



**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

**TRUYỀN THÔNG CHO MỌI NGƯỜI:
CHÚ TRỌNG VỀ GIỚI**

TRUYỀN THÔNG CHO MỌI NGƯỜI: CHÚ TRỌNG VỀ GIỚI

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Friedrich-Ebert-Stiftung, Malaixia 2011

Xuất bản lần đầu tháng 7 năm 2011 nhờ
Friedrich-Ebert-Stiftung
c/o Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development (AIBD)
P.O.Box 12066
50766 Kuala Lumpur, Malaixia

Bảo lưu mọi quyền. Không được in, sao lại bất kỳ phần nào của cuốn sách này nếu không được phép bằng văn bản của các nhà xuất bản.

ISBN 978-967-10300-1-1

Ảnh: AIBD, Tập đoàn Truyền thông Ôxtrâyliya, HUM TV, Phát thanh Truyền hình Malaixia, Cục Truyền thông Công cộng Thái Lan

Thiết kế bìa và in : SP-Muda Printing Sdn Bhd
No. 83, Jalan KIP 9, Taman Perindustrian KIP Kepong, 52200 Kuala Lumpur, Malaixia

In ấn: Công ty CP In Thống Nhất

Số đăng ký kế hoạch xuất bản: 141 - 2011/CXB/76/02 - 01/VHTT

“Chúng ta phải bắt đầu nhìn thế giới thông qua con mắt phụ nữ để xem quyền con người, hoà bình và phát triển được định nghĩa ra sao từ góc độ cuộc sống của phụ nữ? Điều cũng quan trọng nữa là phải nhìn thế giới từ góc độ cuộc sống của nhiều phụ nữ khác nhau, bởi không có một quan điểm đơn nhất nào cho tất cả phụ nữ cũng như không có một quan điểm đơn nhất nào cho tất cả nam giới.”

~ Charlotte Bunch ~

The bottom of the page features a decorative graphic consisting of several overlapping, wavy, semi-transparent bands in shades of light gray and white, creating a sense of movement and depth.



Lời cảm ơn

Biết bao người đã ủng hộ công trình này của chúng tôi với những đóng góp vô giá, trong đó chúng tôi xin đặc biệt cảm ơn các ông, bà sau (theo thứ tự của bảng chữ cái):

Ainnol Lilisuliani Ahmad Rasidi, Ammu Joseph, Anothai Udomsilp, Barbara Skerath, Khải Dĩ Bình, Chrissie Tucker, Dorji Dema, Elizabeth Roxas, Jai Chandiram, Javad Mottaghi, Kristiina Tuura, Lem van Eupen, Lisa Williams-Lahari, Luru Lê Quân, Manil Cooray, Mohammad Ali Mohtadi, Mohamed Asif, Moneeza Hashmi, Monica Phang, Myagmar Munkhmandakh, Nandini Prasad, Natalia Ilieva, Olya Booyar, Otgonjargal Okhidoi, TS. Paul Pasch, Tanka Upreti, Trish Williams, Uzma Haroon

Lời cảm ơn – Bản tiếng Việt

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của Quỹ Hỗ trợ nhằm đạt được các mục tiêu thiên niên kỷ MDG-F, UNESCO và Bộ Thông tin & Truyền thông trong việc phát hành bản tiếng Việt này. Bản tiếng Việt này dịch từ cẩm nang “Broadcasting for All: Focus on Gender” do Viện Phát triển Phát thanh Truyền hình Châu Á - Thái Bình Dương (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, AIBD) và Viện Friedrich-Ebert (Friedrich-Ebert-Stiftung, FES) xuất bản năm 2011. “Broadcasting for All: Focus on Gender” là kết quả của một đề án dài hạn dựa trên nghiên cứu, tổng kết và phân tích sâu rộng được thực hiện tại các nước thành viên AIBD và do một nhóm nghiên cứu gồm cán bộ từ hàng loạt các nước khác nhau ngoài địa giới Khu vực Châu Á – Thái Bình Dương tiến hành. Đây là cẩm nang hướng dẫn chung chứ không chỉ đặc thù cho riêng một nước nào. Chúng tôi hy vọng rằng bản dịch tiếng Việt này sẽ có ích cho các Nhà báo Việt Nam và nhận được sự ủng hộ từ các bạn.

Mục Lục

LỜI TỰA	6
LỜI NÓI ĐẦU	7
THÔNG ĐIỆP	8
GIỚI THIỆU	9
NGUYÊN TẮC	10
THỰC HÀNH	11
Nội dung	11
Nguồn và Tư liệu	12
Ngôn ngữ	13
Kỹ thuật sản xuất và thể hiện	15
Nơi làm việc	18
TÀI LIỆU THAM KHẢO VÀ CÁC NGUỒN TƯ LIỆU KHÁC	24

Lời tựa

Nhiều năm qua, Viện Phát triển Truyền thông Châu Á – Thái Bình Dương (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, AIBD), một tổ chức liên chính phủ độc đáo đã chú trọng nghiên cứu các vấn đề xung quanh bình đẳng giới. Tuy nhiên, năm 2011 AIBD đã thành công khi kêu gọi các tổ chức truyền thông áp dụng tầm nhìn hướng dẫn truyền thông về giới như đã nêu rõ trong **“Truyền thông cho mọi người: Chú trọng về Giới”**, một ấn phẩm đáp ứng bối cảnh truyền thông cạnh tranh luôn thay đổi với những phương thức tiếp cận sáng tạo và thực tiễn tốt nhất về nhận thức giới để thúc đẩy việc trao quyền và thực hiện bình đẳng trong các tổ chức truyền thông.

Ấn phẩm này được Viện Friedrich-Ebert (Friedrich-Ebert-Stiftung, FES) hỗ trợ và khẳng định cam kết của AIBD trong những năm qua đối với việc thúc đẩy bình đẳng giới trong truyền thông. Ấn phẩm này đưa ra những đề xuất đơn giản có tính thực tiễn nhằm thu hút sự quan tâm chú ý của các cơ quan phát thanh truyền hình như một lộ trình nêu bật yêu cầu đảm bảo đạo đức, nâng cao chuẩn mực và nhận thức rõ sức mạnh của ngôn từ và hình ảnh để thay đổi khuôn mẫu giới cứng nhắc trong nội dung chương trình nhằm đảm bảo thể hiện được sự công bằng và bình đẳng giữa phụ nữ và nam giới với tư cách là những đối tác bình đẳng trong xã hội.

AIBD cùng FES đề nghị các cơ quan truyền thông hoàn thành trách nhiệm của mình trong việc thể hiện phụ nữ và nam giới một cách công

bằng và bình đẳng, qua đó sẽ giúp họ nâng cao chuẩn mực chuyên môn và chất lượng nghiệp vụ kỹ thuật tốt hơn từ đó phản ánh trở lại cho khán thính giả tiếng nói và hình ảnh đa dạng của phụ nữ và nam giới trong xã hội. Truyền thông trên cơ sở những chuẩn mực và giá trị được chấp nhận về bình đẳng giới.

“Truyền thông cho mọi người: Chú trọng về Giới” là kết quả của một dự án dài hạn dựa trên nghiên cứu, tổng kết và phân tích sâu rộng được thực hiện trong khu vực do nhóm cán bộ nghiên cứu từ nhiều nước khác nhau của Châu Á – Thái Bình Dương tiến hành. AIBD xin bày tỏ lời cảm ơn chân thành tới các cá nhân và tổ chức, thành viên, đối tác và chính các đồng nghiệp của chúng tôi tại FES và AIBD đã nhiệt tình cộng tác trong suốt thời gian qua cũng như những đóng góp quý báu của họ cho ấn phẩm này.

Yang Binyuan

*Giám đốc Viện Phát triển Truyền thông Châu Á – Thái Bình Dương
Tháng 4 năm 2011*

Lời nói đầu

Truyền thông – một trong 12 lĩnh vực quan tâm trọng yếu trong Cương lĩnh Hành động Bắc Kinh – là một trong những lĩnh vực công tác quan trọng nhất nhưng cũng đầy thách thức nhất trong việc thúc đẩy bình đẳng giới. Ngày nay, công chúng được tiếp cận nhiều hơn tới thông tin nhờ tham gia trực tuyến và sự mở rộng các mạng xã hội, truyền thông đang ảnh hưởng tới các xã hội và cộng đồng mạnh hơn bao giờ hết. Tuy nhiên, bản thân giới truyền thông, cho dù vẫn tuyên bố là phản ánh thực trạng xã hội, nhưng trong nhiều trường hợp lại không đại diện cho xã hội đó trên một số vấn đề cụ thể. Thực tế, mặc dù một yếu tố quan trọng đối với các hãng phát thanh truyền hình - đặc biệt là các hãng thông tấn của nhà nước – là làm sao đảm bảo mọi tiếng nói của cộng đồng đều được nghe thấy, song tiếng nói của phụ nữ thường bị vắng bóng trong nhiều trường hợp.

Tự do ngôn luận không đơn thuần chỉ là “quyền tự do bày tỏ ý kiến”. Đó còn là việc trao cho phụ nữ và nam giới tiếng nói và thời gian trên sóng bình đẳng, và thể hiện cả hai giới trong các vai trò đa chức năng của họ trong xã hội. Với nhiệm vụ của truyền thông là lực lượng bảo vệ xã hội, bản thân truyền thông phải nêu gương đi đầu trong chính hoạt động của mình. Những nỗ lực nhằm đảm bảo giá trị của báo chí và các nguyên tắc đạo đức như trung thực, chính xác và không thiên vị cần phải bao hàm cả việc xoá bỏ các định kiến khuôn mẫu giới đối với phụ nữ. Mặc dù các khuôn mẫu về phụ nữ như người mẹ vị tha, quên mình khá phổ biến trong các quảng cáo cũng có nhiều liên tưởng tích cực, song chúng vẫn là khuôn mẫu và chắc chắn không phản ánh hết những trải nghiệm và khao khát của mọi phụ nữ. Truyền thông, một bộ phận quan trọng trong giao tiếp xã hội, cần chú ý đóng góp vào việc thay đổi cách suy nghĩ của công chúng mang nặng định kiến giới, lối suy nghĩ đã định hình qua hàng thế kỷ giao tiếp xã hội và bám rễ trong phong tục, tập quán văn hoá và tôn giáo. Trong quá trình đó, các nhà sản xuất chương trình, nhà phê bình cũng như khán thính giả đều chia sẻ một phần trách nhiệm.

Thực tế, hiện nay có nhiều phụ nữ làm việc trong ngành truyền thông (một nghề rất đặc thù) nhưng họ chưa thực sự được bình đẳng. Rất ít

phụ nữ lên tới cấp cao hay các cấp quản lý, do đó họ chỉ có được sự kiểm soát hạn chế đối với công việc, chẳng hạn, đáng hay không đáng đăng tải những nội dung nào, những tin tức gì và quan trọng hơn cả là cách thức truyền tải những thông tin đó. Ngoài ra, ở nhiều nước, phụ nữ muốn vào ngành truyền thông đã gặp phải sự phân biệt ở nơi làm việc, bị đối xử bất bình đẳng và bất công về tiền công, công việc và thăng tiến, môi trường làm việc thiếu linh hoạt, cũng như thiếu cơ chế hỗ trợ cho phụ nữ làm nghề.

