

Truyền thông về bình đẳng giới trong chính trị trên báo mạng điện tử Việt Nam

Ngày nhận bài: 17/03/2026 | Ngày phản biện: 18/03/2026 | Ngày xuất bản: 22/05/2026

Tác giả: Nguyễn Thị Lệ Quyên (Học viện Phụ nữ Việt Nam)

Tóm tắt: Trong những năm qua, Đảng và Nhà nước Việt Nam đã thể hiện sự cam kết mạnh mẽ trong việc thúc đẩy bình đẳng giới nói chung và bình đẳng giới trong chính trị nói riêng thông qua hệ thống các văn bản pháp luật, chính sách và chương trình hành động quốc gia. Từ Luật Bình đẳng giới, Luật Bầu cử đại biểu Quốc hội và đại biểu Hội đồng nhân dân, đến các nghị quyết của Đảng về công tác cán bộ nữ, Việt Nam đã có những bước đi cụ thể nhằm tạo lập môi trường pháp lý thuận lợi để nâng cao vai trò và vị thế của phụ nữ trong các cơ quan quyền lực nhà nước. Tuy nhiên, bất chấp những nỗ lực đó, thực tiễn cho thấy bình đẳng giới trong lĩnh vực chính trị vẫn còn là một mục tiêu chưa trọn vẹn. Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp phân tích nội dung và phỏng vấn sâu, trên cơ sở lý luận về truyền thông và giới.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã đạt được nhiều tiến bộ đáng kể trong việc thúc đẩy bình đẳng giới, đặc biệt là trong lĩnh vực chính trị. Tuy nhiên, tỷ lệ nữ giới tham gia vào các vị trí lãnh đạo, quản lý cấp cao vẫn còn khiêm tốn. Báo chí, với vai trò là phương tiện truyền thông đại chúng, có tiềm năng lớn trong việc nâng cao nhận thức xã hội, thay đổi định kiến giới và thúc đẩy sự tham gia chính trị của phụ nữ. Tuy nhiên, hiệu quả của báo chí trong việc thực hiện nhiệm vụ này còn nhiều hạn chế.

Báo chí có khả năng định hình dư luận, phản ánh chính sách và thúc đẩy sự tham gia của các nhóm yếu thế, trong đó có phụ nữ. Việc xây dựng hình ảnh phụ nữ trên báo chí góp phần phá vỡ định kiến giới và khuyến khích nữ giới mạnh dạn tham gia chính trị. Bình đẳng giới trong chính trị là trụ cột quan trọng của tiến bộ xã hội và phát triển

bền vững. Báo chí Việt Nam với vai trò truyền thông chủ lực đã góp phần đáng kể trong việc thúc đẩy nhận thức xã hội về bình đẳng giới trong chính trị. Bài viết này phân tích thực trạng, đánh giá những thành tựu và hạn chế, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông về bình đẳng giới trong chính trị.

Đặc biệt, trong thời đại số, báo mạng điện tử đã trở thành một kênh truyền thông chủ lực với tốc độ lan truyền nhanh, khả năng tương tác cao và khả năng định hướng nhận thức vượt ra ngoài khuôn khổ truyền thông truyền thống. Chính vì vậy, nâng cao hiệu quả truyền thông về bình đẳng giới trong chính trị đóng vai trò vô cùng quan trọng nhằm góp phần thúc đẩy sự phát triển của của đất nước. Vì bình đẳng giới không chỉ là một mục tiêu xã hội quan trọng mà còn là yếu tố cốt lõi cho sự phát triển bền vững của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay. Với vai trò cầu nối giữa chính quyền, cộng đồng và xã hội, báo chí đã góp phần đáng kể trong việc nâng cao nhận thức và thúc đẩy các chính sách về bình đẳng giới, đặc biệt trong lĩnh vực chính trị, đặc biệt là báo điện tử. Những nỗ lực này không chỉ tạo cơ hội cho phụ nữ tham chính mà còn góp phần xây dựng một xã hội công bằng và bình đẳng hơn. Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đạt được, báo chí cũng phải đối mặt với nhiều thách thức và hạn chế trong việc truyền thông về bình đẳng giới. Bài viết phân tích thực trạng, đánh giá những thành công và hạn chế, đồng thời đề xuất các giải pháp để nâng cao hiệu quả truyền thông của báo mạng điện tử trong thúc đẩy bình đẳng giới về chính trị

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện dựa trên phương pháp tiếp cận đa chiều, kết hợp giữa lý thuyết truyền thông hiện đại và khung phân tích giới để đánh giá vai trò của báo mạng điện tử trong việc thúc đẩy bình đẳng giới trong chính trị.

