

Bình đẳng giới trong các cơ quan báo chí và bài học kinh nghiệm

Ngày nhận bài: 24/02/2025 | Ngày phản biện: 26/02/2025 | Ngày xuất bản: 02/04/2025

Tác giả: Nguyễn Thị Huyền (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Báo chí đóng vai trò quan trọng trong việc định hình thái độ của xã hội đối với bình đẳng giới, bằng cách vừa làm nổi bật những vấn đề bất bình đẳng đang tồn tại trong xã hội, vừa thúc đẩy sự thay đổi những định kiến hiện có. Cộng đồng phát triển quốc tế đã nhấn mạnh vai trò của truyền thông như một công cụ quan trọng để thúc đẩy bình đẳng giới, cụ thể là Kế hoạch Hành động Bắc Kinh – bản kế hoạch toàn diện nhất nhằm thu hẹp khoảng cách giới trong lĩnh vực truyền thông – đã được 189 quốc gia, trong đó có Việt Nam, thông qua tại Hội nghị Thế giới lần thứ tư về Phụ nữ của Liên Hợp Quốc. Tuy nhiên, bất chấp những cam kết quốc tế này, việc thúc đẩy bình đẳng giới trong lĩnh vực truyền thông vẫn diễn ra chậm chạp, mặc dù đã đạt được những bước tiến mới, nhưng kết quả vẫn còn rời rạc. Để thúc đẩy vấn đề bình đẳng giới trong báo chí, bài viết này tác giả phân tích một số vấn đề về sự bất bình đẳng trong các cơ quan báo chí – truyền thông trên thế giới, đồng thời đưa ra một số bài học kinh nghiệm từ tổ chức báo chí lớn trên thế giới như The New York Times và Nation Media Group, các chính sách của các quốc gia như Anh, Argentina... Từ đó chỉ ra rằng để thúc đẩy bình đẳng giới trong báo chí, cần có sự hợp tác giữa các bên liên quan, bao gồm chính phủ, tổ chức phi chính phủ và các tổ chức báo chí.

1. Vấn đề bình đẳng giới trong các cơ quan báo chí – truyền thông

Quyền sở hữu và quản lý phương tiện truyền thông

Theo số liệu khảo sát của AKAS (2020), số lượng nhà báo nam nhiều hơn nhà báo nữ ở hầu hết các quốc gia. Trên toàn cầu, phụ nữ đóng vai trò lãnh đạo phòng tin tức chiếm tỷ lệ khá khiêm tốn, chỉ chiếm khoảng 25% các vị trí quản lý cấp cao⁽¹⁾.

Ngoài ra, một cuộc khảo sát vào năm 2022 với 1.200 nhà báo Anh cho thấy ngành công nghiệp tin tức vẫn do nam giới thống trị, cả ở vị trí cấp cao hay lãnh đạo trong các phòng tin tức⁽²⁾. Phần lớn các nhà báo nữ (81%) thấy rằng các lĩnh vực báo chí nổi bật như kinh doanh (nơi tiếng nói của nam giới cao hơn phụ nữ từ hai đến 31 lần) và chính trị (nơi tỷ lệ tiếng nói của nam giới từ cao hơn từ ba đến bảy lần so với phụ nữ) vẫn do nam giới thống trị. Do vậy, trong 10 năm qua, phụ nữ chỉ chiếm 23% trong danh sách đề cử rút gọn của giải thưởng báo chí Anh ở lĩnh vực kinh doanh/kinh tế/tài chính và 26% ở lĩnh vực chính trị. Và hậu quả của vấn đề này cũng được thể hiện rõ trong đại dịch Covid - 19, khi các nhà báo nữ có khả năng bị cho nghỉ việc cao gấp đôi và có khả năng bị sa thải cao hơn 40% so với nam giới⁽³⁾.

Trong hai thập kỷ qua, việc phụ nữ làm chuyên gia đưa tin đã bị hạn chế so với nam giới và bằng chứng cho thấy: Từ năm 2005 đến năm 2020⁽⁴⁾, chỉ hơn 1/5 số chuyên gia trên toàn cầu trong lĩnh vực tin tức là phụ nữ. Nam giới được trích dẫn trong tin tức trực tuyến gấp đôi so với phụ nữ ở Anh, gấp ba lần ở Nam Phi và Hoa Kỳ, gấp bốn lần ở Kenya, gấp năm lần ở Nigeria và gấp sáu lần ở Ấn Độ⁽⁵⁾.

