sự nghiệp bình đẳng giới mà chúng tôi không thể kể hết trong bản tin này. Các bạn đã không chỉ là những người viết tin bài về vấn đề giới mà đồng thời còn là những người phát hiện, báo tin, giúp đỡ những nạn nhân bạo lực giới. Các bạn đã là cầu nối cho biết bao trường hợp để nạn nhân có thể tìm sự trợ giúp của pháp luật, của các tổ chức xã hội khác. Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới còn đang trong quá trình phê duyệt. Chương trình mục tiêu quốc gia về bình đẳng giới đang trong giai đoạn soạn thảo và bàn luận. Nhưng các bạn đã là những người tiên phong trong lĩnh vực này, như chính bản chất cao quý và đặc biệt của nghề báo mà các bạn đang theo đuổi. Chúng tôi tin tưởng sâu sắc rằng, các chương trình, sản phẩm của những người tiên phong này, luôn thu hút công chúng, mà không bằng cách đưa tít giật gân hoặc nội dung câu khách.

*** NHIỀU BÀI BÁO, CHƯƠNG TRÌNH ĐÃ THỂ HIỆN TÍNH NHẠY CẢM GIỚI**

Một năm qua, có thể thấy không ít tờ báo đã thể hiện sự tiến bộ về nhạy cảm giới trong việc phản ánh các vấn đề của đời sống xã hội. Trước đây, trên một số tờ báo, hình ảnh người phụ nữ thường được khắc họa chủ yếu với vai trò làm vợ, làm mẹ, "tê gia nội trợ" phục vụ gia đình. Thậm chí, vai trò, vị thế của người phụ nữ được thể hiện hết sức mờ nhạt, phụ thuộc vào người đàn ông. Gần đây, điều này đã dần được thay đổi rõ

ràng. Ngày càng nhiều bài báo ca ngợi những tấm gương phụ nữ năng động, tự tin, thành đạt. Chẳng hạn, tờ **Nhân dân Cuối tuần (23/8/2009)**, có bài báo viết về một nữ vận động viên xuất sắc đã dành giải thưởng lớn trong nước và quốc tế. Bài báo này chiếm 1/3 mục thể thao cho thấy sự chú ý của ban biên tập đối với những nỗ lực của người phụ nữ. Báo **Lao động** ra ngày **21/8/2009** có đăng danh sách 100 phụ nữ quyền lực nhất thế giới theo bảng xếp hạng của Forbes. Trên trang bìa báo **Lao động Cuối tuần (8/2009)**, có hình của một thiếu nữ với tiêu đề **"Một cô gái thế hệ 9x năng động"**. Bức ảnh khổ lớn này (23.7x18.6cm, tờ báo có kích thước 31.5x28.7cm) viết về một ca sĩ - diễn viên nổi tiếng dành được nhiều giải thưởng qua các cuộc thi tài năng. Việc chú trọng giới thiệu những hình ảnh như vậy có thể khiến công chúng nói chung và phụ nữ nói riêng suy nghĩ tích cực hơn về các mục tiêu mới trong cuộc sống.

Đặc biệt trong bài viết **"Phụ nữ và ô tô"**, tạp chí **Đẹp (8/2009)**, thay vì sử dụng hình ảnh của những cô người mẫu đứng bên cạnh những chiếc xe ô-tô sang trọng để quảng bá bán hàng (như trước đây), bài báo đã viết về những nỗ lực của người phụ nữ để đạt được những vị thế đáng nể trọng trong xã hội. Điều này chứng tỏ bước đầu báo đã có những thay đổi tích cực trong cách nhìn nhận đối với những đóng góp của phụ nữ trong xã hội, khích lệ những người phụ nữ khác noi gương phấn đấu, vươn lên. Đồng thời bằng việc ca ngợi những nhân vật có thật như vậy, các bài báo góp phần quan trọng để xóa bỏ từng bước những định kiến tiêu cực về vai trò, vị thế của người phụ nữ.

Không chỉ góp phần thay đổi cách nhìn nhận về người phụ nữ mà nhiều tờ báo gần đây còn tích cực thúc đẩy bình đẳng giới bằng việc khắc họa hình ảnh người nam giới với những vai trò phi truyền thống.

Trên tạp chí **Đàn ông (8/2009)**, có bài **“Bố ơi hãy chơi với con”**; bên cạnh việc đưa hai bức ảnh minh họa cỡ lớn về người bố đang chơi đùa với các con, bài viết nhấn mạnh một thông điệp vô cùng quan trọng nhằm thay đổi nếp nghĩ mặc định vai trò giới:

“Chơi đùa với trẻ em là phần thưởng lớn nhất đối với các ông bố vì khi ở bên các con, lắng nghe tiếng cười và nhìn vào những đôi mắt lấp lánh, bạn (các ông bố) sẽ nhận thấy bạn là người hạnh phúc nhất trên đời.”