Có thể thấy bình đẳng giới trong truyền thông được thể hiện đa chiều: sự tiếp cận, sự đại diện, sự tham gia, sự xuất hiện, không gian và ngôn ngữ. Chúng tôi hy vọng rằng Cẩm nang Hướng dẫn này sẽ giúp các cơ quan phát thanh truyền hình Châu Á – Thái Bình Dương xử lý, làm giảm khoảng cách về giới bằng cách sử dụng các ví dụ và ngôn ngữ dễ tiếp cận. Được một Nhóm Công tác từ nhiều nước và tổ chức khác nhau ở Châu Á – Thái Bình Dương biên soạn, cuốn Cẩm nang quy tụ nhiều ý tưởng và đề xuất quan trọng, hữu ích trong một tư liệu giá trị có thể giúp các hãng phát thanh truyền hình trên lộ trình hoạt động, phạm vi phủ sóng và sản phẩm có tính hoà nhập và công bằng về giới hơn. Viện Friedrich-Ebert (Friedrich-Ebert-Stiftung, FES) xin chân thành cảm ơn Viện Phát triển Truyền thông Châu Á – Thái Bình Dương (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, AIBD) và tất cả những người đã đóng góp nhiệt tình để biến ấn phẩm này thành hiện thực.

Henning Effner

*Giám đốc Thường trú tại
Malaixia và Myanma
Viện Friedrich-Ebert*

Sabine Franze

*Cán bộ Chương trình
Viện Friedrich-Ebert*

Thông điệp

Hiệp hội Phụ nữ Phát thanh Truyền hình Quốc tế (International Association of Women in Radio and Television, IAWRT) tự hào được đóng góp vào việc biên soạn cuốn Cẩm nang Hướng dẫn quan trọng này, cuốn cẩm nang xây dựng trên cơ sở cam kết và hợp tác lâu dài giữa AIBD và FES để hỗ trợ bình đẳng giới trong truyền thông ở Châu Á – Thái Bình Dương.

IAWRT thành lập để liên kết phụ nữ làm công tác chuyên môn trong ngành truyền thông, cùng nhau phấn đấu vì bình đẳng giới trong truyền thông, vì sự đối xử công bằng hơn đối với phụ nữ trong ngành phát thanh truyền hình và vì chân dung trung thực hơn về phụ nữ và trẻ em gái trong phát thanh truyền hình và trực tuyến trên mạng. Hàng trăm thành viên của chúng tôi trên toàn thế giới là một đội ngũ chuyên nghiệp độc đáo và chúng tôi tự hào được phục vụ cuộc đấu tranh không ngừng vì bình đẳng giới và cuộc chiến chống phân biệt và bóc lột phụ nữ và trẻ em gái. Một trong những thế mạnh cao nhất của IAWRT là Hiệp hội bao gồm các nữ nhà báo, nhà sản xuất chương trình và phim ảnh tài liệu, những người không chỉ thể hiện cam kết đối với các nguyên tắc bình đẳng giới mà quan trọng hơn là còn cho thấy họ đã làm việc trong thực tế ra sao.

Giải thưởng hai năm một lần của IAWRT về thành tích xuất sắc, với sự bảo trợ của Cơ quan Phát triển FOKUS của phụ nữ Na Uy trong nhiều hoạt động của chúng tôi, cho thấy hàng loạt các phim ảnh tài liệu đầy ấn tượng, đề cập tới nhiều vấn đề định kiến và áp bức đối với phụ nữ và trẻ em gái. IAWRT còn cung cấp mạng lưới hỗ trợ phụ nữ chuyên môn trong ngành truyền thông và những người khác tham gia vào cuộc đấu tranh trên toàn thế giới, đem tới sự ủng hộ thiết yếu cho những phụ nữ lao động đơn độc trong hoàn cảnh có lúc bị áp bức để họ có thể tạo ra sự khác biệt. Việc trao đổi thông tin này xuyên biên giới, văn hoá và qua mọi cấp độ phát triển kinh tế, xã hội và truyền thông bởi

bất bình đẳng giới là một vấn đề của các quốc gia Bắc cũng như Nam trên toàn thế giới.

Chúng ta cần biết rằng bất bình đẳng giới là một vấn đề của cả nam giới và phụ nữ. Chúng ta tin rằng nếu bình đẳng giới là đúng về đạo đức, có lợi về xã hội và hiệu quả về kinh tế, thì kết quả là nơi nào không thực hiện bình đẳng giới, ở nơi ấy nam giới, phụ nữ, trẻ em trai và trẻ em gái phải gánh chịu các tác động tiêu cực của những thiên định kiến và bất bình đẳng. Mặc dù những phụ nữ là thành viên của Hiệp hội hàng ngày phải tranh đấu với từng bản tin hay thể thức tuyển dụng, song những tiến bộ to lớn nhất sẽ chỉ thật sự có được qua những thay đổi có tính hệ thống ở cấp quốc gia và cấp tổ chức có quyền lực khi nam giới cũng như phụ nữ gánh lấy trách nhiệm đảm bảo rằng tin bài về phụ nữ được miêu tả một cách đúng đắn và nơi làm việc thực sự cởi mở và công bằng với mọi giới.

Cẩm nang này đóng vai trò quan trọng nhằm chứng tỏ những việc có thể làm được và bình đẳng giới không phải là vấn đề đáng sợ hay có hại mà sẽ đem lại lợi ích cho cả nam giới lẫn phụ nữ. Quan trọng hơn cả, đây sẽ là cuốn cẩm nang tư liệu dành cho những phụ nữ trẻ giờ đây đang bước vào cuộc đấu tranh này. Nếu tất cả chúng ta đều tin chắc và thực sự thực hiện cam kết của mình và đạt được những thành tựu của chúng ta thì có lẽ đến thế hệ con gái của chúng ta sẽ không cần đến cuốn sách này nữa.

Olya Booyar
Chủ tịch, IAWRT

Giới thiệu

Chú trọng về Giới có thể tạo ra sự khác biệt trong phát thanh truyền hình

Trong tất cả các tổ chức truyền thông hiện có cũng như đang bắt đầu thành lập, các tổ chức và cá nhân ở khu vực Châu Á – Thái Bình Dương cần cân nhắc và phản ánh sự đa dạng trong các cộng đồng và khán thính giả của họ bằng cách đưa ra nội dung và dịch vụ dễ tiếp cận và có tính hoà nhập, do và vì phụ nữ và nam giới.

Công chúng ngày càng có nhận thức rõ hơn về bất bình đẳng giới, phân biệt giới và sự hiện diện ngày càng tăng của phụ nữ trong truyền thông, điều này đã kích thích sự thay đổi, có sự tham gia của phụ nữ là các chuyên gia, có sự nhạy cảm cao hơn về ngôn ngữ và đặt các vấn đề vào bối cảnh cụ thể trong khuôn khổ quyền con người. Tuy nhiên, cần có sự thống nhất cao hơn giữa các chương trình, thể loại và cả lực lượng lao động trong giới truyền thông. Đã có những thành tựu về cam kết chính trị nhưng việc thực hiện chúng trong truyền thông lại không đồng đều do thiếu hệ thống hướng dẫn, đào tạo và kiểm soát.

Truyền thông ở khu vực Châu Á – Thái Bình Dương có thể xây dựng chương trình và triển khai thể hiện hình ảnh nam giới và phụ nữ một cách công bằng hơn nhằm đạt được bình đẳng giới. Thông qua một phương thức lồng ghép giới trong công việc - trong tuyển dụng, phát triển công việc và lãnh đạo – hàng loạt các kỹ năng, phẩm chất và quan điểm được thể hiện tại nơi làm việc để tăng cường chất lượng hoạt động của cơ quan. Các cơ quan truyền thông cũng được hưởng lợi từ một nơi làm việc coi trọng giá trị của tất cả cán bộ nhân viên của mình và tạo ra được một môi trường hài hoà, hợp tác, giúp cho tất cả cán bộ nhân viên phát huy được hết năng lực của mình.

Khi chú trọng về giới, người ta cũng nhận thức sâu sắc được rằng việc phản ánh hình ảnh phụ nữ trong truyền thông nói chung còn

mờ nhạt trong rất nhiều nhóm ngành nghề và đặc biệt là trong các vị trí ra quyết định, như biên tập tin, cán bộ kỹ thuật hay người dẫn chương trình. Khi kiểm tra thì thấy nội dung phản ánh còn ít chú trọng tới tin bài về phụ nữ và quan điểm của họ và không phải lúc nào cũng miêu tả hết mọi vấn đề từ quan niệm bình đẳng. Quan điểm của phụ nữ có thể được tăng cường bằng cách thúc đẩy sự tham gia của họ với tư cách là nguồn lực, là đối tượng, bình luận viên và chuyên gia, v.v.

Với ảnh hưởng sâu rộng hơn của việc tham gia trực tuyến, sự mờ nhạt truyền thông xã hội và việc tiếp cận tốt hơn, nhận thức cao hơn của giới trẻ, tin bài và các chương trình sẽ được định hình với các nguồn đầu vào đa dạng hơn về giới và đầu ra phù hợp hơn đối với những gì có thể và đáng được truyền tải đến khán thính giả.

Cuốn Cẩm nang này quy tụ nhiều ý tưởng và đề xuất quan trọng, hữu ích, có thể giúp các hãng phát thanh truyền hình trên lộ trình tiến tới một lực lượng lao động, phạm vi phủ sóng và sản phẩm có tính công bằng về giới hơn – thúc đẩy phát triển văn hoá – và **CHÚ TRỌNG VỀ GIỚI**.

Nguyên tắc

Phụ nữ và trẻ em gái chiếm khoảng một nửa dân số toàn thế giới. Họ cần phải được công nhận và hội nhập trong xã hội và truyền thông dưới mọi hình thức, không phải chỉ vì điều đó công bằng về xã hội hay khôn ngoan về kinh tế, mà bởi vì nó đúng với chuẩn mực về đạo đức.

Đòi hỏi cấp bách này dựa trên cơ sở vững chắc của các nguyên tắc quốc tế về quyền con người và bình đẳng giới mà hầu hết các quốc gia trên thế giới đã cam kết do đó đòi hỏi các quốc gia phải có những thay đổi rõ rệt. Tầm quan trọng ngày càng cao của truyền thông ở hầu hết các xã hội có nghĩa là người làm truyền thông phải gánh trách nhiệm (nghĩa vụ) to lớn và ngày càng cao trong việc thực hiện những thay đổi ấy cũng như thúc đẩy phát triển.

Cương lĩnh Hành động Bắc Kinh vì Bình đẳng, Phát triển và Hoà bình giao nghĩa vụ cụ thể cho ngành truyền thông, cả về cách thức phụ nữ tham gia thế nào cũng như họ được thể hiện như thế nào trong truyền thông.