Nghiên cứu năm 2023⁽⁶⁾ của Viện Reuters về báo chí cho thấy, phụ nữ chỉ chiếm 22% tổng số biên tập viên làm lãnh đạo ở 12 quốc gia trên 5 Châu lục, mức tăng chỉ chiếm 1% so với năm 2022. Để mở đường cho phụ nữ thăng tiến trong sự nghiệp báo chí, đã có một số bằng chứng điển hình như đầu tư vốn cho phụ nữ khởi nghiệp, áp dụng và thực hiện các chính sách bình đẳng trong các cơ quan báo chí – truyền thông, và vận động bảo vệ quyền lợi của phụ nữ tại nơi làm việc.

Nội dung tin tức

Theo Dự án Giám sát Truyền thông Toàn cầu (GMMP) 2020⁽⁷⁾ phụ nữ chỉ chiếm 1/4 nguồn tin và chủ đề trong các câu chuyện tin tức trên các phương tiện truyền thông truyền thống trên toàn thế giới. Mặc dù, trong hai thập kỷ qua, số lượng tác giả viết bài dành cho phụ nữ đã tăng, mức độ xuất hiện của phụ nữ trong các bản tin trực tuyến đã tăng 9%, 42% các nhà báo nữ được nêu tên trong các bài báo, được nhìn thấy hoặc nghe thấy trong các clip đa phương tiện.

Các phát hiện của GMMP theo thời gian cho thấy các phóng viên nữ có nhiều khả năng chuyển sang các chủ đề và nguồn tin là phụ nữ hơn nam giới. Năm 2015, kết

quả cho thấy khoảng cách lựa chọn nguồn tin theo giới tính đang thu hẹp, tuy nhiên trong năm 2020, khoảng cách này đã tăng gấp đôi. Hiện tại, 31% số người trong các bản tin truyền thống do các phóng viên nữ đưa tin là phụ nữ, trái ngược với 24% chủ đề và nguồn tin trong các bài viết của các phóng viên nam. Nhà báo nữ viết các câu chuyện theo quan điểm giới, đề cập đến những thách thức trong khuôn mẫu giới, nêu ra các vấn đề về bình đẳng giới, luật pháp hoặc chính sách thúc đẩy bình đẳng giới hoặc quyền con người có chất lượng cao hơn nam giới.

Do vậy, bình đẳng giới không còn là vấn đề riêng, nó ảnh hưởng đến sự bình đẳng giới nói chung của tất cả các ngành. Sự đại diện của phụ nữ trong mắt công chúng, khả năng tiếp cận thông tin mà phụ nữ cần cho cuộc sống hàng ngày, khả năng kể câu chuyện của riêng họ. Nếu không có các nhà báo nữ, sẽ có ít câu chuyện của phụ nữ được kể hơn. Nếu không có tiếng nói có ý nghĩa trong phạm vi đưa tin, phụ nữ sẽ không thể tham gia đầy đủ vào đời sống công cộng hoặc gây áp lực lên những người đại diện của họ để giải quyết những thách thức mà họ phải đối mặt trong xã hội.

Bạo lực trực tuyến

Theo một nghiên cứu toàn cầu của UNESCO⁽⁸⁾, gần 3/4 số nhà báo nữ được khảo sát cho biết họ đã từng trải qua một số hình thức bạo lực trực tuyến. Trong một số trường hợp, các mối đe dọa trực tuyến có thể trở thành các cuộc tấn công trong đời thực; 20% phụ nữ được khảo sát đã bị tấn công hoặc lạm dụng ngoại tuyến liên quan đến bạo lực trực tuyến. Việc liên tục tiếp xúc với bạo lực ảnh hưởng đến sức khỏe tâm thần của các nhà báo và có thể ảnh hưởng đến cách họ thực hiện công việc của mình trong tương lai; 38% số phụ nữ được hỏi đã làm cho mình ít được chú ý hơn và 30 % bắt đầu tự kiểm duyệt trên mạng xã hội.

Nghiên cứu toàn cầu mới nhất của ICFJ⁽⁹⁾ (Trung tâm nhà báo quốc tế) về bạo lực trực tuyến đối với các nhà báo nữ, dựa trên gần 1000 phản hồi từ các nhà báo nữ và các chuyên gia trên toàn thế giới, phát hiện ra rằng 73% nhà báo nữ được hỏi đã trải qua bạo lực trực tuyến trong công việc nhưng chỉ có 25% báo cáo với người sử dụng lao động (một tỷ lệ tương tự như tỷ lệ mà các nhà báo ở Anh báo cáo). Các phát hiện nhấn mạnh mức độ bạo lực cao này gây ra hậu quả nghiêm trọng không chỉ đối với các cá nhân mà còn đối với quyền tự do báo chí và bình đẳng giới trong các phương

tiện truyền thông nói chung.

Việc thiếu sự hỗ trợ cho các nhà báo nữ là nạn nhân của bạo lực trực tuyến chỉ ra sự thất bại của các tổ chức hỗ trợ nhà báo.

