



Định kiến Giới tiềm ẩn trong *Tiếp thị và gia đình*

LỜI MỞ ĐẦU

Thưa các bạn đồng nghiệp, các nhà báo!

Định kiến giới luôn được xem là một trong những rào cản lớn nhất trong tiến trình thực hiện đảm bảo quyền bình đẳng giữa nam và nữ. Vì thế, nhiệm vụ trước mắt cũng như lâu dài đặt ra trong công tác truyền thông về giới và bình đẳng giới của nước ta hiện nay là tác động để thay đổi những nhận thức sai lầm của công chúng về phụ nữ và đàn ông. Tuy nhiên, chúng ta cũng biết, định kiến giới đôi khi được bắt nguồn ngay từ những thói quen, những nếp nghĩ truyền thống về vai trò, vị thế, trách nhiệm, quyền lợi của mỗi giới; để nhận ra đã khó, việc thay đổi hay xóa bỏ lại càng khó khăn hơn.

Trên thực tế, có những quan niệm rập khuôn về giới tưởng chừng vô hại nhưng thực chất nó lại tiềm ẩn sức huỷ hoại rất lớn đối với tình cảm, sự tôn trọng giữa các thành viên trong mỗi gia đình, mỗi cộng đồng; Thậm chí nó còn len lỏi vào đời sống xã hội, ăn sâu trong tiềm thức của mọi người, trở thành những quy ước bất thành văn, ngày càng gây bất lợi cho nam giới cũng như phụ nữ. Không ít những kiểu “nhãn mác về giới” đã khiến người phụ nữ bị tước đi những quyền lợi chính đáng và phải chịu những áp lực về trách nhiệm, nghĩa vụ nặng nề.

Để đẩy mạnh truyền thông xoá bỏ các định kiến giới, chúng ta cần phải nỗ lực hơn ở nhiều phương diện, trong đó đặc biệt là khả năng nhạy cảm để tránh sa vào lối thông tin củng cố cho những quan niệm lạc hậu về giới. Trên cơ sở những cứ liệu từ **Tiếp Thị & Gia Đình**, bản tin lần này sẽ chia sẻ cùng các phóng viên và người làm báo một số kiến thức thực tiễn góp phần khắc phục phần nào những khó khăn trong việc tăng cường nhạy cảm giới trong sản phẩm truyền thông. Hy vọng bản tin tiếp tục nhận được sự quan tâm phản hồi từ các quý độc giả.

Trân trọng

Nhóm cán bộ CSAGA – Oxfam.

PHẠM VI KHẢO SÁT

Bản tin số 24 chọn **Tiếp Thị & Gia Đình** làm đối tượng khảo sát. Đây là một tờ báo in, được phát hành vào thứ hai hàng tuần. Với cách trình bày hấp dẫn, nội dung phong phú cập nhật về các vấn đề: *Thời trang, làm đẹp, dịch vụ dành cho gia đình, văn phòng, mua sắm, chăm sóc sức khỏe, ẩm thực...* hiện **Tiếp Thị & Gia Đình** là một trong những tạp chí có số lượng phát hành lớn (120.000 bản/kỳ), thu hút được số lượng độc giả đông đảo trên cả nước, đặc biệt là giới trẻ.

Để thông tin được khách quan, trong bản tin này, chúng tôi không tập trung vào các chuyên mục của từng số **Tiếp Thị & Gia Đình** mà khảo sát ngẫu nhiên trên **10 số báo** (từ tháng 5/2011 đến tháng 9/2011). Cụ thể:

1. Số 18 ra ngày 16/5/2011
2. Số 19 ra ngày 23/5/2011
3. Số 21 ra ngày 6/6/2011
4. Số 23 ra ngày 20/6/2011
5. Số 25 ra ngày 4/7/2011
6. Số 27 ra ngày 18/7/2011
7. Số 30 ra ngày 8/8/2011
8. Số 31 ra ngày 15/8/2011
9. Số 33 ra ngày 29/8/2011
10. Số 35 ra ngày 12/9/2011