Phương pháp phân tích nội dung: Đây là phương pháp chủ đạo được sử dụng để khảo sát hệ thống tin bài trên các báo mạng điện tử có sức ảnh hưởng lớn như: Báo Nhân Dân, Hà Nội mới, Phụ nữ Việt Nam. Đối tượng phân tích bao gồm các bài viết liên quan đến công tác cán bộ nữ, các kỳ bầu cử Quốc hội và Hội đồng nhân dân, cùng các chân dung nữ chính trị gia. Nghiên cứu tập trung vào việc giải mã thông điệp thông qua: Tần suất xuất hiện, vị trí tin bài, cách đặt tiêu đề (Headline) và việc sử dụng các từ ngữ mang tính biểu tượng giới.

Phương pháp nghiên cứu trường hợp: Để làm rõ sự khác biệt trong cách tiếp cận của báo chí, nghiên cứu chọn lọc các trường hợp cụ thể là những nữ lãnh đạo cấp cao như nguyên Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân, bà Lê Thị Nga, các nữ cán bộ cấp tỉnh, cấp xã. Việc phân tích sâu các bài viết này giúp nhận diện xem báo chí đang khắc họa họ dưới góc độ năng lực quản trị hành chính hay đang sa đà vào các khía cạnh đời tư và phẩm chất "truyền thống".

Phương pháp phân tài liệu: Bài viết nghiên cứu hệ thống văn bản quy phạm pháp luật làm hệ quy chiếu cho việc thực hiện bình đẳng giới trong lĩnh vực chính trị, bao gồm: Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2021–2030, Quyết định số 2282/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường sự tham gia bình đẳng của phụ nữ trong các vị trí lãnh đạo. Từ đó, tác giả đánh giá mức độ tương thích giữa nội dung truyền thông báo chí với các mục tiêu chính trị mà Đảng và Nhà nước đã đề ra.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Những dấu ấn và đóng góp của báo chí trong việc thúc đẩy bình đẳng giới

Thực tiễn truyền thông thời gian qua cho thấy báo mạng điện tử đã hoàn thành tốt vai trò là cầu nối thông tin, góp phần làm thay đổi nhận thức xã hội về vai trò của phụ nữ trong hệ thống chính trị.

Một thành tựu nổi bật là báo chí đã tạo ra được những "luồng dư luận tích cực" thông qua việc phổ biến các chỉ số thành công về giới. Điển hình như việc đưa tin về kết quả bầu cử Quốc hội khóa XV, với tỷ lệ nữ đại biểu đạt 30,26%, vượt mức mục tiêu đề ra và cao nhất từ trước đến nay. Nội dung tron bài viết "Số nữ đại biểu Quốc hội nhiệm kỳ 2021-2026 tăng 3,58%" trên báo Dân trí số ra ngày 06/11/2024, của tác giả Trần Huyền, 2024).

Hay trong bài viết " Bài 1: Những con số ấn tượng" của tác giả Song Nguyễn – Nguyễn Oang đang trên báo Đại biểu Nhân dân số ra ngày 06/03/2023 và trong bài viết "Tỷ lệ nữ đại biểu Quốc hội khóa XV là 30.26%" trên báo Phụ nữ Việt Nam. Những con số này không chỉ là số liệu thô mà được báo chí chuyển hóa thành niềm tin cho cử tri về khả năng lãnh đạo của phụ nữ. Các tờ báo như Phụ nữ Việt Nam hay Dân trí đã xây dựng những chuyên mục riêng, sử dụng công cụ đa phương tiện (Infographic, video phỏng vấn trực tuyến) để giới thiệu các chính sách hỗ trợ cán bộ

nữ, giúp các chủ trương của Đảng như Nghị quyết 28/NQ-CP đi sâu vào đời sống. Ví dụ như bài viết "Các cấp Hội thực hiện Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2021 - 2025: Đồng bộ, sáng tạo, hiệu quả" trên báo Phụ nữ Việt Nam số ra ngày 04/06/2025. Trên chuyên mục Báo chí đã thành công trong việc bước đầu xây dựng hình ảnh nữ chính trị gia là những người bản lĩnh, có kiến thức chuyên môn sâu và khả năng ra quyết định quyết liệt.