Những hình ảnh cùng nội dung thông tin như vậy có thể tác động tới suy nghĩ của người đọc về vai trò của nam giới trong gia đình và góp phần thay đổi những suy nghĩ truyền thống về các vai trò của giới, tạo nên những giá trị tích cực mới cho cả phụ nữ và nam giới.

Trên các chương trình phát thanh, truyền hình vấn đề nhạy cảm giới cũng đã được chú trọng hơn. Chẳng hạn trong chương trình **“Ai là triệu phú”**, sự công bằng giới đã được biểu hiện rõ khi 10 ứng viên được lựa chọn, có năm nam giới và năm phụ nữ; câu hỏi và luật chơi được đặt ra bình đẳng cho những người tham gia (nam cũng như nữ). Trong bối cảnh nếp nghĩ của đại đa số người dân Việt Nam còn thiên lệch rằng nam giới giỏi về khoa học tự nhiên còn phụ nữ giỏi về khoa học xã hội, chương trình được tổ chức như vậy sẽ tạo điều kiện cho cả hai giới thể hiện năng lực một cách công bằng. Mặt khác yếu tố giới được thể hiện trong chương trình còn góp phần tạo sự đa dạng, sinh động, hấp dẫn cho nội dung thông tin.

Tương tự, chương trình **“Thể thao 360°”**, vốn được coi là chương trình dành chủ yếu cho nam giới, gần đây cũng có những đổi mới: Cập dẫn chương trình luôn có một nam và một nữ phát thanh viên; thời gian dẫn, nội dung dẫn ngang bằng nhau; trang phục và tư thế nghiêm túc. Việc lạm dụng cơ thể vẻ đẹp của phụ nữ không xảy ra, kể cả những hình ảnh trong các mục quảng cáo xen giữa các phần của chương trình.

Đây chỉ là một số biểu hiện nhỏ thể hiện sự nhạy cảm giới của những người làm chương trình, song những tiến bộ bước đầu này góp phần quan trọng xóa bỏ những khuôn mẫu, định kiến giới gây bất lợi cho cả nam giới và phụ nữ.

Đơn cử một số ưu điểm của các bài báo và chương trình trên đây, chúng tôi muốn một lần nữa khẳng định cùng các nhà báo, và cũng là khẳng định với chính mình rằng việc tăng cường nhạy cảm giới trong các sản phẩm truyền thông không hề gây trở ngại cho quá trình tác nghiệp của phóng viên. Những sự kiện, vấn đề thời sự, nóng bỏng, bức xúc không hề vì yếu tố giới mà mờ chìm hoặc nhạt loãng thông tin. Công chúng của báo chí hôm nay

luôn cần được tiếp cận với chiều sâu của các sự thật, vì thế, góc nhìn giới sẽ hỗ trợ rất nhiều cho các nhà báo đáp ứng nhu cầu này.

“Tuy những bất lợi dai dẳng của phụ nữ phổ biến hơn nhiều so với những bất lợi của nam giới, nhưng các chuẩn mực, khuôn mẫu về giới lại có ảnh hưởng đến cả nam lẫn nữ, và chúng thường có tác động rất lớn đến phúc lợi của họ. Thí dụ, trong các nền kinh tế chuyển đổi ở Đông Âu, tuổi thọ bình quân của phụ nữ tăng lên so với nam giới trong những năm 1990 không chỉ là kết quả của việc tăng tuổi thọ của phụ nữ mà còn do tỉ lệ tử vong của nam giới tăng. Những sự gia tăng này phản ánh các sinh lý và xã hội, bao gồm cả những căng thẳng cao độ do công việc, tỉ lệ thất nghiệp tăng cao, nạn hút thuốc và uống rượu. Những hiện tượng này không chỉ tác động đến phúc lợi của nam giới mà còn đến gia đình họ và xã hội.”(Đưa vấn đề Giới vào phát triển, NXB Văn hóa hoá Thông tin, 2001, trang 35).

* SẠM GIỚI ĐÃ GIẢM ĐÁNG KỂ TRÊN CÁC BÁO TUẦN, BÁO NGÀY CỦA TRUNG ƯƠNG

Trước mặt chúng tôi là 48 tờ báo tuần, ngày, tạp san. Những lần nhật sạm trước, các tạp báo được đánh dấu những bài có định kiến giới bằng giấy màu chi chít. Lần này, 48 tờ báo, nhưng số giấy màu chúng tôi phải sử dụng đã giảm đi 2/3, chứng tỏ hầu hết các báo tuần, báo ngày của trung ương, và các bài chính luận, bài quan trọng của báo đã bớt đi nhiều sạm giới. Tín hiệu này đương nhiên là đáng mừng, mặc dù chúng tôi chưa dám kết luận điều gì chắc chắn. Nói như vậy không có nghĩa là nhóm nhật sạm giới thiếu tin tưởng vào những nỗ lực không ngừng của các nhà báo, mà thực sự chúng tôi muốn chúng ta cùng cố gắng nhiều hơn nữa để có những sản phẩm truyền thông tốt nhất.