Khoảng cách tiền lương

Khoảng cách tiền lương là nguồn gốc gây ra nhiều vấn đề bất bình đẳng trong báo chí⁽¹⁰⁾. Theo một nghiên cứu của GMMP về bất bình đẳng trong nghề báo, các nhà báo nữ và chuyên gia truyền thông cho biết họ kiếm được khoảng 61% số tiền lương so với những người đồng nghiệp nam⁽¹¹⁾. Một phân tích gần đây của AKAS về khoảng cách lương ở 18 hãng tin tức ở Anh vào năm 2022⁽¹²⁾ cũng cho thấy khoảng cách lương của nhà báo nữ thấp hơn nam giới dao động từ 4,6 - 22,4%, với mức trung bình là 15,2%.

Ngoài ra, phân tích khoảng cách lương theo giới tính của các tổ chức tin tức tại Vương quốc Anh⁽¹³⁾ cho thấy 95% những người được theo dõi chưa đạt được sự bình đẳng về lương theo giới tính, với khoảng cách dao động từ 5 - 20%. Tại Hoa Kỳ, một nghiên cứu đầu tiên về tính công bằng tiền lương của 14 phòng tin tức Gannett cũng phát hiện ra sự chênh lệch tiền lương rõ rệt đối với phụ nữ và phụ nữ da màu so với nam giới: phụ nữ kiếm được ít hơn 9.845 đô la tương đương khoảng 83% mức lương trung bình so với nam giới, trong khi phụ nữ da màu kiếm được ít hơn 15.726 đô la, tương đương khoảng 73% mức lương trung bình so với nam giới da trắng. Phần lớn các nhà lãnh đạo tin tức được phỏng vấn (64%) nhấn mạnh khoảng cách tiền lương là khoảng cách bất bình đẳng cấp bách nhất cần đưa tin trên báo chí. Một số người cũng cho rằng, đây là cách dễ nhất để các tổ chức tin tức giải quyết vì dễ đo lường⁽¹⁴⁾.

Qua phân tích một số vấn đề bình đẳng giới trong các cơ quan báo chí – truyền thông có thể thấy, mặc dù báo chí đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng dư luận, thay đổi nhận thức của công chúng về các vấn đề liên quan đến bình đẳng giới. Nhưng thực tế lại chỉ ra, bản thân các cơ quan báo chí vẫn tồn tại các vấn đề bất bình đẳng như quyền sở hữu phương tiện truyền thông, nội dung truyền thông, vấn đề bạo lực trực tuyến, khoảng cách tiền lương và một số vấn đề khác tác giả chưa chỉ ra hết trong bài viết này. Do vậy, để làm tốt được vai trò là cơ quan ngôn luận của Đảng, tiếng nói của Nhân dân, việc cải thiện vấn đề bình đẳng giới trong các cơ quan báo chí

– truyền thông thực sự rất cần thiết.

2. Bài học kinh nghiệm

Rất nhiều quốc gia và các cơ quan báo chí lớn trên thế giới đã tiên phong giải quyết vấn đề bất bình đẳng trong lĩnh vực báo chí – truyền thông, sau đây là một số ví dụ điển hình:

Đối với Quyền sở hữu và quản lý phương tiện truyền thông

Việc tạo ra những con đường phù hợp giúp phụ nữ nắm giữ các vị trí lãnh đạo có thể ảnh hưởng đáng kể đến bình đẳng giới trong lĩnh vực báo chí⁽¹⁵⁾. Trước hết, nó có thể tác động đến việc tuyển dụng và giữ chân phụ nữ ở các cơ quan báo chí truyền thông. Rất ít cơ quan truyền thông có các chính sách đáp ứng nhu cầu của nhân viên nữ hoặc đảm bảo họ có những cơ hội thăng tiến trong sự nghiệp như các đồng nghiệp nam. Nếu các tổ chức tin tức thực sự cam kết về bình đẳng giới, họ cần có các chính sách để đảm bảo phụ nữ được tuyển dụng và giữ chân bằng cách tạo ra một môi trường làm việc an toàn và được tạo điều kiện thăng tiến trong sự nghiệp. Phụ nữ phải được tiếp cận đào tạo bình đẳng, nhận được mức lương bình đẳng và được xem xét thăng chức bình đẳng. The New York Times là một ví dụ điển hình sẽ được nhắc đến ở phần này.