Trong những năm qua, báo mạng điện tử tại Việt Nam đã khẳng định vai trò là lực lượng tiên phong, không chỉ dừng lại ở mức độ cung cấp thông tin thuần túy mà còn trở thành một thiết chế quan trọng trong việc thúc đẩy bình đẳng giới trong chính trị. Những đóng góp của báo chí thể hiện rõ nét qua các khía cạnh sau:

Thứ nhất, báo chí là kênh lan tỏa mạnh mẽ các chỉ số tích cực về tham chính của phụ nữ. Khảo sát nội dung trên các báo lớn như Nhân Dân, Dân trí Phụ nữ Việt Nam hay cho thấy, báo chí đã kịp thời truyền tải những con số "biết nói" về sự gia tăng vị thế của nữ giới. Một trong những ví dụ điển hình là các bài viết chuyên sâu, phỏng vấn nữ lãnh đạo như bà Nguyễn Thị Kim Ngân, đã góp phần lan tỏa hình ảnh phụ nữ thành công trong chính trị. Từ đó, khơi dậy cảm hứng và tạo động lực cho phụ nữ tham gia chính trị. Bên cạnh đó, báo chí còn góp phần thúc đẩy chính sách thông qua việc tham gia phản biện, giới thiệu chính sách như Quyết định 2282/QĐ-TTg, Luật Bình đẳng giới.

Trên báo Phụ nữ Việt Nam, nơi thường xuyên cung cấp thông tin chi tiết và phân tích sâu sắc về vai trò của phụ nữ trong Quốc hội và các cơ quan nhà nước khác. Trong số đó, bài viết "Phụ nữ Việt Nam trong Quốc hội khóa XIV: Từ những cánh cửa mở đến những thách thức cần vượt qua" đã đưa ra cái nhìn tổng quan về sự tham gia của phụ nữ, chỉ ra rằng tỷ lệ nữ đại biểu Quốc hội đã tăng từ 24% ở khóa XIII lên 27% ở khóa XIV vào 30,26 % ở khóa XV. Bài viết không chỉ đưa ra số liệu thống kê mà còn phỏng vấn những nữ đại biểu, như bà Nguyễn Thị Kim Ngân (nguyên Chủ tịch Quốc hội) và bà Lê Thị Nga (Chủ nhiệm Ủy ban Tư pháp), để họ chia sẻ về những khó khăn và thách thức mà họ phải đối mặt, cũng như những nỗ lực của họ trong việc thúc đẩy các chính sách bình đẳng giới.

Diễn hình là việc đưa tin đậm nét về kết quả bầu cử Quốc hội khóa XV, với tỷ lệ nữ đại biểu đạt 30,26% con số cao nhất từ trước đến nay, đưa Việt Nam vươn lên đứng thứ 51 trên thế giới về tỷ lệ phụ nữ tham gia Quốc hội. Cụ thể trong bài viết "Tỷ lệ nữ đại biểu Quốc hội khóa XV là 30.26%" trên báo Phụ nữ Việt Nam. Bằng cách phân tích các dữ liệu này, báo chí đã tạo ra một niềm tin xã hội rằng phụ nữ Việt Nam hoàn toàn có đủ năng lực và bản lĩnh để đảm đương những trọng trách quốc gia, từ đó củng cố sự ủng hộ của cử tri đối với các ứng cử viên nữ trong các kỳ bầu cử.

Thứ hai, xây dựng và tôn vinh những "hình mẫu truyền cảm hứng. Báo chí đã dành nhiều dung lượng để khắc họa chân dung các nữ chính trị gia tiêu biểu như nguyên Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân, bà Lê Thị Nga hay các nữ lãnh đạo địa phương.