Với những bài báo được quan sát lần này, cảm nhận của chúng tôi về sự giảm lỗi rõ nhất là ở các bài viết về chân dung người phụ nữ. Trên tờ **An ninh thế giới (số 992, ngày 11/9/2010)** có bài viết mang nhan đề **“Phan Ý Ly: tại sao phụ nữ hay buồn”**. Thông thường đối với những nội dung cần lí giải từ góc độ đặc trưng của giới như vậy, người viết thường rất dễ mắc lỗi củng cố những khuôn mẫu, định kiến về phụ nữ. Song đọc bài viết, chúng tôi cảm thấy yên tâm vì nhà báo đã không sa đà vào những suy luận cảm tính hoặc áp đặt những phẩm chất được mặc định cho phụ nữ như: yếu đuối,

đa cảm, cần che chở... Bài viết hướng người đọc tới một thông điệp tích cực rằng: trong cuộc sống, nỗi buồn có thể xảy ra với bất kì ai, quan trọng là chúng ta (phụ nữ cũng như đàn ông) phải vượt qua nỗi buồn một cách khỏe khoắn.

Tương tự ưu điểm của bài viết trên đây, báo **Lao động (số 34, từ 3-5/9/2010)** cũng có một bài viết về nữ nghệ sĩ xiếc Dương Thị Quyên. Theo nếp nghĩ của nhiều người trong xã hội (trước đây cũng như hiện nay), xiếc là một trong những nghề nguy hiểm, đặc biệt đối với nữ giới, nghề xiếc thường được coi là kẻ thù của nhan sắc và tuổi xuân. Bài phỏng vấn với một cái tit giản dị (không cần giật gân): **“Chỉ có tình yêu sâu đậm mới giữ được nghệ sĩ với xiếc”** đã tạo được những dấu ấn đặc biệt trong công chúng về một nữ nghệ sĩ trẻ. Điều đáng ghi nhận ở đây là bài viết đã khai thác một cách khéo léo những điều riêng tư nhạy cảm nhất của một thiếu nữ khi nguyện gắn đời mình vào nghiệp xiếc, đồng thời mở ra một góc nhìn mới mẻ về tiềm năng của người phụ nữ. Toàn bộ những thông tin sống động, chân thực về niềm đam mê và nghị lực vươn tới thành công của nữ nghệ sĩ xiếc đã tạo nên một hiệu ứng mạnh mẽ thách thức lại những định kiến giới.

Ngoài ra, một biểu hiện dễ nhận thấy nữa là các bức ảnh được chọn sử dụng trên các bài báo, tờ báo (đã nêu trên) có chiều hướng nhạy cảm giới hơn. Bạn đọc có lẽ không khó khăn để nhận ra rất nhiều bức ảnh chứa đựng những thông tin từ góc nhìn giới giúp cho bài báo trở nên sâu sắc hơn. Ví dụ: Ảnh **“Nghệ sĩ ưu tú Lan Hương cùng chồng – NS Đỗ Kỳ và các con”** (Bài **Tôi đang ở trên mảnh đất màu mỡ - An ninh thế giới giữa tháng, số 23 tháng 9/2010**), ảnh **“Học sinh trường Nguyễn Bình Khiêm (Quận 1, TP Hồ Chí Minh) tiếp tục được thử nghiệm...”** (Bài: **Đừng mãi “thí điểm” trên học trò – Thanh niên 14/9/2010**), ảnh **“Dương Thị Quyên và các bạn nhận giải HCV tại Tây Ban Nha”** (Bài **Đã dẫn – Lao động cuối tuần số 34/2010**).

Tuy nhiên, số lượng chưa thật phong phú, đa dạng các bức ảnh về người phụ nữ tự tin và thành đạt được đăng tải trên báo cũng là một vấn đề cần lưu tâm trong thời gian tới đây. Chúng tôi mong các tòa soạn cùng các phóng viên cùng chia sẻ điều này.