NHẠY CẢM GIỚI TRONG VIỆC CHUYỂN TẢI THÔNG TIN

Tiếp thị gia đình là tờ báo hấp dẫn

Nói một cách công bằng, **Tiếp Thị & Gia Đình** là một tờ báo có hình thức khá hiện đại, nội dung phong phú, các bài viết linh hoạt và hướng đến nhu cầu của bạn đọc. Trong 10 số báo ngẫu nhiên này, chúng tôi đã bắt gặp không ít các bài báo thể hiện các quan điểm tiến bộ về bình đẳng giới. Có thể thấy trong các bài **“Nhất vợ nhì con” số 18**, quan điểm của Anh Tuấn, ca sĩ nhóm MTV trong chăm sóc vợ con là một ví dụ. Bài viết về cô dâu Việt tại Hàn quốc **“Nơi tình yêu bắt đầu” số 21** là câu chuyện cảm động và gắn với mối quan tâm hiện nay của độc giả. Bài báo cũng thể hiện

cách nhìn nhân hậu và công tâm đối với vấn đề hôn nhân với người nước ngoài, và quan điểm giới tiến bộ.

Nếu để khen, để ca ngợi thì chắc chắn hàng ngàn độc giả mua báo thường xuyên đã là một bằng chứng tốt nhất rồi. Tuy nhiên, trong bản tin này, chúng tôi lại làm việc ngược lại, với mong muốn tờ báo hay hơn, hấp dẫn hơn nữa và với tất cả tình cảm yêu quý tờ báo.

“Nhặt sạn” giới

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)

Điều 40, khoản 6 Luật bình đẳng giới quy định: Các hành vi vi phạm pháp luật về bình đẳng giới trong lĩnh vực văn hóa, thông tin, thể dục, thể thao bao gồm:

b, Sáng tác, lưu hành, cho phép xuất bản các tác phẩm dưới bất kỳ thể loại và hình thức nào để cổ vũ, tuyên truyền bất bình đẳng giới, định kiến giới.

c, Truyền bá tư tưởng, tự mình thực hiện hoặc xúi giục người khác thực hiện phong tục tập quán lạc hậu mang tính phân biệt đối xử về giới dưới mọi hình thức.

Căn cứ vào quy định đó, chúng tôi sẽ chỉ ra những “hạt sạn” giới mà quý báo có thể thay đổi vì chất lượng và những quy định của pháp luật.

1. Không nên đặt gánh nặng gia đình lên đôi vai người người phụ nữ



Nguồn: internet

Dễ dàng nhận thấy dòng chữ **“Vi hạnh phúc của gia đình bạn”** luôn luôn được ưu ái đặt ở vị trí đầu tiên trên các trang bìa của tờ báo **Tiếp Thị & Gia Đình**. Hẳn cũng vì dòng chữ này mà báo đã thu hút được đông đảo bạn đọc hơn. Bởi lẽ chẳng ai trong chúng ta không mong có một gia đình hạnh phúc. Tuy nhiên, qua một số bài viết của **Tiếp Thị & Gia Đình**, công chúng có cảm nhận rằng dường như để xây dựng một gia đình hạnh phúc, trách nhiệm vẫn phần nhiều thuộc về phụ nữ, người vợ trong gia đình.

Để có một đứa con khỏe mạnh, thông minh đòi hỏi cha mẹ phải bỏ ra rất nhiều công sức. Tuy nhiên với chuyên mục **“Mẹ và con”** dường như trách nhiệm này hoàn toàn thuộc về người mẹ.

- **Số 25 ngày 4/7/2011** có bài **“Khi bé thích nuốt chửng”**, tác giả cho rằng *“Khi bắt đầu mọc răng, trẻ thường cho mọi thứ vào miệng để gặm, cắn. Thế nhưng vì sợ mất vệ sinh, nguy hiểm cho bé, nhiều mẹ không cho con làm việc đó. Vì vậy một số bé có đến 20 cái răng sữa mà vẫn chưa có thói quen nhai”*; *“Để đảm bảo bé phát triển khỏe mạnh, mẹ nên trị thói quen nuốt chửng của bé càng sớm càng tốt.”*; *“Nhiều mẹ vì muốn con dễ ăn nên đã chan canh vào cơm cho bé”*; *“Trường hợp bé vẫn không phản ứng, bạn há miệng thật to, nhai chậm hơn để bé nhìn thấy. Bé rất thích thú khi mẹ “làm trò” và với bản năng bắt chước ở lứa tuổi này, bé sẽ nhanh chóng học theo mẹ”*

- **Số 23** ra ngày **20/6/2011**: Bài **“Khi bé yêu lười ăn”** có một số câu: *“Không riêng chị Hương, rất nhiều bà mẹ khác cũng thường than phiền và cầu cứu bác sỹ dinh dưỡng về tình trạng biếng ăn của con mình”*; *“Biết con khó uống thuốc, một số bà mẹ liền nghiền nát thuốc rồi cho lẫn vào thức ăn của con”*

- **Số 27** ra ngày **18/7/2011**: Bài **“Cơm hàng xóm ngon hơn”** có viết *“Làm thế nào để bé yêu thích bữa ăn của mẹ”* sau đó liệt kê một số gợi ý.