Cụ thể trên báo Nhân dân điện tử có 478 bài viết về nguyên Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân. Khắc họa rõ nét chân dung một nữ chính trị gia, ví dụ như một trong những bài viết đó là "Phát biểu khai mạc kỳ họp thứ 11 của Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân". Hay trên báo Phụ nữ Việt Nam cũng đăng tải nhiều bài viết về nguyên Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân, bài viết: "Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân: Khẩn trương thực hiện các luật, nghị quyết đã thông qua", trên mục Chính trị - Xã hội của báo Phụ nữ Việt Nam, hay bài "Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân dự phiên họp Ban Chấp hành ALPA 40" đăng trên mục Chính trị - Xã hội của báo Phụ nữ Việt Nam. Các bài viết tập trung vào trí tuệ, khả năng điều hành và những đóng góp chính sách cụ thể của họ thay vì chỉ khai thác khía cạnh đời tư. Những câu chuyện về sự dẫn thân, bản lĩnh vượt qua các rào cản truyền thống để thành công trên chính trường đã trở thành nguồn động lực to lớn, khích lệ thế hệ phụ nữ trẻ mạnh dạn tham gia vào bộ máy quản lý nhà nước.

Thứ ba, báo chí đóng vai trò "cầu nối" đưa chính sách vào đời sống và phản hồi thực tiễn. Hệ thống báo điện tử đã thực hiện hiệu quả việc phổ biến các văn bản quy phạm pháp luật như Luật Bình đẳng giới, Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2021-2030 và Quyết định 2282/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Bài viết: "Thực hiện hiệu quả Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2021-2030", đăng trên chuyên mục xã hội ,báo Nhân dân.

Đồng thời, báo chí cũng trở thành kênh phản hồi quan trọng, phản ánh những khó khăn, vướng mắc của cơ sở trong việc thực hiện công tác cán bộ nữ, từ đó tạo áp lực tích cực để các nhà hoạch định chính sách điều chỉnh phù hợp với thực tiễn.

Thứ tư, khởi xướng các chiến dịch truyền thông thay đổi chuẩn mực xã hội. Nhiều cơ quan báo chí đã chủ động tham gia và lan tỏa các chiến dịch toàn cầu và quốc gia như "HeForShe" (Vì những người phụ nữ quanh ta) hay "Tháng hành động vì bình đẳng giới".

Trên báo Chính phủ đưa thông tin "Phát động Tháng hành động vì bình đẳng giới năm 2025" số ra ngày 11/11/2025, hay như bài "Coi công tác phụ nữ và bình đẳng giới là nhiệm vụ chính trị trọng tâm, xuyên suốt" số ra ngày 15/10/2025, bài viết "Cụ thể hóa "Tháng hành động vì bình đẳng giới" trong Quân đội bằng hoạt động thiết thực" đăng trên báo Phụ nữ Việt Nam số ra ngày 26/10/2025.

Các chiến dịch này trên báo mạng đã thu hút hàng triệu lượt tương tác, lôi kéo sự tham gia của cả nam giới lãnh đạo vào cuộc hội thoại về quyền của phụ nữ. Báo chí đã bước đầu thành công trong việc tạo ra một môi trường văn hóa số văn minh, nơi những tư duy tiến bộ về bình đẳng giới được tôn vinh, góp phần từng bước gỡ bỏ những định kiến cố hữu về việc "phụ nữ không hợp làm chính trị" trong tư tưởng của một bộ phận công chúng. Cụ thể, Ngày 18/12/2024, tại Hà Nội, Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam và Cơ quan Liên Hợp Quốc về Bình đẳng giới và Trao quyền cho Phụ nữ (UN Women) phối hợp Hội Nhà báo Việt Nam tổ chức trao giải Báo chí toàn quốc về Bình đẳng giới năm 2024. Mỗi tác phẩm đều mang tới những thông điệp ý nghĩa về bình đẳng giới, góp phần thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững (SDGs); đồng thời, cũng là lời khẳng định sâu sắc vai trò của báo chí, truyền thông trong xây dựng một xã hội công bằng, tiến bộ.