*** CÁC PHỤ SAN, CÁC BÀI BÁO, TỜ BÁO CÓ TÍNH GIẢI TRÍ, THƯƠNG MẠI CAO VẪN CÒN SẠN GIỚI**

Điểm qua một loạt báo mạng, báo giấy lần này, chúng tôi nhận thấy hầu hết các sạn về giới tập trung ở một số phụ san, báo giải trí, đặc biệt là các

“Trình độ học vấn của người mẹ càng cao thì thành tích trí tuệ của con càng lớn. Ở Mỹ, người mẹ cứ có thêm một năm đi học trước khi sinh thì bổ sung thêm 1,6 điểm trong kết quả tập đọc và làm toán, và thêm 2,1 điểm cho số điểm về vốn hiểu biết theo tranh của trẻ, cả hai đều có ý nghĩa thống kê. Việc người mẹ đi học trong khoảng thời gian ba năm đầu đời của trẻ sẽ cộng thêm lượt 1,7 điểm và 3,1 điểm vào việc thi các môn trên, tính trên mỗi năm đi học thêm (Rosenzweig và Wolpin 1994). Ở Ấn Độ, con cái của những người mẹ có trình độ học hơn mỗi ngày có thêm gần tiếng đồng hồ so với con của những người mẹ thất học trong những gia đình tương tự... (Behrman và các tác giả khác 1999)”. (Đưa vấn đề Giới vào phát triển, NXB Văn hoá Thông tin, 2001, trang 89).

phụ san của báo **Phụ Nữ**. Phụ san **Hạnh phúc Gia đình** và phụ san **Thế giới Phụ nữ** thường cung cấp cho chúng tôi nhiều hạt sạn trong các lần tìm kiếm. Trong bản tin này, chúng tôi chỉ muốn đưa ra một ví dụ của **Thế giới phụ nữ**. Bên cạnh rất nhiều bài báo hay tôn vinh những phụ nữ thành đạt như **“Bởi tôi là chính mình”** nói về nữ hoàng truyền thông Oprah Winfrey, bài **“Những lão bà mạnh hơn thép”**, bài khuyến khích các ông bố có trách nhiệm trong chăm sóc con cái gia đình **“23 năm làm bố”**, thì có một bài báo **“Mong vợ thu nhập ít hơn”**. Sau khi thu thập ý kiến của nhiều đồng nghiệp, hầu hết đều cho rằng, để có hạnh phúc vợ phải thu nhập ít hơn chồng, tác giả kết luận:

“Đúng là mỗi người một cách nghĩ khác nhau, nhưng suy cho cùng, những người TGPN tiếp cận đều có chung quan điểm là thích vợ thu nhập thấp. Vì như vậy mới đảm bảo hạnh phúc gia đình được bền vững. Biết được những tâm tư, nguyện vọng, suy nghĩ của đồng nghiệp, cho dù làm ra nhiều hay ít tiền, các bà vợ cũng nên quý trọng tiền bạc, biết chia sẻ khó khăn với chồng, chăm lo cho tổ ấm của mình thật hạnh phúc, đó luôn là điều các ông chồng mong mỏi”.

Nội dung điều mong mỏi mà tác giả nêu đương nhiên là chính đáng. Tuy nhiên, nó được nhìn từ góc độ từ phía các ông chồng. Vậy phụ nữ **“trót”** kiếm nhiều tiền hơn mong gì? Và tác giả ủng hộ hình mẫu vợ cần phải thấp hơn chồng, bao gồm cả thu nhập? Các ông chồng sẽ không mặc cảm, gia đình sẽ vẫn có hạnh phúc khi vợ thu nhập cao hơn chồng nếu không có những định kiến cho rằng, đàn ông luôn phải làm trụ cột. Lẽ ra đó là thông điệp mà tác giả nên gửi đến người đọc.

Trên tienphong.vn ngày **16/09/2010** có bài viết **“Vợ yêu thụ động, chồng đi tìm phở”**. Mặc dù bài báo đã đưa ra nhận xét của chuyên gia về tình dục về hiện tượng này một cách xác đáng, nhưng với tiêu đề trên, với cách viết của tác giả, người đọc dường như nhận được thông điệp: *chồng đi ngoại tình là do vợ chưa biết cách làm tình*. Thông điệp đó tốt xấu thế nào, chắc các nhà báo đều hiểu rõ. Việc làm phong phú đời sống tình dục nhằm củng cố quan hệ vợ chồng và tận hưởng hạnh phúc đời sống lứa đôi là cần thiết. Tuy nhiên, không thể lấy cớ do chưa tìm thấy nhịp điệu chung, người chồng tìm “phở” như một biện pháp thay thế. Bài báo có thể khuyến khích phụ nữ thay đổi quan niệm về tình dục, cảnh báo nguy cơ rạn nứt hạnh phúc do những quan niệm sai lầm về tình dục. Vẫn cùng một nội dung như vậy, nhưng nếu có nhạy cảm giới, cách chạy tiêu đề và cách lập luận đã có thể thay đổi.