The New York Times là trang web báo chí tiếng Anh được đọc nhiều nhất trên thế giới. Nó thu hút 90 triệu lượt truy cập độc nhất hàng tháng tại Mỹ, có 4 triệu người đăng ký trên YouTube và 52 triệu người theo dõi trên Twitter; 56% khán giả ở Mỹ là phụ nữ; 1.665.684 trang web liên kết, trong đó 1.192 là các trang web chính phủ và 7.829 là giáo dục⁽¹⁶⁾. Năm 2020, The New York Times có 52% số nhân viên và lãnh đạo là phụ nữ (lần đầu tiên chiếm đa số); người da màu chiếm 33% số nhân viên và 23% số lãnh đạo. The New York Times đã đặt mục tiêu tăng cường đại diện của các đồng nghiệp người gốc Phi /người Mỹ gốc Phi và La tinh/ người Mỹ gốc Tây Ban Nha trong lãnh đạo lên 50% vào năm 2025⁽¹⁷⁾.

Để thực hiện điều này, The New York Times đã xây dựng kế hoạch để thúc đẩy tính minh bạch, liêm chính, công bằng, đa dạng, cạnh tranh và có trách nhiệm. Trong bản báo cáo vào tháng 7 năm 2021, lần đầu tiên họ công bố dữ liệu về việc giữ chân và

thăng tiến cho nhân viên theo chủng tộc và dân tộc để cung cấp cái nhìn tổng quan về tình hình hiện tại, từ đó chỉ ra họ cần cải thiện cái gì và tự tin khẳng định họ đang đi đúng hướng để đạt được các mục tiêu và chỉ tiêu về đa dạng, công bằng và hòa nhập. Thành công và bài học về bình đẳng giới của The New York Times đến từ chính sự quan tâm của các cấp lãnh đạo. Trong các cuộc khảo sát nhân viên, 95% nhân viên của The Times cho biết họ tự hào khi làm việc ở đây và phần lớn nhân viên báo cáo có sự nghiệp mãn nguyện và trải nghiệm tích cực⁽¹⁸⁾. The Times cũng đã thực hiện nhiều nỗ lực có ý nghĩa trong những năm gần đây nhằm đạt được bình đẳng cao hơn, bao gồm:

Quy định rõ ràng sự đa dạng, công bằng và hòa nhập gắn với sứ mệnh và giá trị của The Times.

Hoàn thành việc ra mắt văn phòng thực hiện chiến lược, đồng thời xây dựng dựa trên những cải tiến truyền thông để các nhà lãnh đạo có thêm nhiều tiếng nói và quan điểm khác nhau.

Đối với phòng tin tức, The Times thay đổi cách thức tuyển dụng, phát triển và tạo cơ hội thăng tiến cho tất cả các nhà báo - phóng viên, biên tập viên, nhà sản xuất...cũng như thực hiện các biện pháp hỗ trợ những công việc này một cách liên tục nhằm khuyến khích sự đa dạng, đảm bảo công bằng và thúc đẩy sự hòa nhập lớn hơn trong công ty.

Tăng cường sự đa dạng trong phòng tin tức để tạo ra công chúng rộng rãi hơn. Việc tăng cường sự đa dạng trong phòng tin tức của The Times như nhiều người da màu hơn, nhiều phụ nữ hơn, nhiều người từ các khu vực ngoài các thành phố lớn hơn, nhiều nhà báo trẻ hơn và nhiều người không phải người Mỹ hơn - là điều rất quan trọng. Một lực lượng lao động đa dạng cho phép họ tạo ra báo cáo tin tức nhanh nhất, kể những câu chuyện tốt nhất phù hợp với đối tượng công chúng rộng rãi và phản ánh đầy đủ hơn cho tất cả mọi người.

Bằng những hành động cụ thể, The Times đã trở thành một trong số các tổ chức báo chí nổi bật đã có những nỗ lực đổi mới để mang lại sự thay đổi trong việc đại diện và hòa nhập của phụ nữ (bao gồm cả phụ nữ da màu ở các quốc gia có dân số đa chủng

tộc) trong việc ra quyết định ở vị trí lãnh đạo trong tổ chức báo chí. Sự thành công của The Times cho thấy cách quản lý phương tiện truyền thông, kết hợp với sự lãnh đạo tận tụy của tòa soạn, có thể thúc đẩy sự thay đổi mang tính đột phá. Điều này sẽ là động lực và bài học giúp các cơ quan báo chí khác học hỏi và rút kinh nghiệm để tiến bình đẳng giới trong các cơ quan báo chí nói riêng và bình đẳng giới trong xã hội nói chung.