3.2. Những hạn chế trong truyền thông về bình đẳng giới trong lĩnh vực chính trị trên báo mạng điện tử

Mặc dù, báo mạng điện tử đã đạt được một số kết quả trong việc truyền thông, tuyên truyền về bình đẳng giới nói chung và bình đẳng giới trong lĩnh vực chính trị nói riêng. Tuy nhiên, khi đi sâu vào phân tích bản chất, nghiên cứu nhận diện 3 "điểm nghẽn" lớn làm giảm sức nặng của truyền thông báo chí:

Một là, xu hướng truyền thông "bề nổi" và sự thiếu hụt tư duy phân tích chính sách. Đa số các tin bài về bình đẳng giới chính trị hiện nay vẫn mang tính sự vụ. Báo chí thường chỉ tập trung đưa tin vào các dịp kỷ niệm (8/3, 20/10) hoặc các sự kiện mang tính lễ nghi, hội họp. Ví dụ, nội dung xoay quanh Ngày Quốc tế Phụ nữ 8/3, các bài viết thường chỉ dừng lại ở việc mô tả các hoạt động chào mừng mà không đi vào phân tích những thách thức mà phụ nữ phải đối mặt trong việc tham gia vào các vị trí lãnh đạo. Ví như trường hợp cụ thể là khi báo Nhân dân điện tử (nhandan.vn) đưa tin về một sự kiện kỷ niệm 8/3, bài viết có tên "Cơ quan Bộ Tư lệnh Vùng 3 Hải quân gặp mặt kỷ niệm Ngày Quốc tế phụ nữ 8/3", xuất bản ngày 6/3/2026. Bài viết chủ yếu tập trung vào các hoạt động văn hóa, ca ngợi phẩm chất của người phụ nữ Việt Nam "Anh hùng, trung hậu, bất khuất, đảm đang" mà không đề cập đến tỷ lệ phụ nữ tham gia vào chính trị ở các cấp độ khác nhau, cũng như những chính sách cần thiết để cải thiện tình hình này. Điều này không chỉ làm hạn chế sự hiểu biết của độc giả mà còn thiếu đi những góc nhìn cần thiết để thúc đẩy bình đẳng giới thực sự trong chính trị.

Có một sự thiếu vắng rõ rệt các bài viết mang tính phản biện sâu sắc về các rào cản cấu trúc như: định kiến trong quy hoạch cán bộ, sự khác biệt về độ tuổi nghỉ hưu giữa nam và nữ, hay những khó khăn của phụ nữ ở cơ sở khi tham gia chính trường. Việc thiếu các bài phân tích dài kỳ về "nguyên nhân của nguyên nhân" khiến người đọc chỉ thấy được kết quả mà không hiểu được gốc rễ của những khó khăn mà phụ nữ đang gặp phải. Bên cạnh đó, tần suất tin bài về vấn đề này vẫn còn khá ít. Theo kết quả khảo sát 3 tháng đầu năm 2026, lượng tin bài về nội dung bình đẳng giới trong chính trị trên 3 báo Nhân dân điện tử, Hà Nội mới, Phụ nữ Việt Nam còn khá mỏng, điều này thể hiện sự thiếu tập trung và còn "thờ ơ" với chủ đề này của các tòa soạn.

Bảng khảo sát tần suất tin/ bài về bình đẳng giới trong chính trị trên báo Nhân dân, Hà Nội mới, Phụ nữ Việt Nam trong 3 tháng đầu năm 2026.

Hai là, việc tái tạo và củng cố các khuôn mẫu giới lạc hậu. Đây là hạn chế lớn nhất, thường xuất hiện dưới dạng "định kiến ngầm định". Báo chí khi viết về nữ lãnh đạo vẫn thường xuyên sử dụng các cụm từ như "phái yếu", "bóng hồng nghị trường", ví dụ như bài viết "Bài 2: Ngát hương những "bông hoa nghị trường" trên báo Đại biểu Nhân dân số ra ngày 07/03/2023 hoặc dành quá nhiều thời lượng để hỏi về việc "cân bằng việc nước, việc nhà", "giữ lửa gia đình". Cách tiếp cận này vô tình khẳng định một tư

duy lỗi thời: phụ nữ dù thành công đến đâu vẫn phải ưu tiên vai trò nội trợ. Ngược lại, nam giới lãnh đạo gần như không bao giờ bị hỏi về cách chăm sóc con cái hay giữ gìn hạnh phúc gia đình. Điều này tạo ra một áp lực tâm lý và xã hội, khiến hình ảnh nữ chính trị gia trở nên "đặc biệt" theo nghĩa yếu thế hơn so với đồng nghiệp nam.