Mục tiêu số một đòi hỏi các quốc gia ký kết cũng như công dân của họ “tăng cường sự tham gia và tiếp cận của phụ nữ trong việc bày tỏ ý kiến và ra quyết định trong ngành truyền thông cũng như thông qua truyền thông và các công nghệ truyền thông mới.” Mục tiêu số hai đòi hỏi các chính phủ và các tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân khác “thúc đẩy việc phản ánh hình ảnh phụ nữ trong truyền thông một cách công bằng và phi khuôn mẫu.”

Để thực hiện những nguyên tắc này, các cơ quan và cá nhân trong ngành truyền thông cần thực hiện những hoạt động như:

- Tăng cường vai trò của phụ nữ trong sản xuất và ra quyết định.
- Thúc đẩy việc phản ánh các hình ảnh và chân dung phụ nữ phi khuôn mẫu.
- Hạn chế việc thể hiện phụ nữ như những người yếu thế hay khai thác họ như đối tượng tình dục và hàng hoá.
- Xây dựng quan điểm giới về các vấn đề quan tâm của cộng đồng, người tiêu dùng và xã hội dân sự.
- Nghiên cứu và theo dõi sự phát triển của việc tạo bình đẳng cao hơn cho phụ nữ trong truyền thông.
- Đẩy mạnh đào tạo cho cán bộ truyền thông là phụ nữ cũng như những người khác theo nhiều hình thức để khắc phục phân biệt giới.
- Khuyến khích các mạng lưới và chia sẻ thông tin kiến thức chuyên môn về các vấn đề giới.
- Tạo ra môi trường làm việc mà thể mạnh cũng như tài năng của cả nam giới lẫn phụ nữ đều được phát huy một cách bình đẳng và công bằng.

Thách thức lớn đối với các tổ chức và cán bộ truyền thông chuyên nghiệp, đối với các chính phủ, nam giới và phụ nữ trong xã hội nói chung là phải đạt được các mục tiêu này mà vẫn bảo tồn và đẩy mạnh được tiến bộ của các quyền con người khác – kể cả tự do bày tỏ ý kiến và tiến bộ cá nhân – và vẫn đảm bảo đúng các chuẩn mực đạo đức như sự trung thực, chính xác, cởi mở và công lý.

Thực hành

Cẩm nang này xem xét các thách thức trong việc thực hiện các Nguyên tắc theo 3 góc độ giao thoa nhau:

- Xác định nội dung
- Áp dụng các kỹ thuật sản xuất cụ thể
- Tạo lập nơi làm việc trong ngành truyền thông hiệu quả và bình đẳng hơn

Những thách thức này đòi hỏi hành động của các tổ chức, các nhà báo và nhà sản xuất chương trình và hầu hết đòi hỏi phải có sự cộng tác giữa các tổ chức, nhân viên, cá nhân và các nhóm trong cộng đồng công chúng.

Phần cuối cuốn Cẩm nang có thông tin về các nguồn tư liệu khác mà quý vị có thể tham khảo.

Nội dung

Điều gì là quan trọng, Ai nói và nói như thế nào?

Hiểu được các quyết định định hướng cho sản xuất sản phẩm phát thanh truyền hình góp phần làm phong phú và đa dạng nội dung chương trình, và đảm bảo truyền tải được một sự thể hiện hài hòa và công bằng hơn. Để hiểu rõ hơn về giới, cần hiểu sự đa dạng, sự bình đẳng và cách thức chúng ta ra quyết định với tư cách là những nhà chuyên môn. Kết quả là, điều này lại giúp áp dụng tốt hơn đạo đức truyền thông và tăng cường tiêu chuẩn nghề nghiệp cũng như chất lượng chuyên môn nghiệp vụ.

Cho dù là trong ngành phát thanh hay truyền hình, trong các lĩnh vực và cấp độ công tác, việc làm cho vấn đề giới trở nên có ý nghĩa là phải đem đến cho khán thính giả vô vàn tiếng nói đa dạng ở khắp nơi. Điều đó cũng có nghĩa là phải suy nghĩ lại về cơ cấu và việc truyền tải nội dung chương trình – và cải thiện cách thức làm việc sao cho cái gì ta làm được thì đều đạt mức tốt nhất.

Lựa chọn nội dung

Nâng cao quan điểm bình đẳng giới trong nội dung cần bắt đầu bằng việc lựa chọn sự kiện hay vấn đề nào nên hay không nên đăng tải. Các nhà báo và nhà sản xuất chương trình làm nhiệm vụ “gác cửa” cho khán thính giả của mình, do vậy quyết định phải được đưa ra một cách có trách nhiệm và tôn trọng khán thính giả, đồng thời cũng phải hiểu được bối cảnh xảy ra những sự kiện ấy. Những yếu tố cần cân nhắc có thể bao gồm:

- Liệu tin bài có làm trầm trọng bất bình đẳng giới, cổ vũ khuôn mẫu cứng nhắc hay hạ thấp phẩm giá của con người không? Nếu có, có nên đăng tải hay không, hoặc vấn đề ấy có thể được đăng tải theo cách nào khác?
- Việc đăng tải có thể đẩy mạnh tiến bộ về quyền con người hoặc đấu tranh với bất công hoặc bất bình đẳng như thế nào?
- Không phải chương trình phát thanh truyền hình nào cũng phải làm thế, song vẫn nên đặt ra câu hỏi này.
- Tin bài ấy có thể được miêu tả từ góc độ bình đẳng giới hay không? Có thể đơn giản chỉ là bỏ đi những gì định kiến thiên lệch về giới trong bài ấy và khẳng định sự công bằng, bình đẳng.
- Liệu bức tranh tổng thể về bất bình đẳng giới có thể được cụ thể hóa trong các câu chuyện từ góc độ giới không? Cũng cần có các góc nhìn đa dạng hơn (nhất là trong các tin bài còn đang xây dựng) để xác định các sự kiện nào “vắng bóng” trong các chương trình và cố gắng đạt được sự công bằng hợp lý để

“Truyền hình Népan có tám gương rất hay về cơ cấu lực lượng lao động gồm các nhà sản xuất nội dung từ góc độ giới, trong đó có 56% các nhà sản xuất là nữ trong Ban chương trình, trong khi phụ nữ chiếm chưa đầy 51% tổng dân số toàn quốc. Cơ cấu các nhà sản xuất sáng tạo này thể hiện ngay kết quả trực tiếp và tích cực lên màn hình vô tuyến.”

“Tại Hãng Phát thanh Truyền hình Quốc gia Maldives (Maldives National Broadcasting Corporation, MNBC), các cán bộ chương trình xây dựng báo cáo hàng tháng về số lần xuất hiện tách biệt của nam giới và phụ nữ trong thời sự và các chương trình khác. Báo cáo cho thấy rõ những khách mời nam và nữ nào được mời tới trường quay, phỏng thu, số lượng phụ nữ được phỏng vấn, những lời nhận xét bình luận được đưa ra, người dẫn chương trình là nữ, v.v.; báo cáo được trình bày và thảo luận tại hội nghị hàng tháng của các cán bộ sản xuất.”

cho các thông điệp được đăng tải mạnh mẽ và chính xác hơn.

- Việc đăng tải có tuân thủ đúng các yêu cầu của cơ quan truyền thông của bạn không? Nếu không có thể tác động tới chương trình nghị sự của cơ quan để vấn đề quan tâm về bình đẳng giới hoặc góc độ bình đẳng giới có thể được đăng tải hay không?
- Làm thế nào để có thể khiến việc đăng tải hấp dẫn, lôi cuốn, tin tức mới mẻ, có ý nghĩa và mang tính nhân văn?

Ngoài việc đăng tải sự kiện và vấn đề cá nhân, các nhà phát thanh truyền hình và quản lý cần đặt ra câu hỏi là cơ quan truyền thông với tư cách là một chủ thể hoạt động như thế nào trong bối cảnh bình đẳng giới. Đạo đức của người làm nghề và hướng dẫn về nội dung là các nguyên tắc, cũng giống như chính sách và chỉ thị quản lý giúp định hướng đảm bảo sự thể hiện công bằng và có chất lượng trong mọi phương diện của công tác phát thanh truyền hình.

Nguồn và Tư liệu

Dù ở dạng thức gì, việc cải tiến công tác thu thập nguồn thông tin để sản xuất nội dung giúp nâng cao chất lượng tranh luận công khai và thu hút sự tham gia của nhiều nhóm đối tượng phong phú, đa dạng trong các cuộc thảo luận về thực trạng xã hội của chúng ta là rất cần thiết. Một yếu tố quan trọng đối với các hãng phát thanh truyền hình – đặc biệt là các hãng nhà nước – là phải đảm bảo mọi tiếng nói trong cộng đồng đều được nghe thấy. Giải quyết khoảng cách về giới, dẫn đến nhiều tiếng nói chính luận hơn là các nguồn phát ngôn “truyền thống”.

Từ phụ nữ và trẻ em gái đến người cao tuổi, người yếu thế tới nam giới và trẻ em trai, việc mở rộng phạm vi các nguồn thông tin đem lại nhiều quan điểm khác nhau cho chương trình phát thanh truyền hình và thúc đẩy công bằng và bình đẳng.

Bố trí cán bộ: Ai sẽ là người thực sự đăng tải tin bài nào hay làm chương trình nào? Lâu nay, phụ nữ vẫn thường được giao cái gọi là những tin bài “mềm hơn” – về gia đình, thời trang và đồ ăn, trong khi nam giới đăng tải tin “cứng” như chính trị, xung đột, kinh tế, các vấn đề quốc tế cũng như thể thao. Ai trong cơ quan bạn quyết định ai đưa tin bài nào và họ có đưa ra những quyết định công bằng và hiệu quả không? Đôi khi các tin bài và vấn đề có thể được điều chỉnh bằng cách thay đổi người đăng tải. Nếu các đồng nghiệp nam lâu nay luôn đưa tin thể thao thì tại sao không giao cả cho những phụ nữ có năng lực, nhiệt tình làm việc đó.

Nguồn và tư liệu: Mọi chương trình phát thanh truyền hình hay đều là nhờ chất lượng và sự đa dạng về nguồn cũng như khách mời. Nghiên cứu danh bạ địa chỉ liên hệ hoặc cơ sở dữ liệu để đảm bảo các nguồn thông tin và khách mời được phỏng vấn càng đa dạng càng tốt. Đặc biệt là phải đảm bảo mời những phụ nữ tài năng mà bạn có thể trông cậy về bất cứ chủ đề nào.

Thể hiện: Nếu chỉ có thêm nhiều tiếng nói của phụ nữ mà chủ kiến lúc nào cũng vẫn do nam giới đưa ra thì chưa đủ. Đưa tiếng nói của phụ nữ vào nội dung chính thống tạo ra không gian cho họ phát biểu với phẩm giá và quyền năng của họ. Các đối tượng nguồn là nhân vật nam giới được kính trọng có thể không nhận thức rõ về giới ngay cả khi đang thảo luận về giới. Những gì họ nói đều cần phải điều chỉnh cho công bằng hoặc phân biệt lại bởi những người có nhận thức về các vấn đề giới, nhất là khi đăng tải các tin, bài về chính trị, về chiến dịch và về các vấn đề nhạy cảm giới hoặc tình cảm.