Đối với nội dung tin tức

Nation Media Group là tập đoàn truyền thông độc lập lớn nhất ở Đông và Trung Phi, với hoạt động trong các lĩnh vực in ấn, phát sóng và truyền thông kỹ thuật số tại Kenya, Uganda, Tanzania và Rwanda. Tờ báo chủ lực là Daily Nation – tờ báo in lớn nhất cả nước và là tờ báo trực tuyến lớn thứ hai⁽¹⁹⁾. Công ty cũng xuất bản một phụ trang hàng tháng, The Voice, tập trung vào những người phụ nữ làm nhân vật chính và các vấn đề của phụ nữ. Daily Nation đạt 1,4 triệu lượt truy cập trực tuyến hàng tháng, có 753.000 người đăng ký YouTube và 2,8 triệu người theo dõi Twitter. 40% độc giả của công ty là phụ nữ⁽²⁰⁾ 53.436 trang web bên ngoài liên kết với Daily Nation, trong đó có 18 trang web chính phủ và 256 trang web giáo dục.

Vào năm 2019, Nation Media Group đã ra mắt Gender Desk đầu tiên của Kenya (và thực tế là của cả châu Phi) – một bản tin – dưới sự lãnh đạo của Pamella Sittoni. Bản tin được tài trợ bởi Quỹ Bill & Melinda Gates tài trợ với sự hợp tác biên tập với The Fuller Project.

Sự ra mắt của Gender Desk đã tạo ra tác động tích cực trong xã hội thiên vị nam giới và mang lại thành công đặc biệt cho Nation Media Group thông qua việc nâng cao tiếng nói của phụ nữ và mang đến cho độc giả sự cân bằng về giới hơn. Tỷ lệ tên tác giả trong Gender Desk là nữ gần đạt mức bình đẳng (49%) so với 42% trong các phòng tin tức của Kenya⁽²¹⁾. Đồng thời, phân tích miêu tả về một mẫu câu chuyện cho thấy 94% các chuyên gia giới thiệu trong các câu chuyện của Gender Desk là phụ nữ⁽²²⁾, trái ngược với 14% trong các câu chuyện về COVID từ Kenya vào năm 2020⁽²³⁾. Tỷ lệ tiếng nói của phụ nữ trong các câu chuyện của Gender Desk năm 2020 là 59%, cao hơn nhiều so với ví dụ 22% được ghi nhận trên nation.africa.

Sự ra mắt của Gender Desk đã giúp Nation Media Group tăng cường đưa tin về các vấn đề quan trọng liên quan đến giới, chẳng hạn như bạo lực đối với phụ nữ. Ví dụ, trong ba năm qua, trong chiến dịch 16 ngày hành động chống bạo lực liên quan đến giới, biên tập viên được cấp một trang mỗi ngày trên tờ Daily Nation để giới thiệu các câu chuyện nhằm nêu bật các vấn đề và giải pháp liên quan đến bạo lực dựa trên giới. Họ nhận thấy rằng trong một hoặc hai năm qua, các phương tiện truyền thông khác, chẳng hạn như The Standard, đã bắt chước cách tiếp cận của Daily Nation bằng cách đưa nội dung lấy phụ nữ làm trung tâm giúp bản tin nổi bật hơn.

Vào năm 2019, trước khi ra mắt Gender Desk, Nation Media Group đã tiến hành đào tạo nhạy cảm giới với tất cả các phóng viên và biên tập viên của mình, một hành động được đánh giá là rất quan trọng trong việc mở đường cho sự ra mắt thành công của lĩnh vực này. Đào tạo đã tạo ra động lực và phá bỏ một số rào cản đối với việc đưa tin tập trung vào phụ nữ, đặc biệt là đối với các nhà báo/biên tập viên nam. Biên tập viên của Gender Desk nhấn mạnh tầm quan trọng thiết yếu của việc đào tạo nhạy cảm giới liên tục trong phòng tin tức. Nếu không có đào tạo thường xuyên, góc nhìn mặc định của nam giới về thế giới sẽ kéo các nhà báo trở lại với những thành kiến quen thuộc, khiến tiếng nói của phụ nữ bị gạt ra ngoài lề.

Một trong những thành công chính được xác định sau khi ra mắt Gender Desk là thực tế các cơ quan hoạch định chính sách ở Kenya đã nhận thấy công việc mà lĩnh vực này đang thực hiện và đã cảnh báo cho họ về các sự kiện khác nhau liên quan đến bất bình đẳng giới đang diễn ra trong nước. Hơn nữa, chính phủ đã thực hiện những thay đổi chính sách cụ thể nhờ vào phạm vi đưa tin của Gender Desk, điều này là niềm tự hào đối với Gender Desk⁽²⁴⁾.