Ba là, sự đứt gãy trong chiến lược truyền thông và sự thiếu vắng "đồng minh nam giới". Hiện nay, các chiến dịch truyền thông về giới thường mang tính đơn lẻ, thiếu sự liên kết giữa các tòa soạn và các tổ chức xã hội. Đặc biệt, báo chí chưa khai thác hiệu quả vai trò của nam giới lãnh đạo trong việc ủng hộ bình đẳng giới. Khi thông điệp về bình đẳng giới chỉ do phụ nữ nói cho phụ nữ nghe, nó sẽ mất đi sức mạnh lan tỏa và tính thúc đẩy hành động từ phía những người đang nắm giữ phần lớn quyền lực quyết định trong bộ máy chính trị.

3.3. Đề xuất giải pháp mang tính chiến lược

Để nâng cao hiệu quả của công tác tuyên truyền về bình đẳng giới trong chính trị, cần có sự đào tạo liên tục cho nhà báo về bình đẳng giới, xây dựng các cơ chế phối hợp hiệu quả giữa báo chí và các tổ chức hoạt động vì bình đẳng giới như Hội liên hiệp phụ nữ ở các cấp, các tổ chức về bình đẳng giới. Điều này không chỉ giúp nâng cao chất lượng nội dung tuyên truyền mà còn thúc đẩy sự tham gia tích cực của phụ nữ trong các lĩnh vực lãnh đạo và chính trị. Từ những hạn chế nêu trên, cần thực hiện đồng bộ nhóm các giải pháp mang tính chiến lược và tác nghiệp sau, để nâng cao hiệu quả của báo chí trong việc đưa tin, truyền thông về BDG trong chính trị.

Thứ nhất, chuyên nghiệp hóa nội dung và hình thức thể hiện (Hiện đại hóa nội dung): Báo chí cần thoát khỏi lối đưa tin sự vụ, lễ nghi để chuyển sang phong cách báo chí giải pháp và báo chí dữ liệu. Các tòa soạn nên xây dựng các chuyên mục định kỳ về bình đẳng giới, như "Phụ nữ và Chính trị" hoặc "Chính sách giới". Từ đó, đi sâu vào phân tích nội dung hơn là miêu tả, thay vì chỉ tập trung vào các dịp lễ 8/3 hay 20/10. Và phải có sự phân công cho đội ngũ phóng viên chuyên trách về mảng nội dung này bám sát các chương trình nghị sự lớn của quốc gia như các kỳ họp Quốc hội hay Đại hội Đảng các cấp. Thay vì những bài viết thuần văn bản khô khan, cần ứng dụng tối đa các loại hình báo chí đa phương tiện (Multimedia) như: Infographic để hệ thống hóa các chỉ số về cán bộ nữ; Longform/E-magazine để thực hiện các bài phóng sự điều tra

về rào cản "trần thủy tinh"; và các video ngắn, Podcast để chuyển tải tiếng nói của các nữ chính trị gia đến gần hơn với độc giả trẻ. Việc hiện đại hóa này giúp các nội dung về chính trị trở nên hấp dẫn, dễ tiếp cận và có sức lan tỏa mạnh mẽ trên không gian mạng. Bên cạnh đó, các tòa soạn nên áp dụng báo chí dữ liệu bằng cách sử dụng các biểu đồ, số liệu so sánh về tỷ lệ nữ đại biểu qua các nhiệm kỳ, sự chênh lệch độ tuổi quy hoạch...để chỉ ra các "rào cản cấu trúc" một cách trực quan thay vì chỉ ca ngợi cảm tính.

Thứ hai, nâng cao "Nhạy cảm giới" cho đội ngũ phóng viên và biên tập viên mảng Chính trị - Xã hội: Đây là giải pháp then chốt để giải quyết gốc rễ của định kiến. Các cơ quan báo chí cần phối hợp với các chuyên gia giới để tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu, giúp người làm báo nhận diện được các "định kiến ngầm định" trong ngôn ngữ và tư duy tác nghiệp, giúp họ có tư duy phân tích "nguyên nhân của nguyên nhân" đằng sau các con số. Các cơ quan báo chí cần thiết lập một "Sổ tay hướng dẫn tác nghiệp" với những quy định cụ thể nhằm loại bỏ sự thiên kiến trong ngôn ngữ.