Theo dõi: Theo dõi truyền thông ở nhiều nước đều cho thấy ngành này còn có thể làm tốt hơn đối với việc nêu bật phụ nữ với vai trò nguồn thông tin, ý tưởng mạnh mẽ, sôi nổi, và cả việc bình luận, nhận xét về chính cuộc đời họ. Theo dõi những gì bạn có thể làm và học được qua

việc kiểm soát chính thức về giới, độc lập từ bên ngoài đối với nội dung truyền thông. Một mẫu để áp dụng toàn cầu là thông qua Dự án Theo dõi Truyền thông Toàn cầu tại địa chỉ www.whomakesthenews.org.

Trách nhiệm giải trình nội bộ: Quy trình biên tập và sản xuất có thể góp phần mở rộng không gian để bàn về giới và sự đa dạng tại nơi làm việc để nâng cao hiểu biết, nhận thức và chất lượng tranh luận giữa các đồng nghiệp trong nghề phát thanh truyền hình.

Phát triển nguồn tư liệu: Tổ chức tọa đàm trong cơ quan về đạo đức để minh họa và giải thích làm thế nào để tránh những tài liệu mang tính phán xét hoặc làm gia tăng tiêu chuẩn kép, khuôn mẫu định kiến và kỳ thị giới trong phương thức phát thanh truyền hình của bạn. Cam kết chống lại chứ không phải làm gia tăng khuôn mẫu tiêu cực theo hướng bất bình đẳng giới, chủng tộc, tôn giáo, dân tộc, ngôn ngữ, tính dục, tuổi tác và tầng lớp cũng có nghĩa là trong khi tiến hành công việc thực hiện quyền tự do ngôn luận thông qua truyền thông, chúng ta có nghĩa vụ không sử dụng những tài liệu kích động các quan điểm phân biệt, phỉ báng hoặc bạo lực.

Mạng lưới: Tìm kiếm và cộng tác với những người khác để phấn đấu vì bình đẳng giới và xoá bỏ phân biệt đối xử. Những mối quan hệ đó có thể bao gồm cả hội đồng và các nhóm đạt tiêu chuẩn trong truyền

thông, các hiệp hội nghề nghiệp, các nhà nghiên cứu, các nhà hoạt động và sinh viên. Khuyến khích và tăng cường mạng lưới hoạt động giữa các nữ nhà báo, nữ chuyên gia truyền thông và chuyên gia giới.

Khen thưởng: Công nhận chất lượng và sự sáng tạo trong những tin bài điều tra, khám phá và khuyến khích tranh luận công khai, đặc biệt là những tranh luận dẫn tới sự thay đổi về công bằng giới.

Xây dựng các nhóm cố vấn: Sử dụng các nhóm cố vấn để xây dựng và điều chỉnh tiêu chuẩn hướng dẫn phát thanh truyền hình, thủ tục khiếu nại và quy tắc ứng xử phản ánh quan điểm giới và theo dõi mọi phản hồi về nội dung.

Ngôn ngữ

Ngôn ngữ là cơ sở của hầu hết sự giao tiếp của con người. Ngôn từ, cách thể hiện và ý tưởng hé lộ nhiều điều về cách tư duy của chúng ta và thái độ cũng bắt nguồn từ tư duy của chúng ta.

Mọi ngôn ngữ đều có các thuật ngữ đặc thù về giới mà nhân viên ngành phát thanh truyền hình cần biết để sử dụng. Nhận thức được sức mạnh của ngôn từ và hình ảnh, ngôn ngữ nói và ngôn ngữ hình ảnh để gọi tên và thể hiện, đưa vào hay loại ra, ca ngợi hay đồng cảm,



“Tháng 8 năm 2009 AIBD và FES tổ chức một cuộc hội thảo 5 ngày với các nhà sản xuất chương trình trong Khu vực. Trọng tâm là kêu gọi đại biểu lưu tâm tới sự thiếu cân bằng giới trong các chương trình truyền hình và tìm ra các biện pháp thực tiễn để nâng cao chất lượng chương trình truyền hình và quy trình làm việc. Hội thảo sử dụng các ví dụ thực tiễn để giúp đại biểu học hỏi cách phân tích các chương trình truyền hình theo quan điểm giới. Điều quan trọng ở đây là thảo luận về đặc điểm của các khuôn mẫu về nam và nữ trong các xã hội cũng như cách thức mà các khuôn mẫu đã được hình thành như thế nào trong các nền văn hoá của đại biểu.”

làm hài lòng hay xúc phạm, tất cả đều là những yếu tố cốt yếu để trở thành nhà truyền thông đích thực.

Lên kế hoạch và thực hiện kế hoạch: Có kế hoạch biên tập nhằm thúc đẩy nhạy cảm về giới và sử dụng ngôn ngữ phù hợp về giới.

Hướng dẫn ngôn ngữ trong phòng tin và trên sóng: Xây dựng sổ tay chuyên biệt trong phòng tin cho nhà báo và người dẫn chương trình trên sóng - những người tiên phong trong sử dụng ngôn từ hoà nhập. Sổ tay cần chú trọng tới những phương án thay thế cho những từ ngữ truyền thống vốn được sử dụng để tạo lập quan hệ giới trong xã hội và cần cố gắng giúp người sử dụng:

- Đề cập đến phụ nữ với tư cách là con người chứ không phải là đối tượng bị sở hữu, chẳng hạn như sử dụng đúng tên của họ chứ không phải tên chồng hay tên cha.
- Tránh ngôn từ có tính khuôn mẫu và kể cả về giới, ví dụ như đừng sử dụng từ 'các cô' khi nói về các nữ cán bộ chuyên nghiệp, trừ phi trích dẫn lời của ai đó.
- Dùng thuật ngữ trung hoà về giới đối với các nghề nghiệp, ví dụ như 'Lính cứu hỏa' chứ không phải là 'Anh lính cứu hỏa'.
- Tránh dùng những từ ngữ về nam giới làm danh từ hay đại từ chung.

Đào tạo cán bộ: Tạo cơ hội học hỏi ở mọi cấp độ để cán bộ có thể tránh dùng ngôn ngữ mang tính phán xét trong công việc và thực hiện các sự kiện không gây đổ vỡ, trong đó sự tự nhận thức về giới có thể được nuôi dưỡng như một phần trong việc xây dựng êkíp làm việc và trách nhiệm của cơ quan. Ở các tổ chức có tầng bậc về biên tập, phải đảm bảo những người đứng đầu trong quy trình ấy – ví dụ như Trưởng ban biên tập và phó ban biên tập – hiểu được và áp dụng các quy tắc ngôn ngữ và giáo dục cho những người cấp dưới trong chuỗi biên tập và sản xuất.

Phát triển những gì có hiệu quả đối với bạn và cộng đồng của bạn: Xây dựng hướng dẫn ngôn ngữ và truyền thông cụ thể cho từng vùng hay từng quốc gia của chính cơ quan bạn, tính tới những tình huống đặc thù của bạn.

VỀ NỘI DUNG

CÁC NHÀ PHÁT THANH TRUYỀN HÌNH CÓ KIẾN THỨC VỀ GIỚI CÓ THỂ:

- CÔNG BẰNG VÀ HIỆU QUẢ HƠN TRONG VIỆC LỰA CHỌN CÁC SỰ KIỆN VÀ VẤN ĐỀ ĐĂNG TẢI.
- MỞ RỘNG QUAN HỆ, NGUỒN VÀ KHÁCH MỜI ĐỂ ĐẢM BẢO PHỤ HỮU HƠN VỀ GIỚI TRONG TIN BÀI VÀ CHƯƠNG TRÌNH.
- THAM GIA ĐÁNH GIÁ CHÍNH THỨC VÀ KHÔNG CHÍNH THỨC VỀ GIỚI TRONG NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG.
- XÂY DỰNG NGUỒN TƯ LIỆU VÀ HƯỚNG DẪN BIÊN TẬP VỀ NỘI DUNG VÀ NGÔN NGỮ HOÀ NHẬP VỀ GIỚI.
- XÂY DỰNG CÁC MẠNG LƯỚI QUAN HỆ BÊN NGOÀI VỚI NHỮNG NGƯỜI TÍCH CỰC VỀ GIỚI VÀ CẢ MẠNG NỘI BỘ ĐỂ HỖ TRỢ CÁC SÁNG KIẾN VỀ GIỚI.
- KHEN THƯỞNG NHỮNG CÁCH LÀM HAY.
- SỬ DỤNG CÁC NGUỒN TƯ LIỆU VÀ MẠNG LƯỚI ĐỂ HỖ TRỢ CÁC CHƯƠNG TRÌNH TẬP HUẤN VÀ TỌA ĐÀM ĐỂ MỞ RỘNG HIỂU BIẾT VÀ GIÚP LÒNG GHÉP VỚI SỰ **CHÚ TRỌNG VỀ GIỚI**.

Kỹ thuật sản xuất và thể hiện

Bất bình đẳng giới có thể len lỏi vào tin bài và chương trình theo vô vàn cách thức khác nhau, trong đó có những cách thức rất tinh vi và khó phát hiện. Điều này đặc biệt đúng trong kỹ thuật sản xuất mà thường các nhà sản xuất chương trình phát thanh truyền hình cứ cho là đương nhiên nên không hề băn khoăn, kể cả khi chúng truyền tải những thông điệp ngầm ẩn. Bạn phải đặt câu hỏi tin bài, nhân sự và khách mời được lựa chọn như thế nào và ngôn ngữ được dùng ra sao, cũng như vậy, bạn phải đặt chú ý tới những vấn đề then chốt trong việc sản xuất tin bài và chương trình cho tới tận cấp độ phù hợp về âm lượng hay góc quay đối với người được phỏng vấn. Sau đây là vài điều cần cân nhắc.

Thể hiện chân dung một cách công bằng

Để đảm bảo việc phản ánh phù hợp về cả hai giới, các nhà phát thanh truyền hình cần cung cấp các góc nhìn bằng cách tìm hiểu mọi góc cạnh có thể được để thể hiện một cách cân bằng. Các chân dung tiêu cực có thể dễ thể hiện dưới nhiều dạng thức, kể cả khuôn mẫu, kỳ thị hay biến họ thành nạn nhân hoặc hạ thấp phẩm giá hoặc khai thác quá mức hình ảnh của họ. Khuôn mẫu là một dạng khái quát hoá mà thường là quá giản đơn hay miệt thị, xúc phạm, định kiến.