Điểm qua một vài ví dụ nhỏ như vậy để thấy rằng việc loại bỏ sạn giới trên các trang báo vẫn cần được các nhà báo quan tâm tích cực hơn nữa. Đây là công việc khó khăn nhưng hữu ích, nếu tâm huyết, chắc chắn các bạn sẽ thành công.

“Công việc của bạn được thực hiện liên tục trong tình trạng gấp gáp và hối hả. Bạn phải biết rằng một tờ báo phải được đưa tới sạp báo vào buổi sáng sớm, rằng bạn phải biên tập tin tức, phóng sự, bình luận, ảnh và phải đưa tất cả các nội dung vào thành từng cột báo. Bạn làm tất cả những việc này một cách vội vã và căng thẳng. Đây thường là một hoạt động thường xuyên và có tính chất cơ học. Thường thì bạn quên mất ý nghĩa công việc của bạn. Đây chính là lý do tại sao bạn cần có thời gian suy nghĩ. Hãy đặt ra một khoảng cách nào đó giữa bạn và thế giới. Hãy thư giãn và suy nghĩ về những điều quan trọng nhất. (Quyền được nói: Vai trò của truyền thông đại chúng trong phát triển kinh tế, Viện Ngân hàng Thế giới, Nxb Văn hóa Thông tin, trang 381).

*** TRUYỀN THÔNG XÓA BỎ ĐỊNH KIẾN GIỚI - CUỘC CHIẾN VẪN CẦN TIẾP TỤC**

Chúng ta từng biết đến nhà văn Trang Hạ trong một số bản tin trước đây. Được sự đồng ý của chị, chúng tôi xin giới thiệu bài viết **“Chiếc remote và người đàn bà”** đăng trên tạp chí **Lửa ấm** ngày **4/10/2010**. Chúng tôi hy vọng những thực trạng về định kiến giới

được phản ánh qua góc nhìn của nhà văn Trang Hạ sẽ góp phần minh chứng cho nhận định của nhóm nhật sạp giới ở mục này...

CHIẾC REMOTE VÀ NGƯỜI ĐÀN BÀ

Trong những phim nhựa từ Âu sang Á, xem tại rạp hay trên HBO, tôi ít khi thấy chiếc điều khiển tivi (remote) xuất hiện, điều trái ngược hẳn lại với những bộ phim truyền hình dài tập hoặc hình ảnh trong đời sống thường nhật quanh ta. Có lẽ vì thế, càng hiếm có cơ hội quan sát xem, chiếc remote đó nằm trong tay đàn ông hay đàn bà.

Nhưng chiếc remote - một thứ đơn giản chỉ để chuyển kênh tivi - nằm trong tay ai, thì nào có nghĩa lý gì?

1.1. REMOTE CHO THẤY PHỤ NỮ GIA ĐÌNH NHÚN NHƯỜNG, PHỤ NỮ ĐỘC THÂN MẠNH MẼ?

Thực tế phim ảnh chỉ là một phản chiếu chủ quan về đời sống, trong đó, phim nhựa - với khá nhiều đạo diễn là đàn ông - đã để cho người phụ nữ xuất hiện ở những nơi nằm ngoài căn bếp, phòng khách, phòng ngủ, những bối cảnh quen thuộc của phim truyền hình dài tập. Vì thế, việc người phụ nữ cầm hay không cầm remote trong các tác phẩm nghệ thuật hình ảnh ấy chẳng nói lên được điều gì cả.

Đời sống không như phim ảnh! Trong đời sống, tivi là vật dụng không thể thiếu trong gia đình, và remote là thứ không thể thiếu của tivi. Kể từ khi nó lặng lẽ chiếm lĩnh một vị trí trong gia đình, nó nói lên nhiều hơn về thế giới mà chúng ta đang sống, một thế giới mà đàn bà xoay quanh đàn ông, hoặc ít nhiều chịu chi phối từ quyền lực của người đàn ông.

Bởi quyền lực ấy đâu cần phải cường điệu hóa bằng cách chồng bắt vợ phải đẻ con trai nối dõi, chồng hạn chế giao thiệp của vợ, can thiệp vào quyết định mua sắm của vợ, hay chồng đánh vợ? Cái cách mà người đàn ông bộc lộ quyền lực đôi khi tế nhị và vô hình như khi họ cầm chiếc remote điều khiển tivi, quyết định việc chọn kênh thông tin, chuyển kênh giải trí của cả người khác. Có ý kiến cho rằng, đàn ông gia đình cầm remote càng lâu, sử dụng càng nhiều sẽ tỉ lệ thuận với sự gia trưởng (đối với các gia đình châu Á) hoặc ham muốn khống chế, làm chủ (trong các gia đình Âu Mỹ), chứ chẳng phải là vì họ có bản năng ham hiểu biết, vì họ cả thèm chóng chán, hay vì họ thích sử dụng máy móc kỹ thuật gì cả.