- **Số 31** ra ngày **15/8/2011**: Bài **“Khởi đầu lành mạnh”** có câu *“Một số bà mẹ khuyến khích cho con ăn thịt mỡ để có da có thịt”* (Gợi ý tập cho con thói quen ăn uống lành mạnh).

- **Số 30** ra ngày **8/8/2011**: Bài **“Mảnh mai hay mũm mĩm?”** có viết *“Khác với phương Tây, hầu hết các bà mẹ ở Việt Nam đều thích con mình*

mập mạp”; *“Nếu hỏi 100 bà mẹ Việt Nam: Bạn thích bé gầy hay mập mạp?, chắc chắn bạn sẽ nhận được 99,9% câu trả lời giống nhau: Đương nhiên là tôi thích con mập mạp”*. Với các **bà mẹ** phương Tây, câu trả lời thường ngược lại.”

- **Số 33** ra ngày **29/8/2011**: Bài **“Bé thích châu ăn”** có viết *“Không chỉ chị Phương mà rất nhiều bà mẹ khác cũng rất khó chịu, bực bội khi phát hiện con có tật châu ăn.”*

- **Số 25** ra ngày **04/7/2011** với bài **“Có nên đọc nhật ký của con”** đã viết - *“Rất nhiều các bà mẹ cho rằng đọc nhật ký của con là cần thiết để hiểu con hơn và uốn nắn kịp thời.”*

Với tần suất và số lượng những bài viết như thế này, sẽ khắc sâu thêm quan niệm rằng nuôi dạy con là việc của người mẹ.

Bạn có thể nói rằng *“Không, chúng tôi đã đặt trong mục “Mẹ và con”*. Trong chuyên mục khác chúng tôi sẽ nói đến vai trò của người bố.” Bạn thân mến, trong quan niệm truyền thống, người mẹ không chỉ sinh ra mà còn là người chịu trách nhiệm chăm sóc, nuôi dạy con cái. Những quan niệm đã ăn sâu vào trong tiềm thức ấy của chúng ta nếu không thay đổi chính là cản trở tiến bộ xã hội. Vì sao vậy? Bạn có thể thấy ngày nay các bà mẹ cũng phải kiếm tiền, cũng phải có trách nhiệm xã hội, cũng làm việc như nam giới. Điều đó cũng là sự chia sẻ của chính phụ nữ với nam giới trong gia đình và xã hội. Ngược lại, ngày nay chúng ta cũng dễ dàng thấy các ông bố chăm sóc con cái, làm việc nhà cùng các thành viên khác. Việc có nên dành thời gian nghỉ chăm sóc vợ để cho nam giới đang được thảo luận chứng tỏ xu hướng tiến bộ về bình đẳng nam nữ đang được xã hội và luật pháp khuyến khích. Báo chí sẽ luôn hấp dẫn hơn nếu bắt kịp và đi trước xu thế thời đại. Và tương tự, nó sẽ kém hấp dẫn, bị chê bai khi nó khẳng định lại, cổ vũ cho những khuôn mẫu cũ. Đây là chưa kể, **Luật bình đẳng giới đã quy định tại Khoản 4, Điều 11: 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, truyền 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.

Trong khoản 5 của Điều 11 đưa ra hình thức xử phạt bổ sung: Tước quyền sử dụng giấy phép từ ba đến sáu tháng đối với hành vi sáng tác, lưu hành, xuất bản các tác phẩm quy định tại điểm a khoản 4 Điều này.

Chúng tôi tin **Tiếp Thị & Gia Đình** của các bạn sẽ tìm hướng đi để tiếp cận và nhận được sự ủng hộ của nhiều độc giả.