Ngôn ngữ báo chí phải dịch chuyển từ việc mô tả đặc tính giới sang việc mô tả hiệu quả công việc. Thay vì nhấn mạnh sự "khéo léo, đảm đang" (vốn thuộc khuôn mẫu gia đình), cần sử dụng các thuật ngữ phản ánh tư duy chiến lược, quyết sách chính trị, năng lực quản trị và tầm ảnh hưởng của họ đối với cộng đồng. Nên sử dụng danh xưng dựa trên chức vụ và học vị một cách bình đẳng như đồng nghiệp nam, tránh việc ưu tiên nhắc đến tình trạng hôn nhân hay vai trò làm mẹ như một cách để "làm mềm" hình ảnh người phụ nữ trên chính trường. Kiên quyết loại bỏ các cụm từ mang tính chất đóng khung giới tính như "phái yếu", "bóng hồng", "liều yếu đào tơ" hay các mỹ từ tập trung vào ngoại hình khi đề cập đến nữ chính trị gia.

Phóng viên cần được trang bị kỹ năng đặt câu hỏi phỏng vấn tập trung vào năng lực chuyên môn, quan điểm chính sách và tư duy chiến lược của nữ lãnh đạo, thay vì sa đà vào các câu hỏi về đời tư hay việc cân bằng gia đình. Việc sử dụng ngôn ngữ phải đảm bảo tính bình đẳng, loại bỏ các từ ngữ mang tính hạ thấp hoặc "khuôn mẫu hóa" vai trò của phụ nữ trên chính trường.

Bình đẳng hóa câu hỏi khi phỏng vấn, áp dụng nguyên tắc "đảo ngược vị thế" và giả định rằng "nếu nhân vật là nam giới, mình có đặt câu hỏi này không?" (các câu hỏi về

bí quyết giữ lửa hạnh phúc gia đình, việc cân bằng giữa sự nghiệp và nội trợ,...) , nếu câu trả lời là không thì tuyệt đối không nên đặt câu hỏi cho nữ lãnh đạo. Hãy tập trung hỏi họ về chương trình hành động và giải pháp cho các vấn đề quốc kế dân sinh, các sáng kiến chính sách. Điều này giúp công chúng nhìn nhận nữ giới như những chủ thể chính trị độc lập và quyền lực, thay vì là những cá nhân đang cố gắng "gồng gánh" giữa việc nước và việc nhà.

Bên cạnh đó, nên đa dạng hóa hình tượng và bối cảnh, mở rộng biên độ phản ánh khi đưa tin về nữ chính trị gia, không chỉ ở cấp Trung ương mà còn ở cấp cơ sở, vùng sâu vùng xa, biên giới, hải đảo để thấy được sự gắn kết và năng lực quản trị thực thụ của họ trong mọi hoàn cảnh. Hình ảnh đi kèm bài viết cần tránh việc dàn dựng theo lối mòn (như cắm hoa, bế nức, hoặc chỉ mỉm cười thân thiện). Thay vào đó, hãy sử dụng những hình ảnh phản ánh khoảnh khắc họ đang điều hành họp đại hội, khảo sát thực địa, thảo luận chuyên môn hoặc phát biểu tại nghị trường. Để thay đổi những định kiến thâm căn cố đế về giới trên các phương tiện truyền thông hiện nay, cần thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp từ chuẩn hóa ngôn ngữ đến đổi mới tư duy tiếp cận nhân vật.

Thứ ba, xây dựng bộ quy tắc ứng xử truyền thông: Các tòa soạn báo mạng điện tử cần thiết lập một "Bộ chỉ số nhạy cảm giới" trong quy trình biên tập nội dung. Bộ quy tắc này sẽ đóng vai trò là màng lọc để kiểm soát chặt chẽ việc sử dụng hình ảnh và ngôn từ trước khi xuất bản. Hình ảnh minh họa cho nữ lãnh đạo phải thể hiện được phong thái chuyên nghiệp, quyết liệt trong công việc, tránh những hình ảnh tập trung vào góc độ cảm tính hay diện mạo thuần túy. Đồng thời, cần có cơ chế khuyến khích và khen thưởng các tác phẩm báo chí có chiều sâu, phát hiện và phản biện được những bất cập trong việc thực thi chính sách cán bộ nữ tại các địa phương.