Thật sự như vậy, bởi rất đơn giản rằng, trong một gia đình có vợ và chồng, dù họ còn son hay họ đùm đẽ cả con cái lẫn cha mẹ già nữa, thì cũng làm gì có gia đình nào phân công trách nhiệm cho một ai đó nhận nghĩa vụ sử dụng remote, đảm bảo việc chuyển kênh tivi cho cả gia đình xem hàng ngày? Người ta chỉ phân

công người lái ô tô, người sửa xe, người lo giặt giũ cơm nước, hoặc thậm chí phân công ngầm người chi tiền cho gia đình, cho con cái, chứ có ai bận tâm tới hoạt động của một chiếc remote chạy pin chỉ nằm lọt trong lòng bàn tay?

Cho nên, bạn có tin rằng, trên thực tế bản chất của chúng ta, quan hệ giữa chúng ta lại bộc lộ ra một cách chính xác hơn, ngay tại những biểu hiện bé nhỏ và vô tình như vậy không?

Chiếc remote nằm trong tay ai, người đó quyền lực nhất trong gia đình.

Có một nghiên cứu của giáo sư David Morley từng đưa ra con số thống kê đầy hàm ý như sau: Phụ nữ, nếu ta coi họ như một khán giả bình đẳng trước tivi như mọi thành viên trong gia đình, cùng với chồng, với người già, với anh chị em ruột và con cái họ, thì khi họ ở vào lứa tuổi 24-39, hoặc cụ thể hơn là với những bà nội trợ, phụ nữ trong gia đình, thì khi tất cả các nghiên cứu viên bắt ngờ bước vào các gia đình ấy, họ **chưa từng bắt gặp bất kỳ một bà vợ** nào đang sử dụng remote. Chiếc remote sẽ nằm trong tay ông bố của họ, ông chồng của họ, thằng con trai của họ, nằm ở trên tay ghế gần người đàn ông nhất, nằm ở trên mặt bàn gần nam giới nhất, cho dù trên tivi đang chiếu bất kỳ kênh gì, hay trong nhà có bao nhiêu cái màn hình tivi. Còn nếu dựa vào bảng trả lời điều tra của các nghiên cứu viên, thì các bà nội trợ ấy đều nói rằng mình có sử dụng remote để chọn kênh cho mình, nhưng tỉ lệ sử dụng cũng chỉ nằm ở mức 36%, tức là chưa bằng một nửa so với giai đoạn họ chưa kết hôn.

Chỉ số ấy nói gì về sự tự chủ và quyền lựa chọn của một người phụ nữ gia đình? Hay cũng thật "tình cờ", những nghiên cứu của ngành truyền thông đã phát hiện rằng, chiếc remote âm thầm tượng trưng cho quyền lực trong các gia đình. Và quyền lực đó không thuộc về phụ nữ.

Tôi nhớ, khi trao đổi tới đây, tôi từng tranh cãi với các giáo sư rằng, phụ nữ kết hôn rồi không nhu nhược đi, họ chỉ nhún nhường đi mà thôi. Và hiện tượng "quyền lực remote" không phải là việc phụ nữ bị cướp đoạt quyền, mà thực chất là một cách phụ nữ tự nguyện vứt bỏ quyền của mình. Chúng ta từng hy sinh rất nhiều cho gia đình, đúng không, ví dụ nhan sắc và tuổi trẻ, vóc dáng và cơ hội nghề nghiệp khi chúng ta mang bầu sinh con. Chúng ta cũng đã hy sinh một số thứ vô hình khác để chấp nhận một tư thế làm tình, một quan điểm trang trí nội thất, một thói quen của đàn ông, một áp lực v.v... Và phụ nữ biết chấp nhận, biết thu xếp vẫn là người phụ nữ mạnh mẽ như thường. Không thể nói rằng một cô nàng chỉ thích làm người tình, không thích làm vợ thì sẽ mạnh mẽ hơn một bà nội trợ đẻ ba con. Cũng như không thể nói đàn bà thu nhập cao thì mạnh mẽ và giỏi giang hơn một bà vợ bỏ việc ở nhà cơm nước cho chồng con. Ví thế,

càng không thể nói đàn bà từ bỏ một quyền lựa chọn nhỏ nhoi như dùng remote, bỏ kệ cho người khác điều khiển tivi, chấp nhận các kênh mình không thật ưa, thì sẽ là người đàn bà nhu nhược. Nhu nhược đi vì hôn nhân.