2. Tránh để hạnh phúc chiều chồng thành “sức ép không tên”



Nguồn: internet

“Bắt cóc mở miệng” là tít một bài viết trong số 23 ra ngày 20/6/2011. Tác giả cho rằng “Một số

phụ nữ than phiền chồng không chịu nói chuyện với mình” và chúng ta cùng xem cách lý giải của tác giả: “Thử nhớ lại khi mới yêu nhau, bạn và người ấy từng là một đôi hòa hợp biết chừng nào. Nếu không thế đã chẳng có đám cưới. Có phải hồi đó, bạn từng ngồi yên lặng, nhìn chàng đắm đắm, nghe chàng thao thao bất tuyệt hàng giờ? Chàng kể cho bạn nghe cả những chuyện chẳng đâu vào đâu nhưng bạn nghe say sưa, cười thích thú, thỉnh thoảng lại hỏi “Thế cơ hả anh?”, “Sao anh tài thế?” Chàng cũng rất thích nghe bạn nói dù chuyện của bạn thuộc dạng tầm phào. Tình yêu tuyệt vời ở những khoảnh khắc đấy! Thế nhưng bây giờ, hai năm sau ngày cưới, bạn không thể nào ngồi nghe được mười phút những chuyện ba hoa xịch tốc của chàng. Cái nhìn thán phục ngày nào giờ thay bằng đôi mắt ái ngại. Thế là chàng cũng mất dần hứng thú ngồi trò chuyện với vợ. Để giải tỏa những khát khao tự mãn của đàn ông, chàng tìm đến những cô gái khác. Những cô nàng nghe chuyện hài hước của chàng cười như nắc nẻ, còn bạn bây giờ cũng chẳng quan tâm đến những chuyện lãng mạn đáng yêu. Nói chuyện với chồng, bạn cũng chỉ nhắc đến tiền học của con, tiền điện, nước đến ngày thanh toán. Không ít người nghĩ muốn được chồng yêu phải biết cách chiều chồng, chăm lo, săn sóc anh ấy từng cái ăn, cái mặc. Tuy nhiên phụ nữ quên rằng cái đàn ông cần là một người vợ biết thưởng thức những chuyện hài hước, lắng nghe những thành công, thất bại của họ trên đường đời. Người vợ ấy cũng phải biết nhìn họ với đôi mắt ngây thơ và lúc nào cũng tin tưởng mà không “kê tủ đứng vào miệng họ và nói toạc ra là “Anh toàn bịa”.

Với cách lý giải này của tác giả, trách nhiệm gìn giữ hạnh phúc vợ chồng hoàn toàn thuộc về người vợ, trong khi người đàn ông chỉ cần trưng ra cái “đặc tính đàn ông”. Vậy người chồng có cần hiểu rằng, sau hôn nhân, con cái, người phụ nữ mệt mỏi, cần được chia sẻ một cách thương yêu và thiết thực trong đời sống gia đình không? Người đàn ông có cần hiểu rằng, làm thế nào để vợ, người luôn sống cạnh

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.

(Trích Mục tiêu 5, Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2011-2020)



Nguồn: internet

mình, hiểu rõ mình, chia sẻ với mình lắng nghe mình không? Vợ thì khác bạn nhậu ở chỗ nào? Và biết thương vợ khi từ cô gái ngây thơ ngược đời mắt tỏ non lên nhìn với vẻ ngạc nhiên, biến thành người phụ nữ khó tính hay cáu bẳn. Vì sao thế? Mình có góp phần vào đó không? Mình phải làm gì để vợ thanh thản hơn, vui vẻ hơn? Ô không, bạn thân mến, gìn giữ lửa hôn nhân phải từ cả hai bên, nếu bạn “xui đại” độc giả của mình thế, thì hoặc bạn sẽ mất đi lượng độc giả đáng kể, hoặc là bạn đang góp phần kéo lùi lịch sử lại. Và cũng có thể là cả hai... Cuối bài viết, tác giả nhắc nhở “Phụ nữ nên nhớ rằng đặc điểm của đàn ông là tính hiếu thắng”, “Bạn sẽ là người vợ rất đáng yêu nếu biết tạo cơ hội cho anh thắng, biết khen sự sắc sảo tinh tế trong ngôn ngữ của chồng”. Theo báo, thế thì phụ nữ cứ phải “giả vờ” nhỉ? Và chúng tôi không nghĩ đây là một cách tôn vinh đàn ông, cho dù, cách lý giải của bài báo khá gia trưởng. Vì chẳng có người đàn ông thông minh nào lại thích sự lừa mị ấy.