Chẳng hạn, để cân bằng khuôn mẫu về nam giới như những người thô kệch và ít tình cảm, có thể thể hiện họ là những cá nhân nhạy cảm, quan tâm, là đối tác toàn diện trong gia đình và đảm trách các công việc chăm sóc con cái. Thay vì mô tả chân dung phụ nữ như những người yếu đuối, bất lực, bạn có thể thể hiện họ là những người năng động, độc lập và có vai trò lãnh đạo. Điều này không có nghĩa là bạn



“HUM TV nổi bật là kênh giải trí được xem nhiều nhất ở Pakistan và sự ưa thích đó là nhờ nội dung đề cập tới toàn bộ gia đình với sự chú trọng đặc biệt tới nữ giới ở Pakistan. Các chương trình của kênh này cung cấp mọi thứ từ phim truyền hình nhiều tập cho tới các trò chơi, phản ánh các vấn đề phụ nữ hiện đại như chăm sóc con cái và sự nghiệp. Thêm nữa, HUM TV còn nổi bật về thành phần lực lượng lao động. Bà Sultana Siddiqui, Giám đốc HUM TV đã giành được nhiều giải thưởng vì thành tích công tác về các vấn đề giới và hiện đang là người phụ nữ duy nhất ở Nam Á lãnh đạo một kênh truyền hình. Ngoài ra, nhiều phòng ban khác như phòng nhân sự, chương trình, kịch bản, v.v. cũng đều do phụ nữ lãnh đạo.”

phải không trung thực hay bịa ra các tính cách hoặc phẩm chất. Chỉ là việc tự hỏi xem cách đối xử của bạn đã trung thực chưa hay chỉ là quan điểm cá nhân làm trầm trọng thêm một khuôn mẫu nào đó. Đừng có lúc nào cũng viết hoặc quay phim nam giới tại nơi làm việc hay phụ nữ chỉ ở trong bếp.

Có thể kiểm tra nhanh độ công bằng là tự hỏi mình: “Nếu ta làm thế này hay đặt câu hỏi này với một phụ nữ thì có giống y như cách ta làm hoặc hỏi câu hỏi tương tự với nam giới hay không?” Nếu câu trả lời là không, hãy tự hỏi mình có thể quay phim như thế nào hay ghi âm ghi hình lại khác đi không, hoặc hỏi câu hỏi hay hơn. Tất nhiên, đôi khi có những câu hỏi riêng cho từng giới lại phù hợp. Chẳng hạn, hỏi một phụ nữ được bổ nhiệm làm nữ Chánh án đầu tiên ở nước bạn xem giữ chức vụ đó có ý nghĩa gì khi bà là một phụ nữ lại là một câu đố đàng hoàng, cho dù bạn chắc chắn chẳng hỏi nam giới một câu hỏi như vậy.

Sự đa dạng

Đảm bảo kỹ thuật và quy trình sản xuất phản ánh sự đa dạng trong xã hội bạn và những người phụ nữ và nam giới trong xã hội ấy. Và nhớ rằng mỗi người trong một chương trình sẽ có nguồn gốc xã hội, văn hoá và sự trình diễn khác nhau. Việc cân nhắc sự đa dạng của các thành viên tham gia và những gì họ có thể mang đến với một vai trong chương trình có thể nâng cao giá trị sản xuất của chương trình.

Đưa phụ nữ:

- vào trong các vai trò khác nhau trong tin bài;
- vào trong các nghề nghiệp, chức vụ và địa vị xã hội khác nhau.
- thuộc nhiều lứa tuổi, dân tộc và tôn giáo khác nhau;



“Năm 2010 Cơ quan Phát thanh Truyền hình Công cộng Thái lan (Thai Public Broadcasting Service, Thai PBS) thực hiện ‘Chương trình Tập huấn Nữ Nhà báo Lưu động’ cho các tỉnh miền nam Thái Lan với sự bảo trợ của Quỹ Canada và do Viện Phát triển Truyền thông Châu Á – Thái Bình Dương (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, AIBD) điều phối. Chương trình được thiết kế để giúp các nữ học viên không chỉ nhận thức được về việc mô tả mất cân bằng về giới vẫn thấy trong văn hoá truyền thông thường do nam giới chiếm chủ đạo. Chương trình cũng được thiết kế để trang bị cho các phụ nữ thôn bản tham gia tập huấn các kỹ năng nghiệp vụ để sản xuất các phim tài liệu truyền hình ngắn từ chính chuyện đời của họ hoặc vai trò của họ trong gia đình và cộng đồng theo góc nhìn của nữ giới để phát trên Thai PBS.

79 phụ nữ thuộc 14 tỉnh miền nam đã tham gia chương trình tập huấn này. Họ thuộc mọi lĩnh vực cuộc sống như người nội trợ, nông dân, sinh viên, giáo viên và cán bộ xã hội. Không ai trong số họ là người làm truyền thông chuyên nghiệp. Chương trình tạo cơ hội cho các học viên này thảo luận các vấn đề giới, hiểu được cách thức làm việc của ngành truyền thông, xây dựng nội dung của chính họ và kể lại chuyện đời của họ thông qua phim tài liệu truyền hình. Việc phim tài liệu của họ có đạt được tiêu chuẩn chuyên nghiệp hay không không quan trọng bằng việc họ đã có thể học được cách thực hiện ‘quyền được kể’ đến mức nào, điều đó đóng góp vào nỗ lực trao quyền năng cho phụ nữ.”

- những người có thể ít được thể hiện trong truyền thông, chẳng hạn như phụ nữ khuyết tật hay ở các vùng nông thôn; và những người đã được tuyên dương vì thành tích của họ.
- Tránh vẽ chân dung phụ nữ chỉ về mặt quan hệ gia đình, chẳng hạn như ‘mẹ năm con’ hay ‘vợ của ông X. nào đó’. Trao cho họ tiếng nói theo đúng quyền của chính họ.
- Đừng làm phụ nữ trở thành giật gân chỉ vì họ đã đạt được điều gì đó mà nam giới đã đạt được trước đây, trừ phi yếu tố này có thể hữu ích trong việc đẩy mạnh tiến bộ về bình đẳng giới hoặc tạo ra các tấm gương điển hình cho các phụ nữ hay các cô gái khác.

Phỏng vấn

Kỹ thuật phỏng vấn có thể bộc lộ rất nhiều điều và cũng truyền tải nhiều thông điệp tinh tế về giới. Hãy cân nhắc các phương diện về giới khi chọn lựa người được phỏng vấn, trước khi phỏng vấn khi chuẩn bị các câu hỏi cũng như sau khi phỏng vấn và khi biên tập tài liệu. Một số điều khác cần cân nhắc là:

- Sử dụng các cách tiếp cận phù hợp, trung lập và không gây sợ hãi - cân bằng lời và không bằng lời – khi phỏng vấn các nạn nhân bị tổn thương, nhưng đừng tỏ ra kể cả với người được phỏng vấn dù đó là nam hay nữ.
- Tránh dùng ngôn ngữ mang tính khuôn mẫu định kiến về nam giới và phụ nữ theo các vai trò giới truyền thống của họ. Các thuật ngữ như “bà nội trợ” thường gây hiểu nhầm và không hữu ích.
- Tránh dùng các khía cạnh giới không thích hợp để chứng minh luận điểm. Chẳng hạn, đừng hỏi phụ nữ những câu như “Là phụ nữ, chị cảm thấy thế nào về sự cưỡng hiếp?” trừ phi muốn tìm hiểu sự khác biệt giữa nam và nữ về thái độ đối với việc đó.

Khuôn hình

Góc quay của máy quay, âm thanh và ánh sáng có ảnh hưởng tinh tế tới việc tạo dựng hình ảnh vị thế của con người và tạo ra nội dung của vấn đề. Có nhiều điều bạn có thể làm để tránh thiên lệch về giới như:

- Sử dụng âm thanh và ánh sáng với chất lượng như nhau cho cả

hai giới. Chẳng hạn, đừng cho tiêu cự mềm hơn với phụ nữ và ánh sáng mạnh hơn với nam giới.

- Sử dụng các kỹ thuật và góc quay của máy không có tính phân biệt giới khi lấy khuôn hình mọi người. Ví dụ, đừng quay người nam nào cũng ở góc quay ngang bằng, nhưng lại quay từ trên xuống với phụ nữ.
- Lựa chọn địa điểm cẩn thận để kể chuyện chứ không phải để thể hiện khuôn mẫu về giới. Chẳng hạn, nếu bạn phỏng vấn một nam chánh án trong phòng xử án về một vụ kiện pháp lý thì cũng quay một nữ chánh án trong môi trường tương tự chứ đừng ngồi trong vườn uống trà với bà ấy.
- Đừng biến phụ nữ thành đối tượng và đừng mô tả họ như những “biểu tượng tình dục” nếu bạn không áp dụng phương thức đó đối với nam giới.

Nhạy cảm

Việc xử lý các vấn đề nhạy cảm như mại dâm, bạo hành đối với phụ nữ, quấy rối tình dục hoặc giết trẻ em gái trong các chương trình đòi hỏi càng phải cẩn trọng hơn nữa trong khi sản xuất chương trình để thể hiện sự tôn trọng và bảo vệ danh tính người vô tội, hoặc đối với những người dễ bị tổn thương.

Lên lịch phát sóng

Cần nhắc các vấn đề giới khi lên lịch phát sóng chương trình hoặc khi lựa chọn vấn đề nào để đăng tải. Có nhiều yếu tố có thể tác động tới quyết định lên lịch phát sóng như:

- Phá bỏ khuôn mẫu giới và đưa thông tin tới khán thính giả bằng cách bao gồm hàng loạt các chủ đề như kinh tế, chính trị hay công nghệ trong các mục chương trình được phân bổ cho phụ nữ hay cái gọi là ‘chương trình phụ nữ’.
- Cần nhắc phát sóng vào các thời điểm trọng yếu trong ngày về các chủ đề gia đình thường liên quan tới phụ nữ như việc nuôi dạy con cái.
- Lên lịch phát sóng các vấn đề giới vào các thời điểm trọng yếu trong ngày thay vì đẩy các nội dung đó vào riêng các chương trình phụ nữ mà thôi.

TRONG SẢN XUẤT

CÁC NHÀ PHÁT THANH TRUYỀN HÌNH CÓ KIẾN THỨC VỀ GIỚI CÓ THỂ:

- TRÁNH TẠO KHUÔN MẪU VỀ VAI TRÒ CỦA PHỤ NỮ VÀ NAM GIỚI.
- GIỚI THIỆU ĐA DẠNG HƠN VỀ CHỦ ĐỀ, KHÁCH MỜI VÀ KỸ THUẬT.
- THỂ HIỆN SỰ NHẠY CẢM GIỚI VÀ TÔN TRỌNG ĐỐI VỚI NỘI DUNG CHỦ ĐỀ VÀ CÁC CÁ NHÂN LIÊN QUAN, ĐẶC BIỆT LÀ VỀ VẤN ĐỀ GIỚI.
- KIỂM TRA KỸ THUẬT VÀ CÁCH THỨC TIẾP CẬN ĐỐI VỚI PHÒNG VẤN VÀ SẢN XUẤT ĐỂ TRÁNH PHÂN BIỆT ĐỐI XỬ.
- MỞ RỘNG NỘI DUNG CHỦ ĐỀ CHƯƠNG TRÌNH TỚI MỌI THỜI ĐIỂM LÊN SÓNG PHÁT THANH TRUYỀN HÌNH ĐỂ LÒNG GHÉP VÀ THÚC ĐẨY CÁC VẤN ĐỀ GIỚI VỚI SỰ **CHÚ TRỌNG VỀ GIỚI.**

Nơi làm việc

Điều gì có hiệu quả, Điều gì là công bằng?