Thứ tư, xây dựng mô hình truyền thông phối hợp và mạng lưới liên kết chiến lược: Hiệu quả truyền thông sẽ không cao nếu chỉ dừng lại ở nỗ lực đơn lẻ của từng tờ báo. Cần thiết lập cơ chế cung cấp thông tin hai chiều và phối hợp chặt chẽ giữa các tổ chức thúc đẩy bình đẳng giới (như Hội Liên hiệp Phụ nữ, các tổ chức quốc tế như UN Women, UNDP) và các cơ quan báo chí chủ lực để tạo ra các chiến dịch truyền thông dài hơi, nhất quán. Mỗi liên kết này đảm bảo báo chí luôn tiếp cận được nguồn dữ liệu chính thống, các báo cáo phân tích giới uy tín và các gương điển hình tiên tiến. Đặc

biệt, báo chí cần chủ động xây dựng các chiến dịch truyền thông lôi kéo sự tham gia của nam giới lãnh đạo với tư cách là những "người đồng hành", nhằm tạo ra sự đồng thuận tổng thể trong toàn hệ thống chính trị về mục tiêu bình đẳng giới. Bên cạnh đó, cần huy động tiếng nói của nam giới khi nói về tầm quan trọng của phụ nữ trong bộ máy lãnh đạo, đặc biệt là các nam chính trị gia, như vậy thông điệp phát đi sẽ có sức nặng thau đổi thực chất hơn.

Thứ năm, tương tác đa kênh: Việc sử dụng đa kênh trong bối cảnh hiện nay là vô cùng cần thiết và hiệu quả. Trong đó, nên tận dụng triệt để lợi thế của mạng xã hội (Facebook, TikTok) để lan tỏa các thông điệp bình đẳng giới trong chính trị dưới dạng video ngắn, podcast dành cho giới trẻ, nhằm thay đổi nhận thức từ gốc rễ trong thế hệ tương lai.

4. Kết luận

Thông qua những phân tích, khảo sát cụ thể, tác giả đã làm sáng tỏ vấn đề truyền thông về bình đẳng giới trong lĩnh vực chính trị trên báo mạng điện tử Việt Nam, để thấy được rằng báo chí không chỉ phản ánh thực tại mà còn có sứ mệnh tạo ra thực tại mới. Để bình đẳng giới trong lĩnh vực chính trị tại Việt Nam đi vào thực chất, báo chí cần bước ra khỏi những lối mòn trong đưa tin và thực hiện tốt và đồng bộ những giải pháp nêu trên. Việc khắc phục những hạn chế về chiều sâu nội dung, xóa bỏ khuôn mẫu giới và tăng cường liên kết tổ chức chính là "chìa khóa" để báo chí thực hiện đúng vai trò thúc đẩy tiến bộ xã hội trong thời kỳ mới./.

Tài liệu tham khảo

1. Chính phủ. (2021). Nghị quyết 28/NQ-CP ngày 30/3/2021 ban hành Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2021 – 2030. Hà Nội.
2. Lê Thị Hồng Hải. (2020). Bình đẳng giới trong lĩnh vực chính trị ở Việt Nam. Tạp chí Tổ chức Nhà nước điện tử, ngày 16/01/2020.
3. Lưu Mạnh Hùng. (2022). Bình đẳng giới trong lĩnh vực chính trị. Báo điện tử Phú Thọ. Ngày 24/9/2022 <https://baophutho.vn/binh-dang-gioi-trong-linh-vuc-chinh-tri-187189.htm>.
4. Quốc Hội. (2006). Luật Bình đẳng giới số: 73/2006/QH 11.
5. Thủ tướng Chính phủ. (2010). Quyết định số 2351/QĐ-TTg ngày 24/12/201. Phê duyệt Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2011 – 2020, Hà Nội.

6. Nguyễn Thị Thanh Thủy. (2024). [Thúc đẩy vai trò của báo chí trong truyền thông bình đẳng giới](#). Tạp chí Cộng sản điện tử ngày 26/8/2024.
7. Nguyễn Quang Vinh - Vũ Minh Thanh (2022). Báo chí với bình đẳng giới trong thời đại chuyển đổi số. Tạp chí điện tử Quản lý Nhà nước. Ngày 13/10/2022.