Cũng với định hướng là phụ nữ thì phải “nhường” chồng trong bài phỏng vấn diễn viên Thân Thúy Hà: **“Mạo hiểm nhưng tùy lúc” số 25** ra ngày **4/7/2011**, khi đề cập đến vấn đề ly hôn của nữ diễn viên này tác giả đặt câu hỏi: “*Có khi nào tính cách mạnh mẽ của chị khiến chồng cảm thấy lép vế?*”, câu hỏi này đã mang ngầm ý

rằng là phụ nữ thì phải nhẹ nhàng. Nữ diễn viên trả lời: *“Điều này chắc phải hỏi anh ấy. Tuy nhiên tôi cũng hiểu, không người đàn ông nào lại thích vợ đóng vai trò của họ cả. Đó có thể là thất bại của tôi”*. Thay vì đặt câu hỏi để nữ diễn viên có cách nhìn nhận khác, phóng viên đặt một câu hỏi như một sự thừa nhận: *“Nhận ra thất bại của mình, chắc chị sẽ thay đổi?”*

Tại mục quảng cáo trong **Số 30** ra ngày **8/8/2011** có tit bài **“Bí quyết giữ lửa thời hiện đại”** đưa ra nhận xét: *“Bên cạnh thiên chức chăm sóc gia đình, làm đẹp bản thân là một trong những điều không thể thiếu giúp phái đẹp giữ gìn hạnh phúc”*. Nội dung bài viết **“Vì sao tôi gia trưởng”** trong **số 21** ra ngày **6/6/2011** nói về một người vợ hầu như không biết làm việc nhà, đơn giản vì cô ấy... chưa từng làm bao giờ trước khi lấy chồng. Sau một thời gian thất vọng vì tình trạng việc nhà vợ đảm nhiệm hầu như hổng cả, anh chồng quyết định sắp xếp, phân công lại nhiệm vụ trong gia đình. Anh là người chỉ huy và vợ là người thực hiện những phần việc mà cô ấy có khả năng làm tốt. Phần việc khác, anh là người trực tiếp làm. Mọi việc ổn cả. Như vậy, vấn đề nằm ở cát tit bài. Như vậy không thể gọi là gia trưởng được. Nếu chúng ta gọi là gia trưởng thì vô hình chung chúng ta đang gán cho từ này một ý nghĩa rất đẹp. Bài báo sẽ ổn nếu chúng ta sử dụng một cái tit khác.

Trong số 30 ra ngày **8/8/2011**, với tiêu đề **“Cánh tay thông minh cho 30 phút vàng”** nhằm quảng cáo cho máy hút bụi Samsung, bài quảng cáo của MC viết: *“Phá vỡ định kiến cho rằng phái đẹp càng hiện đại thì càng kém đảm đang, nhiều phụ nữ thế kỷ 21 đã chứng tỏ bản lĩnh thu vén việc nhà một cách rất chuyên nghiệp”*. Tiếp theo đó, bài báo miêu tả một phụ nữ thường rất bận rộn khi về nhà với một núi việc nội trợ, từ khi có máy hút bụi, chị làm xong mọi việc sớm hơn và mở cửa tươi cười đón chồng về. Vì thế, chồng chị thích về nhà sớm hơn để được thấy *“vợ yêu mở cổng với nét mặt tươi tỉnh”*. Ha ha, tóm lại thì đổi từ định kiến sang ... định kiến kinh khủng hơn. Vì cuối cùng người phục vụ vẫn là bà vợ, người hưởng thụ vẫn là ông chồng. Và muốn chồng không cáu, muốn mình phục vụ chu đáo mà vẫn giữ được nét tươi tắn, thì mua máy giặt Samsung. Hu hu. Sao không phải là ông chồng mua máy về, và thay vì chờ nhà sạch mới bước chân về, mà sẽ là người sử dụng máy nhĩ? Quảng cáo thay đổi, các bạn sẽ được nhiều độc giả hoan nghênh và còn góp phần thay đổi những người đàn ông chăm uống bia, lười quét dọn.

Trong **số 19** ra ngày **23/5/2011** có bài quảng cáo cho **“Đũa Mộc”** với tiêu đề: **“Tùng Thanh Thủy chia sẻ bí quyết giữ lửa gia đình”**. Bài viết sẽ hoàn hảo hơn rất nhiều, nếu cuối bài không đưa ra hình ảnh nữ diễn viên là người nấu ăn, chồng con “xì xụp” với tô bún mọc.