Giáo sư cười to và nói, cô đã lấy chồng chưa, tôi hỏi cô, vậy tại sao đàn ông không từ bỏ "quyền lực remote", trong khi cơ hội hoặc áp lực cho cả hai giới là như nhau, trong môi trường truyền thông và thông tin trong khoảng không nhỏ bé của gia đình? Tại sao lại là phụ nữ, cho dù ai cũng dễ dãi thừa nhận rằng có vẻ đàn bà gia đình xem tivi nhiều hơn, các vệt gờ vàng phim truyền hình vẫn liên tục tăng và rating của chúng vẫn cao? Hay chúng ta chấp nhận một mâu thuẫn hiển nhiên là khá nhiều bà nội trợ ở nhà nên có thời gian đi... form điều tra của các công ty quảng cáo, hoặc một lý do nữa là nhiều phụ nữ đã quá lạc quan khi ở giữa hôn nhân, lờ đi những khó khăn của bản thân mình?

Ví dụ như, các bà vẫn nói rằng họ xem tivi nhiều giờ nhất trong nhà, điều đó cũng đúng, nhưng trong thực tế, họ xem thụ động bởi bị người khác lựa chọn nội dung, họ không được xem thứ mà họ muốn xem.

Một nghiên cứu khác của khoa Nghệ thuật, Đại học Bắc Kinh cũng chỉ ra rằng, phụ nữ độc thân có thu nhập cao chiếm lĩnh cái remote với tỉ lệ khá cao, xấp xỉ 70%. Khi phụ nữ cầm bánh lái của chiếc ô tô, cầm cái remote của tivi, cũng như cầm nắm những quyền lực tài chính lớn, thì dù họ ở trong hay ngoài hôn nhân, họ vẫn có nhiều lựa chọn hơn. Mà lựa chọn, nói thẳng ra chính là một thứ quyền lực của một cá nhân. Không phải là phụ nữ độc thân có nhiều quyền lực và lựa chọn cho bản thân mình hơn hay sao?

Tôi giật mình nghĩ, hóa ra bản thân mình cũng đã từng tự nguyện từ bỏ những điều gì khác trước ngưỡng cửa hôn nhân, mà tôi đã không nhận ra?

1.2. TỪ CHIẾC REMOTE TỚI CHUYỆN NHẬN THỨC CỦA MỘT PHỤ NỮ

Vợ chồng ít khi tranh nhau cầm remote, hoặc cãi cọ nhau vì chuyển kênh, bởi sẽ tìm được một thỏa thuận chung, nhưng ngay cả trong thỏa thuận đó, phụ nữ nằm ở thế mạnh hay thế yếu?

Nhận thức của một người phụ nữ được hình thành bởi trình độ học vấn, hoàn cảnh sống, xuất thân gia đình. Những tiêu chuẩn ấy thuộc về "kỹ năng mềm" và khó có tiêu chí tới mức, có thể cùng một ứng xử, như hiện tượng chậm chông, người này (hoặc nhóm phụ nữ này) cho đó là kiêu hãnh và tiến bộ, người khác cho đó là kiêu căng, chảnh, ế. Cùng một hiện tượng sinh con thứ ba (tại Việt Nam), nhóm phụ nữ này gọi đó là sự hy sinh hoặc hạnh phúc làm mẹ, nhóm khác gọi đó là sự ngu muội bất lực của một cái máy để.

Thực chất, nhận thức của một người phụ nữ về các vấn đề của cuộc sống đã khác biệt như thế, nhận thức của họ về bản thân mình càng nhiều chênh lệch hơn, bao gồm nhìn nhận về quyền của mình, trách nhiệm của mình, lý do của mình, và những gì mình cần. Trong thế giới của phụ nữ đã kết hôn, chúng ta đã đánh mất những điều gì mà chúng ta cứ tưởng đang được nhận?

Có một câu chuyện vui nhưng có thật trên một mạng tư vấn chứng khoán của Mỹ như sau, một cô gái cứ băn khoăn đi hỏi rằng, làm cách nào cưới được một đại gia, vì tôi chỉ xứng đáng với họ, làm vợ họ, trở thành mệnh phụ phu nhân. Nhan sắc của tôi xứng đáng với tài sản của đại gia, và trong hôn nhân chúng ta sẽ xứng với nhau.

Đại gia bèn reply (hồi âm trên forum) rằng, nhan sắc của cô gái đúng là một tài sản lớn, nhưng không xứng đáng với tiền của tôi. Bởi nếu coi nhan sắc của cô là một tài sản, thì nó đang ngày càng mất giá, mất giá trầm trọng, mà không hề sinh lời chút nào. Cô chỉ già đi theo thời gian thôi, chứ đâu có xinh đẹp hơn? Trong khi tiền của tôi luôn luôn sinh lời, càng ngày càng có lãi khi tôi đầu tư. Vậy, cô chỉ xứng làm gái bao, làm tình nhân một thời gian ngắn mà thôi, cho đến khi nhan sắc của cô... hết khẩu hao tài sản!