Bài học kinh nghiệm của Nation Media Group cho thấy, sự thành công của Gender Desk một lần nữa khẳng định vai trò của người đứng đầu cơ quan báo chí. Ngoài ra, để đạt được vấn đề bình đẳng giới đối với nội dung tin tức báo chí của Gender Desk, điều quan trọng phải đào tạo sự nhận thức về giới một cách liên tục đối với đội ngũ phóng viên và biên tập viên báo chí. Chính việc tăng số lượng, chất lượng nội dung bài viết liên quan đến các vấn đề về giới của Gender Desk không chỉ tác động ảnh hưởng đến nhận thức của độc giả mà nó còn tác động đến các nhà hoạch định chính sách ở Kenya.

Đối với vấn đề bạo lực trực tuyến

Một trong những vấn đề cấp bách ảnh hưởng đến các nhà báo nữ đó là bạo lực trực tuyến. Những nỗ lực ở các khu vực khác nhau trên thế giới nhằm chống lại bạo lực trực tuyến bị hạn chế do thiếu luật pháp quốc gia hoặc luật còn hạn chế. Ví dụ, khi định nghĩa pháp lý về bạo lực chỉ giới hạn ở ngôn từ kích động bạo lực, thì luật không thể áp dụng để giải quyết các biểu hiện bạo lực khác, đối với phụ nữ, chúng rất rộng và liên tục phát triển song song với sự phát triển của công nghệ⁽²⁵⁾.

Đôi khi thách thức không chỉ là việc thiếu luật pháp, mà còn là khoảng cách về năng lực áp dụng luật pháp hoặc điều chỉnh luật hiện hành vào lĩnh vực kỹ thuật số. Để chống lại vấn đề này, các nền tảng kỹ thuật số cần tuân thủ các yêu cầu thẩm định thực tế, như đã nêu trong các khuôn khổ luật định mới. Đạo luật Dịch vụ Kỹ thuật số của EU, đặt ra các nghĩa vụ mới cho các nền tảng trực tuyến, là một hướng đi tiềm năng để buộc các tổ chức này phải chịu trách nhiệm về sự lan rộng của bạo lực trên cơ sở giới trực tuyến. Một nhóm các mạng lưới quản lý khu vực, bao gồm Mạng lưới các Cơ quan quản lý truyền thông châu Phi, Mạng lưới các Cơ quan quản lý Địa Trung Hải và Nền tảng các Cơ quan quản lý nghe nhìn Ibero-American, cùng nhiều tổ chức khác, cũng bày tỏ sự ủng hộ đối với các hướng dẫn của UNESCO về việc quản lý phương tiện truyền thông. Một số sáng kiến quốc gia cũng đang được tiến hành hợp tác với các tổ chức quốc tế như Chương trình Phát triển Liên hợp quốc và Hội đồng Châu Âu, chẳng hạn như các dự án chống bạo lực kỹ thuật số đối với phụ nữ ở Bosnia-Herzegovina⁽²⁶⁾.

Bất chấp những thách thức này, sự thành công ở một số quốc gia minh họa cho hiệu quả của sự hợp tác nhằm tạo động lực cho các sáng kiến chính sách giải quyết bất bình đẳng giới trong lĩnh vực truyền thông. Vào tháng 11 năm 2023, 33 đơn vị truyền thông tại Rwanda đã đăng ký Chính sách chống quấy rối tình dục của phương tiện truyền thông Rwanda, chính sách này sẽ được một ủy ban đại diện truyền thông giám sát. Các phương tiện truyền thông địa phương đã đề xuất sáng kiến này để họ có thể tham khảo khi xây dựng các chính sách chống quấy rối tình dục⁽²⁷⁾.

Trường hợp Rwanda nêu bật vai trò mà các bên hỗ trợ quốc tế có thể đóng góp trong việc thúc đẩy các mục tiêu bình đẳng giới bằng cách hợp tác với các bên địa phương

để giúp thực hiện các nguyên tắc của các thỏa thuận và hướng dẫn siêu quốc gia, chẳng hạn như BpfA (Cương lĩnh hành động Bắc Kinh). Chương trình Bảo vệ phương tiện truyền thông độc lập để phát triển hiệu quả (PRIMED), được triển khai tại Bangladesh, Ethiopia và Sierra Leone, là một trường hợp điển hình khác. Là một phần của chương trình, các tổ chức truyền thông ở ba quốc gia đã phát triển các mô hình kinh doanh và chiến lược tổ chức để cải thiện bình đẳng giới tại nơi làm việc và trong nội dung truyền thông, đồng thời tăng cường sự tham gia của nhiều đối tượng công chúng khác nhau. Để theo dõi tiến độ, Free Press Unlimited, một trong những đơn vị triển khai PRIMED, đã xây dựng một danh sách kiểm tra dựa trên một bộ chỉ số về giới được xây dựng và một phần trong số đó dựa trên các chỉ số nhạy cảm về giới của UNESCO dành cho phương tiện truyền thông⁽²⁸⁾.