Trong **số 18** ra ngày **16/5/2011** lại có bài quảng cáo cho giò chả Đũa Mộc với tiêu đề **“Phụ nữ dù thành đạt nhưng vẫn là Vợ, là Mẹ”**. Trong bài quảng cáo này, người mẫu Thúy Hạnh thể hiện tài nấu nướng cho chồng con. Nếu đây không phải là truyền thông, quảng cáo, nếu đây không phải là tờ báo có hàng ngàn độc giả, và nó cũng phải tuân thủ những quy định về truyền thông, thì cũng không có điều gì đáng nói. Nhưng vì nó là một tờ báo, sẽ có hàng ngàn người đàn ông xem và có thể nói: “Thấy chưa, Thúy Hạnh kìa, giỏi vậy cũng vẫn phải nấu ăn cho chồng nữa là em”. Trong khi, tôi chắc sự thật về gia đình Thúy Hạnh không chỉ như lát cắt quảng cáo này.

Trong **số 27** ra ngày **18/7/2011**, bên cạnh một loạt bài rất hay khuyến khích phụ nữ không nên nhần nhịn và hi sinh một chiều, quảng cáo máy hút bụi Hitachi có người chồng cầm máy, người vợ ngồi thở yoga thì có bài **“Đầu tư cho chuyện yêu”**. Bài viết khuyến khích phụ nữ cần sáng tạo trong việc làm mới chuyện gối chăn vì đàn ông hay lười và thụ động. Bài viết sẽ hấp dẫn hơn nhiều nếu bạn khuyến khích cả nam và nữ cần quan tâm đến cảm xúc thăng hoa của bạn đời, thay vì coi nghiêm nhiên chuyện ấy là trách nhiệm của phụ nữ.

Số 33 ra ngày **29/8/2011** có bài viết **“Vợ có công chồng chẳng phụ”**. Đây là bài viết phóng

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 đảm bảo 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;

2. Người làm công tác thông tin, giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới phải có kiến thức về giới và bình đẳng giới.

(Trích trong Chương II. Thông tin, giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới, Nghị định số 48/2009/NĐ -CP ngày 19 tháng 05 năm 2009 của Chính phủ quy định về các biện pháp bảo đảm bình đẳng giới)

vấn diễn viên Minh Hương. Nội dung bài báo rất hay, cho thấy một cặp vợ chồng hạnh phúc và bình đẳng. Người chồng không chỉ yêu thương mà còn ủng hộ công việc của vợ, cùng chia sẻ trách nhiệm gia đình. Tuy nhiên, bài báo sẽ hoàn hảo hơn nhiều nếu tác giả thay nội dung khác trong dòng chữ in đậm đầu trang *“Hạnh phúc đối với tôi là hàng ngày được chăm sóc chồng và nuôi dạy con”*. Diễn viên Minh Hương và chồng nói nhiều câu rất hay, bạn có thể chọn trích dẫn để không bị lặp lại câu mang tính định kiến về vai trò giới này. Mà xét cho cùng, câu đã trích dẫn không có gì là mới, không có gì là hấp dẫn và độc đáo cả. Hãy chọn một câu tạo ra thương hiệu của nhân vật. Như vậy, sự hấp dẫn của bài báo và đảm bảo nhạy cảm giới luôn tương hỗ chứ không phải mâu thuẫn lẫn nhau, phải không? Tương tự như vậy, có lẽ tác giả nên khai thác trên một phương diện khác chứ không đặt những câu hỏi như *“Có câu nói thế này “Bạn đồng hành của phụ nữ luôn là sự thiệt thòi” Hương thấy mình có vậy không?”, “Người ta thường nói đùa “Mẹ chồng là lòng con phượng, bố chồng như tượng mới tô, nàng dâu là cái bồ nghe chửi” Nhìn vào cuộc sống của Hương, xem ra câu nói này không đúng chút nào?”*. Tôi nghĩ bạn có thể đặt những câu hỏi khác hay hơn rất nhiều.