Một trong những Nguyên tắc cốt yếu của Cương lĩnh Hành động Bắc Kinh và một trong các yếu tố quan trọng để cải thiện việc mô tả phụ nữ trong truyền thông là để phụ nữ tham gia đầy đủ và tích cực trong các cơ quan truyền thông, với tư cách là các nhà báo và nhà sản xuất chương trình, kỹ thuật viên và kỹ sư, nhà quản lý và các cán bộ hỗ trợ khác. Thực tế, phụ nữ cần được khuyến khích tham gia toàn diện vào mọi lĩnh vực tại nơi làm việc ở cơ quan truyền thông, khuyến khích công hiến trí tuệ chuyên môn, sự đa dạng, những góc nhìn mới và tấm gương điển hình của họ.

Lãnh đạo từ trên – Tiên phong thay đổi

Hiện nay rất nhiều người thừa nhận rằng để tăng cường bình đẳng giới, lồng ghép ngay trong các cơ quan thì các nhà lãnh đạo và quản lý cấp cao phải

“Hãng Phát thanh Truyền hình Ôxtrâyliá (Australian Broadcasting Corporation, ABC) hàng năm kỷ niệm Ngày Quốc tế Phụ nữ với hàng loạt hoạt động trên khắp đất nước Ôxtrâyliá. Một trong các hoạt động thường xuyên là diễn đàn cán bộ gồm cả những phụ nữ cấp cao và thành đạt thảo luận về vai trò và con đường sự nghiệp của họ. Việc này tạo cơ hội cho cán bộ tiếp cận tới các tấm gương điển hình, hiểu biết sâu sắc hơn về con đường sự nghiệp của phụ nữ cũng như sự cân bằng giữa công việc và gia đình, và nói chung là thúc đẩy tiến bộ của phụ nữ. Diễn đàn Ngày Quốc tế Phụ nữ năm 2010 tổ chức ở Sydney, Ôxtrâyliá vào tháng 3 năm 2010 chú trọng tới phụ nữ công tác tại bộ phận khoa học và sáng tạo trong Hãng ABC. Điều hành diễn đàn thảo luận là Giám đốc cấp Tiểu bang New South Wales Mike McCluskey (từ giữa năm 2010 được bổ nhiệm làm Giám đốc Điều hành Đài Phát thanh ABC Ôxtrâyliá) cùng với 3 thành viên: Người đồng dẫn chương trình ABC TS Maryanne Demasi (Truyền hình), Nhà Truyền thông/Viết kịch bản khoa học Bernie Hobbs (Sáng tạo) và Trưởng Ban Phát triển Chiến lược Abigail Thomas (Sáng tạo).”

là những tác nhân thay đổi quan trọng nhất. Thông điệp của Ban Giám đốc và Lãnh đạo là động lực thúc đẩy cho chương trình thay đổi văn hoá và biến mục tiêu thành hành động. Một trong những sáng kiến hiệu quả nhất là ban quản lý cấp cao lựa chọn được người tiên phong ở cấp cao nhất làm người đại diện tích cực và là tấm gương điển hình về bình đẳng giới.

Sự tiếp cận

Nơi làm việc bao gồm các cá nhân và êkíp với hàng loạt các chuyên ngành và thuộc tính khác nhau. Họ tạo nên sự đa dạng phong phú về phong cách và tài năng cho nội dung và các chương trình, những điều có thể phản ánh sự đa dạng phong phú của cộng đồng. Tất cả mọi cán bộ nhân viên, bất kể giới nào, cũng cần được tiếp cận tới hàng loạt các cơ hội việc làm bình đẳng thông qua các quy trình tuyển dụng hoà nhập, cởi mở và minh bạch, các cơ hội phát triển sự nghiệp, bình đẳng về lương bổng cũng như đối xử công bằng. Mọi chỗ làm cần tuyển dụng phải được công bố rộng rãi và ban tuyển dụng phải gồm cả nam lẫn nữ. Quyết định bổ nhiệm phải dựa trên phẩm chất và tiêu chí các cơ quan phải đảm bảo các thước đo phẩm chất không có định kiến về giới. Chẳng hạn, không được ưu tiên hơn cho nam giới có con cái còn đang sống phụ thuộc so với phụ nữ có năng lực tương tự và cũng ở hoàn cảnh như vậy.

Cộng tác

Các cơ quan phải nỗ lực tạo ra môi trường làm việc hoà nhập và tích cực cho mọi cán bộ. Mục tiêu là cần có các chính sách và cách làm nêu cao giá trị của văn hoá sáng tạo và hỗ trợ. Các biện pháp có thể bao gồm:

- chính sách hành vi tại nơi làm việc, giải quyết



- các vấn đề phân biệt, quấy rối và chèn ép;
- thủ tục khiếu nại, tạo cơ chế giải quyết sớm các vấn đề từ khi mới nảy sinh tại nơi làm việc;
- có đại diện của cả nam giới và phụ nữ trong các ban, hội đồng ra quyết định;
- rà soát lại ngôn ngữ và thuật ngữ trong các kế hoạch, chính sách và văn bản để đảm bảo lồng ghép giới, chẳng hạn như “kỹ thuật viên máy quay” chứ không phải là “anh quay phim”, “cán bộ chủ chốt” chứ không phải là “ông cốt cán”, và “nghệ sĩ trang điểm” chứ không phải là “cô hoá trang”; và
- tổ chức đào tạo về bình đẳng và tạo môi trường đa dạng cho mọi cán bộ để nâng cao nhận thức và thúc đẩy cộng tác trong cơ quan.

Phát hiện tiềm năng

Các cơ hội đào tạo và phát triển nâng cao trình độ và kỹ năng cho toàn bộ cán bộ. Phụ nữ cần được khuyến khích và lựa chọn tham gia các chương trình đào tạo, bao gồm phát triển quản lý cũng như các vai trò phi truyền thống khác như trong các lĩnh vực kỹ thuật. Chế độ quản lý chất lượng công tác công bằng đem lại hàng loạt lợi ích cho công việc ở các cơ quan. Kế hoạch công việc được thống nhất với từng nhân viên, kể cả nhu cầu đào tạo, có thể được gắn với các kế hoạch chiến lược của từng đơn vị trong cơ quan. Các kế hoạch công việc sau đó sẽ được theo dõi và điều chỉnh trong suốt năm và tiến hành đánh giá công bằng vào cuối kỳ báo cáo. Cần quan tâm lưu ý các khoản tăng lương và thưởng được phân bổ một cách công bằng, theo thành tích của cán bộ bất kể họ thuộc giới nào.

Các ý tưởng hỗ trợ phụ nữ tại nơi làm việc có thể là:

- kế hoạch phát triển sự nghiệp cho từng cá nhân;
- văn bằng được kiểm định;
- chú ý tới đối tượng phụ nữ trong các vai trò phi truyền thống thông qua tuyển dụng trực tiếp, kinh nghiệm công tác và các nhà quản lý cao cấp gặp gỡ với sinh viên nữ bậc đại học trở lên;
- học bổng;
- bố trí người hướng dẫn;

- thành lập các nhóm mạng lưới phụ nữ cộng tác cả ở nơi làm việc lẫn giữa các ngành;
- tiếp cận với người phát ngôn, tầm gương điển hình và các diễn đàn; và
- chỉ định cán bộ phụ trách về giới và/hoặc ban chuyên môn về giới để giúp xây dựng và thực hiện các sáng kiến của phụ nữ và theo dõi tiến bộ.

Phát triển Tổ chức

Các ý tưởng đo lường tiến bộ của tổ chức về sự tham gia của phụ nữ bao gồm:

- Đánh giá sự đại diện về giới trong cơ quan, tổ chức ở tất cả các nhóm ngành nghề, độ tuổi và thâm niên công tác;
- Xem xét các lĩnh vực dữ kiện khác, ví dụ như dữ liệu 2 năm qua về giới liên quan tới thăng tiến, tuyển dụng và cơ hội đào tạo;
- Nghiên cứu dữ liệu phỏng vấn người xin thôi việc để hiểu lý do tại sao họ xin đi. Đưa vào/ cập nhật dữ liệu phỏng vấn người xin thôi việc để bao gồm cả sự công bằng tránh câu hỏi có tính phân biệt.
- Tính toán chi phí về thay đổi lực lượng lao động. Xem xét nhu cầu quy hoạch lực lượng lao động trong toàn cơ quan;
- Xem xét đánh giá sự bình đẳng trong chi trả;
- Rà soát lại các tuyên bố tầm nhìn, kế hoạch, quy tắc ứng xử và tuyên bố giá trị trong nội bộ cơ quan cũng như toàn bộ văn hóa của tổ chức, cơ quan để tham khảo và áp dụng việc đánh giá tính đa dạng và thúc đẩy sự hòa nhập giới cũng như văn hóa tích cực tại nơi làm việc;
- Rà soát các chính sách giải quyết sự phân biệt đối xử, quấy rối hay trù úm;
- Rà soát dữ liệu khiếu nại để phát hiện các lĩnh vực cần quan tâm;

“Có mối liên quan giữa việc tuyển dụng phụ nữ và những gì ta thấy trên màn hình. Do vậy, Hãng Phát thanh Truyền hình Quốc gia Maldives (Maldives National Broadcasting Cooperation, MNBC) tin rằng số lượng phụ nữ đằng sau màn hình sẽ khuyến khích các hình ảnh về phụ nữ trên màn hình đa dạng hơn. Hiện nay, mặc dù chưa cân bằng, song các nhà quay phim, biên tập video, kỹ thuật viên và biên tập tin là nữ đã được tuyển dụng. MNBC sẵn sàng tuyển thêm các nữ kỹ thuật viên nữa ngay khi nhận được đơn xin tuyển dụng.”



“Hãng Phát thanh Truyền hình Ôxtrâyliá (Australian Broadcasting Corporation, ABC) đã và vẫn đang cung cấp học bổng cho phụ nữ đi học các khóa công nghệ kỹ thuật phù hợp từ đầu thập kỷ 1990. Học bổng đó gọi là Học bổng cho Phụ nữ trong Công nghệ Phát thanh Truyền hình và bao gồm 4 tuần thực tập thực tế trong ngành, trợ cấp tiền sách vở, tiếp cận dịch vụ tư vấn hướng nghiệp và cơ hội làm việc với ABC sau khi hoàn thành khóa học. Ở Ôxtrâyliá lĩnh vực học tập và công tác này chưa có sự đại diện đầy đủ của phụ nữ và mục đích của ABC là giải quyết vấn đề này để có được nơi làm việc có tính hòa nhập hơn, nơi mà tập hợp cán bộ, nhân viên đa dạng hơn được khuyến khích và hỗ trợ. Từ khi bắt đầu có học bổng này năm 1992, tổng cộng 100 người trên khắp đất nước Ôxtrâyliá đã giành được học bổng. Trong những năm qua nhiều người trong số đối tượng giành được học bổng ấy đã vào làm ở các vị trí tại ABC và một trong số đó là Anne Boyle, người giành được học bổng năm 2003 và cuối năm đó đã được tuyển vào làm tại ABC. Lĩnh vực công tác của bà bao gồm việc hỗ trợ hệ thống biên tập nội dung truyền hình sử dụng để sản xuất Tin tức, Thời sự và các chương trình chung. Anne nhận xét rằng học bổng đã ‘rộng mở cho tôi một sự nghiệp mà trước đây tôi chưa hề tính đến.’ ”

- đánh giá, giám sát các điều kiện dịch vụ liên quan tới trách nhiệm công việc và gia đình cũng như các cách làm việc linh hoạt;
- xem xét cách thức tuyển dụng, phong cách và ngôn ngữ quảng cáo, tiêu chí lựa chọn và thành phần ban phỏng vấn cũng như cách thức phỏng vấn; và
- xem xét thông tin giới thiệu và hướng dẫn, làm quen cho nhân viên mới.