Khoảng cách tiền lương

Tại Vương quốc Anh, theo Đạo luật Bình đẳng năm 2017, tất cả các công ty (bao gồm các tổ chức truyền thông) có quy mô nhất định đều phải công bố dữ liệu về khoảng cách lương của mình. Quy định này áp dụng cho các tổ chức tư nhân và tổ chức tự nguyện có 250 nhân viên trở lên. Đối với các phương tiện truyền thông dịch vụ công lớn, điều này đã dẫn đến sự giám sát của công chúng và dẫn đến áp lực để hành động. Sau khi công bố dữ liệu, BBC đã phải khắc phục khoảng cách lương theo giới tính của mình⁽²⁹⁾.

Cơ quan quản lý Vương quốc Anh, Ofcom, cung cấp hướng dẫn về cấp giấy phép phát sóng liên quan đến bình đẳng, đa dạng và hòa nhập: "Các đài phát thanh phải thực hiện các biện pháp để thúc đẩy bình đẳng trong việc làm giữa nam và nữ, giữa các nhóm chủng tộc khác nhau, và cho người khuyết tật. Họ cũng phải thiết lập các biện pháp đào tạo và đào tạo lại. Đây là các điều kiện trong giấy phép của Ofcom." Ofcom giám sát việc tuân thủ các điều kiện giấy phép và theo dõi tiến độ theo thời gian một cách minh bạch và có thể đo lường được⁽³⁰⁾.

Để giải quyết vấn đề khoảng cách tiền lương, bài học kinh nghiệm chỉ ra: Các cơ quan báo chí phải đưa ra các báo cáo định kỳ về mức lương của nhân viên theo giới tính để minh bạch hóa thông tin và tạo áp lực cho việc điều chỉnh; Thực hiện các cuộc đánh giá công bằng về công việc để đảm bảo rằng nam và nữ được trả lương tương xứng

cho cùng một loại công việc; đảm bảo rằng quy trình tuyển dụng không thiên lệch và khuyến khích ứng viên nữ tham gia vào các vị trí lãnh đạo; Cung cấp đào tạo cho tất cả nhân viên về bình đẳng giới và các vấn đề liên quan đến khoảng cách lương để nâng cao nhận thức và thay đổi văn hóa công ty; Tạo ra các chính sách hỗ trợ như nghỉ thai sản, nghỉ dưỡng cho cha mẹ, và các chương trình linh hoạt để giúp phụ nữ cân bằng công việc và đời sống gia đình; Thiết lập các chỉ số theo dõi khoảng cách lương và thực hiện các nghiên cứu định kỳ để đánh giá tiến độ và điều chỉnh các biện pháp cần thiết.

3. Kết luận

Bình đẳng giới là mục tiêu toàn cầu và phương tiện truyền thông đóng vai trò chủ chốt trong việc đạt được mục tiêu này. Ngành báo chí – truyền thông không chỉ có khả năng định hình nhận thức xã hội mà còn có trách nhiệm trong việc phản ánh một cách công bằng và toàn diện các vấn đề liên quan đến giới. Mặc dù đã có những tiến bộ nhất định, nhưng tình trạng bất bình đẳng giới trong lĩnh vực truyền thông vẫn còn tồn tại, từ quyền sở hữu và quản lý phương tiện truyền thông cho đến nội dung tin tức và bạo lực trực tuyến.

Để cải thiện tình hình, các cơ quan báo chí cần thực hiện các biện pháp mạnh mẽ và liên tục, bao gồm việc đào tạo nhận thức về giới cho nhân viên, xây dựng môi trường làm việc an toàn và hỗ trợ, cũng như công khai thông tin về khoảng cách tiền lương. Các bài học kinh nghiệm từ những tổ chức tiên phong như The New York Times và Nation Media Group cho thấy rằng sự lãnh đạo tận tâm và các chính sách cụ thể có thể tạo ra sự thay đổi tích cực.

Cuối cùng, sự hợp tác giữa các bên liên quan, bao gồm chính phủ, tổ chức phi chính phủ và cộng đồng, là rất quan trọng để thúc đẩy bình đẳng giới trong báo chí và trong xã hội. Chỉ khi tất cả các bên cùng nhau hành động, chúng ta mới có thể đạt được một môi trường truyền thông công bằng, đa dạng và hòa nhập, từ đó nâng cao chất lượng thông tin và phản ánh đúng đắn hơn về thực tế xã hội./.

Tài liệu tham khảo

(1), (4), (5) Luba Kassova (2020), The Missing Perspectives of Women (AKAS, November 2020).

<https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.19-The-Missing-Perspectives-of-Women-in-News-FINAL-REPORT.pdf>.