3. Cần bóc bỏ “nhãn mác” phi lý cho phụ nữ và đàn ông



Khi báo chí viết những câu như *“Đàn ông phải...” “Là phụ nữ cần phải...”* với rất nhiều những tính cách, nhiệm vụ, vai trò trong gia đình và ngoài xã hội, chúng ta vô tình đã đặt lên vai cả nam và nữ những gánh nặng gắn với các quan niệm cũ. Trong số 30 ra ngày 8/8/2011 có bài **“Cửa mà không cặp”** – Bài viết có đoạn: *“Chúng ta ai cũng biết rằng bản chất đàn ông là thích chinh phục nên không ít người ngần ngại bỏ ra thời gian để theo đuổi một cô nàng nào đó”*. Với lối viết khẳng định này, tác giả nghiêm nhiên coi đã là nam giới thì sẽ có tính “thích chinh phục”. Trong khi đó, thực tế đó chỉ là một quan niệm sống của một số nam giới.



Điều 23. Thông tin, giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới

1. Thông tin, giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới là biện pháp quan trọng nhằm nâng cao nhận thức về giới và bình đẳng giới.

2. Việc thông tin, giáo dục, truyền thông về giới và bình đẳng giới được đưa vào chương trình giáo dục trong nhà trường, trong các hoạt động của cơ quan, tổ chức và cộng đồng.

3. 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.

(Trích Luật Bình đẳng giới Quốc hội Nước Cộng hòa XHCN Việt Nam khoá XI, Kỳ họp thứ 10 thông qua ngày 21 tháng 11 năm 2006)

Trong số 31 ra ngày 15/8/2011 có bài **“Vi sao anh im thin thít”** đưa ra những quan niệm như *“Đàn ông phải bao bọc người khác”, “Đàn ông thường có cái đầu nóng và con tim lạnh”*... Tác giả đưa ra những quan niệm này từ các *“nhà tâm lý đã đúc kết”* như một sự khẳng định rằng đó là chân lý. Bài viết sẽ có sức nặng và giá trị thay đổi các quan điểm lạc hậu, định kiến nếu tác giả phân tích cách hiểu trên sẽ góp phần làm nên bất hạnh của gia đình, là lý do khiến chàng *“im thin thít”*.

Bài **“Sức ép không tên”** số 31 ra ngày 15/8/2011 có những khuyến cáo rất hay cho những người phụ nữ hay phàn nàn, thiếu tế nhị. Tuy nhiên, cách viết của tác giả khiến người ta dễ cảm thấy những người đàn ông phải gánh quá nhiều trách nhiệm: *“Người đàn ông nào cũng muốn đem lại cuộc sống đầy đủ, hạnh phúc cho bạn đời, người yêu. Đó không chỉ là trách nhiệm mà còn là lòng tự tôn của các chàng”*. Việc đem đến cuộc sống đủ đầy cho người bạn đời là mong muốn không của riêng ai, và đó là trách nhiệm của cả người vợ và người chồng. Cũng trong chính bài này, tác giả cho rằng, người vợ tinh tế phải biết để điều chỉnh, nếu không thì *“chỉ cần có một*

đối tượng nào đó yêu mến và khéo léo hơn trong việc cảm thông, chiều chuộng người đàn ông của bạn, bạn có khả năng mất anh”, “ Vì thế, để giữ gìn tình yêu, hạnh phúc điều cần thiết hơn cả là sự khéo léo và tinh tế của người phụ nữ”. Hình ảnh người đàn ông trong bài viết mang nhiều trọng trách, trong khi người phụ nữ giống như một người chỉ biết hưởng thành quả lại còn không biết điều.

Một điều cuối cùng về tờ báo **Tiếp Thị & Gia Đình** của chúng ta, là mặc dù, Slogan của báo là **“Vi hạnh phúc gia đình bạn”**, nhưng 100% các trang bìa trong 10 số báo chúng tôi chọn ngẫu nhiên, đều chỉ có ... hình các cô gái.

THAY LỜI KẾT

Các bạn nhà báo thân mến, các bạn báo **Tiếp Thị & Gia Đình** thân mến, với tư cách là độc giả yêu mến quý báo, yêu mến nghề báo và dưới góc độ là những người *“quan sát giới”*, những hạt sạn chúng tôi chỉ ra chỉ nhằm một mục đích là sản phẩm của các bạn được đón nhận nhiều hơn nữa. Đem đến cho độc giả, cho cộng đồng những thông tin bổ ích, hấp dẫn, và đúng luật là điều các bạn cũng như chúng tôi mong muốn.

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

BIÊN TẬP NỘI DUNG: **TS. 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: Nhà A9, đường Cốm Vòng, phường Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội

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

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