Điều kiện dịch vụ

Các điều kiện dịch vụ chung, thỏa thuận hợp đồng và các thỏa thuận công việc cần phải được theo dõi để đảm bảo các vấn đề giới được giải quyết và có độ linh hoạt gia tăng đối với các bậc cha mẹ đang đi làm.

Bình đẳng về chi trả: Nguyên tắc chi trả bình đẳng cho những công việc có giá trị bình đẳng cần được áp dụng, không phải chỉ ở nơi nào nam giới và phụ nữ thực hiện công việc như nhau hay giống nhau mà còn trong cả các tình huống thông thường khi công việc được tiến hành theo hướng giới-nghề nghiệp truyền thống.

Điều kiện nghỉ phép chung: có cân nhắc đến việc nghỉ phép chung mà có tác động về giới. Nhân viên tạm thời, bán thời gian hay thuê khoán cũng cần phải được hưởng những chế độ theo tỉ lệ tương ứng như nhân viên chính thức. Ở một số cơ quan, thâm niên công tác có thể quyết định ai được ưu tiên lựa chọn ngày nghỉ. Vì phụ nữ thường không có thâm niên liên tục như nam giới và thường có những yêu cầu gắn với trách nhiệm chăm sóc gia đình, gián đoạn sự nghiệp, thời gian công tác và tái tham gia lực lượng lao động, nên những quy trình như thế này dựa vào thâm niên công tác có nhiều điểm bất lợi.

Nghỉ ốm và nằm viện: Ngoài các điều kiện nghỉ ốm thông thường cho mọi cán bộ, còn có những dịp mà phụ nữ đi làm có thể cần thêm thời gian nghỉ việc liên quan đến giới. Phụ nữ mang thai có thể đòi hỏi độ linh hoạt nhất định về thời gian, khối lượng công việc và các vấn đề sức khỏe khác. Tùy thuộc vào tính chất cụ thể của công việc,



họ có thể cần đảm nhiệm nhiệm vụ nhẹ nhàng hơn. Phụ nữ có con nhỏ đi làm cũng cần được bố trí giờ nghỉ có trả lương và địa điểm phù hợp để cho con bú.

Nghỉ con ốm đối với mẹ, bố và người phụ dưỡng: Tổ chức Y tế Thế giới đã tuyên bố rằng, sau khi sinh con, cần có thời gian nghỉ thai sản tối thiểu có trả lương để đảm bảo trẻ luôn khỏe mạnh và xây dựng tình cảm gắn bó giữa cha mẹ và con cái. Chế độ nghỉ con ốm có trả lương này cũng cần áp dụng đối với trường hợp nhận con nuôi, sảy thai hoặc trẻ chết non. Chế độ nghỉ con nhỏ đối với bố cũng cần được áp dụng để đảm bảo bố có thời gian chăm sóc gia đình và chia sẻ trách nhiệm chăm sóc con cái. Chế độ này cũng áp dụng đối với các cặp vợ chồng nhận con nuôi. Các cơ quan chủ đạo còn bố trí giữ liên lạc với cán bộ nữ của họ khi đang nghỉ sinh con để chuyển thông tin về những thay đổi tại nơi làm việc và tạo dựng cảm giác gắn bó với nơi làm việc cho họ. Khi cần, nam giới và phụ nữ có thể phải chăm con ốm

hay chăm sóc các thân nhân khác trong gia đình và có thể phải đảm nhiệm việc phụ dưỡng người cao tuổi. Các cơ quan có thể cho phép cán bộ nghỉ để phụ dưỡng, chăm sóc thân nhân như vậy. Các bố mẹ cũng có thể sử dụng một phần thời gian được phép nghỉ ốm của mình vì mục đích này.

Bố trí công việc linh hoạt: Với việc chăm sóc con cái và các trách nhiệm gia đình khác, phụ nữ trở lại làm việc cần được khuyến khích tìm hiểu các cách bố trí công việc linh hoạt để giúp cân bằng giữa công việc và cuộc sống. Tái gia nhập lực lượng lao động giúp phụ nữ tham gia có việc làm và phát triển sự nghiệp lâu dài của họ.

Các cơ quan cũng được lợi qua việc giữ lại được cán bộ có kinh nghiệm và những đầu tư đã bỏ ra trong việc tuyển dụng và đào tạo họ. Giới quản lý cũng nên linh hoạt đối với các đề nghị vì những mục đích này và triển khai nhiều phương án cho cán bộ.

Căn cứ vào khả năng đáp ứng yêu cầu công việc, các phương án đó có thể gồm:

- giờ giấc linh hoạt, đảm bảo là 6 tiếng một ngày với các giờ linh hoạt trước hoặc sau 6 tiếng ấy;
- công việc bán thời;
- chia sẻ công việc – hai người làm chung một việc với trách nhiệm chung là phải hoàn thành nhiệm vụ; và
- làm việc tại nhà.

Người làm việc bán thời gian phải được hưởng những điều kiện và mức lương như người làm việc trọn thời gian (trên cơ sở tỉ lệ hợp lý)

“Nguyên Tổng Giám đốc Datuk Ibrahim Yahaya chuyển giao nhiệm vụ cho tân Tổng GD Dato’ Norhyati Ismail. Đây là phụ nữ đầu tiên trong lịch sử Hãng Phát thanh Truyền hình Malaixia (Radio Television Malaysia, RTM) giữ chức vụ này.”

và tiếp cận tới các cơ hội đào tạo và thăng tiến.

Công việc linh hoạt có thể cũng đem lại lợi ích cho cơ quan truyền thông nhờ việc giải quyết nhu cầu thuê người làm việc làm bán thời gian, làm ca kíp cũng như làm việc vào cuối tuần, mà có thể hấp dẫn đối với các bậc cha mẹ đang đi làm.

TẠI NƠI LÀM VIỆC

CÁC NHÀ PHÁT THANH TRUYỀN HÌNH SÁNG SUỐT VỀ GIỚI CÓ THỂ:

- KIỂM TRA NGÔN NGỮ VÀ CÁC ĐIỀU KHOẢN CHÍNH SÁCH VÀ HƯỚNG DẪN SAO CHO CHÚNG CÓ TÍNH HÀI HÒA VỀ GIỚI.
- BỔ NHIỆM CÁN BỘ THEO NĂNG LỰC THÔNG QUA THỦ TỤC TUYỂN DỤNG CÔNG KHAI.
- TRIỂN KHAI CHÍNH SÁCH ỨNG XỬ NƠI LÀM VIỆC, THỦ TỤC ĐÀO TẠO VÀ KHIẾU NẠI.
- CÂN NHẮC HÀNG LOẠT CÁC CƠ HỘI PHÁT TRIỂN VÀ KẾT NỐI MẠNG LƯỚI CHO PHỤ NỮ.
- THEO DÕI DỮ LIỆU LIÊN QUAN ĐẾN CÁC LĨNH VỰC CẦN GIẢI QUYẾT.
- RÀ SOÁT ĐIỀU KIỆN NGHỈ PHÉP VÀ MỞ RỘNG ĐỘ LINH HOẠT TRONG BỐ TRÍ CÔNG VIỆC.
- BỔ NHIỆM NHỮNG NGƯỜI TIÊN PHONG TRONG ĐA DẠNG GIỚI ĐỂ CAM KẾT LÃNH ĐẠO CÁC HÀNH ĐỘNG THÚC ĐẨY SỰ **CHÚ TRỌNG VỀ GIỚI** VÀ THỰC HIỆN BÌNH ĐẲNG GIỚI.



VIỆN PHÁT TRIỂN PHÁT THÀNH TRUYỀN HÌNH CHÂU Á-THÁI BÌNH DƯƠNG (AIBD) TẬP HUẤN VỀ GIỚI VÀ TRUYỀN THÔNG



Tài liệu Tham khảo và các Nguồn Tư liệu khác

Tiêu chuẩn Quyền Con người Quốc tế Chính yếu về Giới

- Công ước về xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử với phụ nữ (Convention for the Elimination of All Forms of Discrimination of Women, CEDAW)
<http://www.mofa.gov.vn/humanrights/vi/nr070521165843/>
- Nghị định thư bổ sung cho CEDAW
<http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/protocol/>
- CEDAW Khuyến nghị Chung số 19 về Bạo hành đối với Phụ nữ
<http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/recommendations/recomm.htm#recom19>
- CERD Khuyến nghị chung số 25 về Phương diện Giới trong Phân biệt Chủng tộc
[http://www.unhchr.ch/tbs/doc.nsf/\(Symbol\)/76a293e49a88bd23802568bd00538d83?Opendocument](http://www.unhchr.ch/tbs/doc.nsf/(Symbol)/76a293e49a88bd23802568bd00538d83?Opendocument)
- Công ước Bảo vệ Quyền Con người và Các Quyền Tự do Cơ bản của Hội đồng Châu Âu
<http://www.echr.coe.int/nr/rdonlyres/d5cc24a7-dc13-4318-b457-5c9014916d7a/0/englishanglais.pdf>
- Hiến chương Phụ nữ của Ủy ban Châu Âu
http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/president/news/documents/pdf/20100305_1_en.pdf
- ILO Công ước số 111 về Phân biệt đối xử (Việc làm và Nghề nghiệp)
<http://www.ilo.org/ilolex/cgi/lex/convde.pl?C111>
- Công ước Liên Mỹ về Phòng chống, Trừng phạt và Xóa bỏ Bạo hành đối với Phụ nữ (Convention of Belém do Pará)
<http://www.oas.org/cim/english/convention%20violence%20against%20women.htm>
- Nghị định thư gắn với Hiến chương Châu Phi về Quyền Con người và Người dân đối với Quyền của Phụ nữ ở Châu Phi
http://www.achpr.org/english/_info/women_en.html
- Điều luật Rôma của Tòa Hình sự Quốc tế, Điều 5-8
<http://untreaty.un.org/cod/icc/statute/rome.htm>
- SADC Nghị định thư về Giới và Phát triển
<http://www.sadc.int/index/browse/page/465>
- Cương lĩnh Hành động Bắc Kinh của LHQ
<http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/plat1.htm>
- Nghị định thư LHQ về Phòng chống, Trấn áp và Trừng trị Tội Buôn bán người, đặc biệt là Phụ nữ và Trẻ em (Nghị định thư Palermo)
<http://www2.ohchr.org/english/law/protocoltraffic.htm>