Số đông các bà nội trợ chúng ta còn ảo tưởng hơn cô gái ấy. Chúng ta tưởng được nhận quá nhiều từ hôn nhân, được nhận tình yêu hạnh phúc và một người đàn ông cùng một gia đình, mà không nhận ra phần vốn góp của mình luôn lớn hơn "đối tác", đâu phải chỉ là tình yêu, là cuộc sống, mà đôi khi còn tự từ bỏ những quyền lợi vô hình mà chúng ta xứng đáng được hưởng.

Tôi có một người bạn, sau khi li hôn cay đắng thú nhận, đàn bà chỉ lái được đứa con. Đó là sau khi đã giành giật chán chê, đấu võ mồm lẫn giở thủ đoạn mà ông chồng cũ gọi là "thủ đoạn hèn hạ, đòn tâm lý chiến, khổ nhục kế".

Tôi nói, dẫu sao lần lựa chọn này, chị đã thành công, bởi chị không nhường nhịn chồng. Tôi định buột mồm nói rõ là "không nhường nhịn chồng như khi cầm tới cái remote điều khiển ti vi trước đây", nhưng lại sợ nói thế,

người đàn bà sau hôn nhân sẽ không thể hiểu. So sánh đứa con với cái remote thực là khập khiễng, nhất là khi đâu phải ai cũng xem xét mọi khía cạnh cuộc sống từ góc độ quyền lợi của một phụ nữ? Phụ nữ, nhất là phụ nữ Việt Nam thì ai thèm quan tâm họ mất gì được gì khi vẫn còn sống cạnh chồng, giữa gia đình? Thậm chí báo chí trong nước vẫn còn đang tán dương và nêu gương những người "ba đảm đang, hy sinh vì chồng con" cơ mà, trong khi nực cười là một mặt khác, báo chí vẫn đúng hẹn 20/10 hàng năm kêu gào đòi bảo vệ quyền lợi cho phụ nữ Việt?

Quay lại câu chuyện phụ nữ "quên" dùng remote, khi ở cạnh chồng con.

Phụ nữ cứ cho là kẻ mạnh trong gia đình đi, bạn nhé, cứ cho là họ không hề nhường nhịn, họ chỉ không thèm cầm cái remote lên mà thôi, thì cũng chỉ bởi lúc đó tay họ đang... bận rộn với bát đĩa, khăn lau (phục vụ gia đình), hay kem dưỡng da (bởi nguyên nhân sâu xa từ yêu cầu thẩm mỹ của giới đàn ông) nên tay họ chẳng để không, như chồng, mà cầm remote. Và như thế, thì dù họ ở thế mạnh, họ chẳng cần cầm remote, họ chỉ cần dùng lời nói ra lệnh cho đức ông chồng thừa hành, thì họ vẫn vô tình bị cuốn vào một thế giới mà giá trị quan của người đàn ông làm chủ đạo, họ đang bị bắt công bởi ít thời gian rảnh hơn ông chồng. Và một lô những lý lẽ khác mà chúng ta có thể giải thích bằng lý thuyết của lĩnh vực truyền thông, bằng lý lẽ bình đẳng giới, nhưng chúng ta lại chẳng thể biện minh trong cuộc sống gia đình.

Bạn đọc thân mến, chúng tôi coi bản tin này như một "chiếu nghỉ" của một cầu thang dài 14 bậc mà các bạn vừa đi qua trong 14 bản tin đã có. Trong một số bản tin tới đây, chúng tôi sẽ đi theo từng thể loại báo chí, trong ngày hoặc trong tuần.

Thời gian qua, chúng tôi nhận được nhiều cuộc điện thoại, email của bạn bè báo chí và các đồng nghiệp khác thông báo về các bài báo, các chương trình truyền thông có "sạn giới". Chúng tôi xin cảm ơn và mong tiếp tục nhận được sự hỗ trợ từ các bạn.

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN: **Ths. Nguyễn Văn Anh - Chủ tịch Hội đồng sáng lập**

BIÊN TẬP NỘI DUNG: **Trịnh Thị Bích Liên**

Cơ quan: Trung tâm Nghiên cứu và Ứng dụng Khoa học về Giới - Gia đình - Phụ nữ và Vị thành niên (CSAGA)

Địa chỉ: Tầng 4 Công ty cơ khí Điện - Điện tử - Tàu thủy; Tổ 6 - Láng Thượng - Đống Đa - Hà Nội

ĐT: 04.37910014 - Email: csaga@csaga.org.vn - Website: www.csaga.org.vn

www.thuviengbv.dovipnet.org.vn (04.37759333)