(2), (3) Tobitt, C. (2021), Seven in ten female journalists say newsroom leadership male dominated, survey. Press Gazette. November 16, 2021. Retrieved from: <https://pressgazette.co.uk/glass-newsroom-journalism-gender-gap/>

(6) Kirsten Eddy, Amy Ross Arguedas, Mitali Mukherjee, and Rasmus Kleis Nielsen (2023), Women and Leadership in the News Media 2023: Evidence from 12 Markets (Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023)

(7) Sarah Macharia, ed., (2020), Who Makes the News? The Global Media Monitoring Project 2020 (Toronto: WACC, 2021), https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP2020.ENG_FINAL_.pdf.

(8) Julie Posetti, et al., (2020), Online Violence against Women Journalists: A Global Snapshot of Incidence and Impacts (UNESCO, 2020), <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136>.

(9) International Center for Journalists (ICFJ), (2022), The Chilling: New recommendations aimed at news organizations and the platforms in response to online violence against women journalists. March 5, 2022. Retrieved from: <https://www.icfj.org/news/chilling-new-recommendations-aimed-news-organizations-and-platforms-response-online-violence>

(10), (16), (18), (24) Luba Kassova (2022), From Outrage to Opportunity: How to Include the Missing Perspectives of Women of All Colors in News Leadership and Coverage (Internews, November 2022), <https://internews.org/wp-content/uploads/2022/11/Outrage-Report-FINAL.pdf>.

(11) Mohamed, A. (2022), Why female journalists in the developing world are paid less than males. Cameras for Girls. February 21, 2022. Retrieved from: <https://www.camerasforgirls.org/student-stories/why-female-journalists-in-the-developing-world-are-paid-less-than-males>

(12), (22) AKAS (2022), The story of a groundbreaking global south-global north collaboration between The Nation Media Group and The Fuller Project. Retrieved from: <https://fullerproject.org/wp-content/uploads/2022/09/2022.08.30-NMGand-TFP-partnership-white-paper.pdf>

(13) Kassova, L. (2021), When diversity in newsrooms and news leadership is not enough. Thomson Foundation. Retrieved from: Why diversity in newsrooms and news leadership is not enough | Thomson Foundation

(14) TNG Gannett Caucus (2021), Study shows pay disparities for women and journalists of color as high as \$27,000 at Gannett. The News Guild. April 27, 2021. Retrieved from: <https://newsguild.org/newsguild-study-shows-gannettnewsrooms-underpay-women-and-journalists-of-color-as-much-as-27000/>

(15) According to journalists and media experts who participated in "Investigating Levers of Change for Gender Equality in Media," Zoom, 2022–2023.

(17) The New York Times (2020), A Call to Action. Building a Culture That Works for All of Us. Retrieved from: <https://www.nytc.com/company/diversity-and-inclusion/a-call-to-action/>

- (19) Reuters Institute (2022), Digital News Report 2022. Retrieved from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digitalnews-report/2022>
- (20) SimilarWeb (2022), Desktop and mobile demographics – Gender, Traffic-share as of February 2022
- (21) Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & de Beer, A. S. (Eds.) (2019), Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe. Columbia University Press.
- (23) Kassova, L. (2020), The Missing Perspectives of Women in COVID-19 News. International Women's Media Foundation. Retrieved from: <https://www.iwmf.org/women-in-covid19-news/>
- (25) For example, sexual harassment, stalking, Zoom bombing, intimate image abuse, trolling, doxing, misogynistic or gendered hate speech, intimate partner or domestic violence, and trafficking. See UN Women's 2022 policy brief "Accelerating Efforts to Tackle Online and Technology- Facilitated Violence against Women and Girls," 2022,
- (26) Networks of Regulatory Agencies Join Forces in Supporting UNESCO Guidelines on Regulating Digital Platforms, UNESCO, February 24, 2023, <https://www.unesco.org/en/articles/networks-regulatory-agencies-join-forces-supporting-unesco-guidelines-regulating-digital-platforms>.
- (27) You Should Feel Safe in Your Workplace, Fojo Media Institute, n.d., <https://fojo.se/en/you-should-feel-safe-in-your-workplace/>, accessed February 27, 2024.
- (28) Gender Equality in the Media: Learning Brief," PRIMED, 2024, https://www.bbc.co.uk/mediaaction/documents/primed_gender-learning-brief-final.pdf.
- (29) Sarah Macharia, Agneta Söderberg Jacobson (2024), Breaking Barriers: A Whole-of-Society Approach to Gender Equality in Media Development and Malak Monir. Center for International Media Assistance.
- (30) Guidance: Equity, Inclusion in Broadcasting, OfCom, n.d., <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/guidance/diversity/guidance>, accessed November 14, 2023.