- **Hội nghị Quốc tế của LHQ về Dân số và Phát triển (ICPD) Chương trình Hành động**
<http://www.iisd.ca/Cairo/program/p00000.html>
- **Nghị quyết số 1325 của Hội đồng Bảo an LHQ về Phụ nữ, Hòa bình và An ninh**
http://www.un.org/events/res_1325e.pdf
- **Nghị quyết số 1820 của Hội đồng Bảo an LHQ về Phụ nữ, Hòa bình và An ninh**
<http://daccess-ddsny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N08/391/44/PDF/N0839144.pdf?OpenElement>
- **Nguyên tắc Yogyakarta về việc Áp dụng Luật Quyền Con người Quốc tế liên quan đến Định hướng Tính dục và Xác định Giới**
http://www.yogyakartaprinciples.org/principles_en.htm

Cẩm nang Hướng dẫn, Bộ công cụ và Nghiên cứu về Giới trong Truyền thông

- **Bernadette van Dijck**
Screening Gender. Gender Portrayal and Programme Making Routines (Sàng lọc Giới. Thể hiện Giới và Quy trình Sản xuất Chương trình) (2002)
LHQ, Ban Vi Sự tiến bộ của Phụ nữ (DAW), Hợp Nhóm chuyên gia về “Sự tham gia và tiếp cận của phụ nữ tới truyền thông, và tác động của truyền thông, và việc sử dụng truyền thông là m công cụ thúc đẩy tiến bộ và trao quyền cho phụ nữ”
<http://www.un.org/womenwatch/daw/egm/media2002/reports/EP2VanDijck.PDF>
- **Hãng Phát thanh Truyền hình Canada (Canadian Broadcasting Corporation)**
Gender Guidelines (Hướng dẫn về Giới)
Để đảm bảo ngôn ngữ sử dụng trên sóng của nhân viên phát thanh truyền hình đối xử bình đẳng với nam và nữ, Hãng Phát thanh Truyền hình Canada đã xây dựng hướng dẫn này và được Mạng Nhận thức Truyền thông điều chỉnh
http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/handouts/gender_portrayal/cbc_gender_guidelines.cfm
- **Hội đồng châu Âu, Đại Hội đồng Nghị viện**
Combating sexist stereotypes in the media (Chống khuôn mẫu mang tính phân biệt giới trong truyền thông) (2009)
<http://assembly.coe.int/Documents/WorkingDocs/Doc10/EDOC12267.pdf>
- **Cơ quan Phát thanh Truyền hình Malta (Malta Broadcasting Authority)**
Guidelines on Gender Equality and Gender Portrayal in the Broadcasting Media (Hướng dẫn Bình đẳng Giới và Mô tả Giới trong Phát thanh Truyền hình) (2007)
Những hướng dẫn này áp dụng cho mọi chương trình, kể cả tin tức và quảng cáo, tin bài truyền phát từ các đài phát thanh truyền hình và nhằm giới phát thanh truyền hình nhạy cảm hơn về bình đẳng giới. Những hướng dẫn này nhằm vào mọi người làm việc trong khâu sản xuất, các nhà quyết định đối với cơ cấu chương trình và các nhà sản xuất quảng cáo, cũng như những đối tượng khác. (Tóm tắt).
<http://www.ba-malta.org/codes-guidelines-policies>

- Gender Links**
Gender and Media Baseline Study (Nghiên cứu Cơ bản về Truyền thông và Giới) (2003)
 Gender Links phối hợp với Viện Truyền thông miền Nam châu Phi (MISA) tiến hành Nghiên cứu cơ bản về truyền thông và giới (GMBS) ở 12 nước đang phát triển ở miền Nam châu Phi (SADC) trong tháng 9 năm 2002 và công bố kết quả vào tháng 3 năm 2003, và đó là nghiên cứu toàn diện nhất thuộc loại này từ trước tới nay trên toàn thế giới.
<http://www.genderlinks.org.za/page/media-gender-and-media-baseline-study>
- Glass Ceilings. Women and Men in Southern Africa Media (Các Tấm Trần Kính. Phụ nữ và Nam giới trong Truyền thông ở miền Nam châu Phi) (2009)**
 Các Tấm Trần Kính: Nghiên cứu Phụ nữ và Nam giới trong Truyền thông ở miền Nam châu Phi là sự rà soát, kiểm toán toàn diện về phụ nữ và nam giới ở các cơ quan truyền thông miền Nam châu Phi. Tiến hành ở 14 nước trong vòng 1 năm, bắt đầu từ tháng 7 năm 2008, Gender Links GL thực hiện nghiên cứu này cùng với mạng lưới các nhà nghiên cứu, các nhà hoạt động về giới và truyền thông cũng như các đối tác của mạng lưới Giới và Truyền thông miền Nam châu Phi (GEMSA) và Trung tâm Đa dạng Giới và Truyền thông GMDC.
<http://www.genderlinks.org.za/page/media-glass-ceiling-research>
- Global Media Monitoring Project, GMMP (Dự án Theo dõi Truyền thông Toàn cầu)**
 GMMP là nghiên cứu theo thời gian dài nhất và lớn nhất về sự thể hiện phụ nữ trong truyền thông trên thế giới. Đây cũng là sáng kiến vận động lớn nhất trên thế giới để thay đổi sự thể hiện phụ nữ trong truyền thông. Dự án được đảo ở chỗ có sự tham gia của mọi đối tượng từ các tổ chức cơ sở cộng đồng tới sinh viên đại học và các nhà nghiên cứu tới các nhà làm truyền thông, tất cả đều tham gia một cách tự nguyện.
<http://www.whomakesthenews.org/>
- Văn phòng Truyền thông Ofcom**
Equal opportunities: a toolkit for broadcasters (Cơ hội bình đẳng: bộ công cụ cho nhà phát thanh truyền hình) (2005)
 Cuốn sổ này nhằm giúp tiến hành hoạt động hiệu quả và đạt được tiến bộ nhanh chóng bằng cách học hỏi kinh nghiệm của những người khác. Các nhà phát thanh truyền hình quy mô từ nhỏ đến vừa sẽ thấy cuốn sổ này đặc biệt hữu ích, còn các cơ quan lớn cũng có thể thấy nhiều điều để suy ngẫm.
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/guidance/equal-ops/eo-toolkit/>
- Portraying Politics – A Toolkit on Gender and Television (Chân dung chính trị - Bộ công cụ về Giới và Truyền hình) (2006)**
 Bộ công cụ “Chân dung Chính trị” nhằm phân tích các mô hình sản xuất và các quy trình chuyên nghiệp dẫn tới những khác biệt liên quan đến giới này. Bộ công cụ buộc các nhà báo và nhà sản xuất chương trình phải suy nghĩ về cách thức họ thường làm hiện nay, và tư duy sáng tạo về các khả năng mới. Bộ công cụ thống nhất rằng việc mô tả chân dung giới một cách công bằng cũng là một tiêu chí nghề nghiệp giống như mọi yếu tố khác – cân bằng, đa dạng, tường minh, v.v. Bộ công cụ cũng nhằm chứng tỏ rằng khi chú ý tới giới trong quá trình sản xuất, cái gạt hái được lại phong phú hơn, sản phẩm đầu ra sáng tạo hơn và hấp dẫn nhiều đối tượng khán thính giả rộng hơn.
<http://www.portrayingpolitics.net/index.php>
- Screening Gender (Sàng lọc Giới) (2000)**
 Bộ công cụ đào tạo để đổi mới sản xuất chương trình – thúc đẩy các phương thức mới trong việc mô tả chân dung phụ nữ và nam giới trên truyền hình.
<http://yle.fi/gender/>

- **Hiệp hội Truyền thông Tự do Nam Á (South Asian Free Media Association, SAFMA)**
Regional Workshop on “Gender and Media in South Asia” (Hội thảo Khu vực về “Giới và Truyền thông ở Nam Á”) (2004)
 Rita Manchanda: Khuôn mẫu Giới từ Góc nhìn Nam Á (Gender Stereotyping: South Asian Perspectives)
http://www.southasianmedia.net/conference/Gender_and_Media/gender_stereotyping.htm

Báo cáo về Hướng dẫn và Mô tả Chân dung Giới (Report on Gender Guidelines and Portrayal)
http://www.southasianmedia.net/conference/Gender_and_Media/report_gender.htm
- **UNESCO, Liên đoàn Nhà báo Quốc tế (International Federation of Journalists, IFJ)**
Getting the balance right: Gender equality in journalism (Đạt mức Cân bằng Hợp lý: Bình đẳng Giới trong Báo chí) (2009)
 Cuốn sổ tay là một nguồn tư liệu và cẩm nang kịp thời, dễ đọc với minh họa đầy đủ dành cho nhà báo. Cuốn sổ tay được biên soạn với mong muốn đầu tiên là cung cấp cho tất cả các nhà báo thêm thông tin và hiểu biết hơn về các vấn đề giới trong công việc của họ. Cuốn sổ hướng tới đối tượng là các cơ quan truyền thông, hiệp hội nghề nghiệp và liên minh nhà báo muốn đóng góp vào mục tiêu bình đẳng giới. (Lời bạt)
<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001807/180707E.pdf>
- **Mạng Phụ nữ Quốc tế AMARC-WIN, ISIS Quốc tế**
Chính sách Giới đối với Phát thanh Cộng đồng (2008)
 Mục đích của chính sách giới này đối với phát thanh cộng đồng là giúp các đài phát thanh hiểu rõ và cố gắng hoàn thành nghĩa vụ của họ đối với phụ nữ theo đúng sự đa dạng của họ. Chính sách đề cập tới nhu cầu của phụ nữ trong hoàn cảnh xung động, những phụ nữ với năng lực khác nhau, phụ nữ dân tộc thiểu số, kể cả phụ nữ đồng giới và phụ nữ cải giới.
http://www.isiswomen.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1119:gender-policy-for-community-radio&catid=163:publications&Itemid=240
- **Hiệp hội Thông công Cơ đốc Thế giới (World Association for Christian Communication, WACC), Dự án Theo dõi Truyền thông Toàn cầu (Global Media Monitoring Project, GMMP), UNIFEM**
‘Mission Possible’: A Gender and Media Advocacy Training Toolkit (‘Nhiệm vụ Khả thi’: Bộ công cụ Đào tạo Vận động Giới và Truyền thông) (2005)
 ‘Nhiệm vụ Khả thi’: Bộ công cụ Đào tạo Vận động Giới và Truyền thông được xây dựng theo dự án GMMP 2005 làm công cụ xây dựng năng lực cho xã hội dân sự vận động để có truyền thông công bằng và cân bằng về giới.
<http://www.whomakesthenews.org/tools/mission-possible-a-gender-and-media-advocacy-training-toolkit.html>

